

POLÍTICAS CINEMATOGRAFICAS EN MÉXICO ANTE LA CONVERGENCIA COMO PROCESO MULTIDIMENSIONAL

César Bárcenas Curtis*

RECIBIDO: 26 de septiembre de 2010

ACEPTADO: 30 de diciembre de 2010

CORREO ELECTRÓNICO: cesarbarcenascurtis@gmail.com

* Doctorante en ciencias políticas y sociales con orientación en ciencias de la comunicación por el PPCyS-UNAM.

Profesor de asignatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

PALABRAS CLAVE | Convergencia, Políticas de Comunicación, Política Cinematográfica en México,
Telecomunicaciones, Industria Audiovisual.

KEYWORDS | Convergence, Communication Policies, Film Policy in Mexico, Telecommunications, Audiovisual
Industry

RESUMEN

El artículo toma como referencia las tres fases de las políticas de comunicación propuestas por Van Cuilenberg y McQuail (2003) con la finalidad de puntualizar las características de las políticas cinematográficas que históricamente se han desarrollado en México, para posteriormente pensar a la convergencia como un proceso multidimensional que puede significar una oportunidad para el desarrollo de estrategias políticas, económicas, culturales y tecnológicas que incentiven y apoyen la producción de cine mexicano.

ABSTRACT

The article draws on the three phases of communication policies proposed by Van Cuilenberg and McQuail (2003) in order to point out the characteristics of film policies that have historically developed in Mexico, and later think digital convergence as a multidimensional process that may provide an opportunity for the development of political, economic, cultural and technological trends that encourage and support the production of Mexican cinema.

PUNTOS DE PARTIDA

Las dificultades para producir y distribuir cine en México se han agravado porque, a pesar de que se produzca una media de 70 películas al año desde 2006¹, no existen posibilidades de que todas se proyecten en las salas de exhibición, con lo cual algunos filmes se quedan sin posibilidades de una distribución y exhibición que permitan la recuperación de las inversiones realizadas en la producción.²

Es importante señalar que no sólo la obtención de financiamiento es uno de los obstáculos para la producción de películas mexicanas, sino también la distribución, debido a que es dominada por unas cuantas empresas que obtienen la mayoría de los ingresos por concepto de comercialización.³

Ante este contexto, el objetivo no es sólo comprender las condiciones y problemáticas a las que se han enfrentado históricamente los creadores de cine en México, sino también entender la idea de la convergencia como un proceso multidimensional y una oportunidad para el establecimiento de conceptos y estrategias que permitan la creación de políticas que incluyan mecanismos legales, económicos y tecnológicos que incentiven la producción y distribución de cine mexicano.

En este sentido, es importante mencionar que la transición hacia el sistema digital denominado convergencia⁴ es un proceso que se desarrolló a partir de que las industrias de telecomunicaciones, de informática y de medios de comunicación desarrollaron conceptos y tecnología que podían utilizar e intercambiar para la transmisión de contenidos sobre todo para mejorar no sólo sus condiciones tecnológicas sino también económicas. En general, la convergencia es resultado de varios factores, pero principalmente es consecuencia de necesidades políticas, económicas y tecnológicas representadas por los procesos de re-regulación (Prado, 2002).

¹ Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía. Informe de actividades 2009.

² En 2008 se produjeron 70 películas mexicanas, sin embargo, sólo se estrenaron 54 en 2009. Fuente: Instituto Mexicano de Cinematografía. Informe de actividades 2009.

³ De acuerdo a un informe de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica, el porcentaje de taquilla para el cine mexicano representa el 8.9% del total de ingresos. Fuente: Canacine. Resultados 2008 de la industria cinematográfica nacional.

⁴ "Se entiende por "convergencia mediática" al último estadio desarrollado por la tecnología mediática, donde se pueden ofrecer en conjunto productos, servicios y procesos de comunicación. Por primera vez en la historia, la tecnología brinda la posibilidad de tener en una sola innovación o plataforma todos los productos de las industrias audiovisuales (televisión, cine, música y radio), además de Internet y otros servicios de telecomunicaciones. Esto se ha logrado a partir de la unión de las comunicaciones en audio y video y datos en una sola fuente, recibida en un solo dispositivo, entregado por una sola conexión (Forman y Saint John, 2000: p. 50). Actualmente, la tecnología ha logrado enlazar tres posibilidades: rapidez de conexión, capacidad de almacenaje y máxima calidad de imagen y sonido. Además ha conseguido interactividad y movilidad, lo que ha permitido al usuario –televidente o internauta– poder recibir, consultar, almacenar e interactuar con productos y / o servicios audiovisuales, informáticos y documentales desde la comodidad de su casa, oficina o en movimiento en cualquier lugar y momento" (en Gómez, 2008: p. 194).

Hay que señalar que durante los inicios del siglo XXI se han consolidado tres procesos interrelacionados que han producido importantes cambios en las industrias culturales en particular la cinematográfica (Bustamante, 2004):

1. Re-regulación

Existe una disminución del rol del Estado y de los servicios públicos por lo que la regulación de las industrias culturales está basada principalmente en el mercado. En este sentido, las acciones del Estado tienen un papel secundario, que consiste en ser subsidiario del mercado y su dinámica.

2. Concentración

Se consolida como consecuencia de lo anterior, con las transformaciones de las redes digitales, pero sobre todo, con el incremento de la competencia en los mercados nacionales e internacionales que han aumentado las integraciones verticales y horizontales.

3. Globalización

Es un proceso de una acelerada articulación e interdependencia entre países y regiones del mundo, "a partir de la intensificación de las articulaciones funcionales, en diversos territorios, entre las fases del circuito de capital (financiamiento; compra de insumos, materias primas y fuerza de trabajo; producción; distribución y consumo ... a lo largo y ancho del espacio mundial" (Sánchez Ruiz, 1998: p. 51).

Ante este entorno y a partir de una propuesta de Garnham (1998: p. 210), considero importante definir cuáles son los marcos de referencia que se pueden aplicar para el estudio de las políticas cinematográficas, los cuales se pueden establecer a través de la revisión de tres aspectos básicos (en Gómez, 2007: p. 390):

"Sobre las líneas en las que las autoridades públicas enmarcan a las estructuras y prácticas de los medios y las telecomunicaciones".

"El estudio de las razones y objetivos de las políticas".

"El impacto de las políticas".

En este sentido, las políticas de comunicación consisten de acuerdo con Van Cuilenburg y McQuail (en Gómez, 2007: 391) en: "los objetivos o metas que se quieren conseguir; los valores y criterios en que se definen y reconocen esas metas; los varios contenidos y servicios comunicativos en los que se aplican esas políticas; los diferentes servicios de distribución, medios impresos, cable, satélite, radio, televisión y las telecomunicaciones y finalmente las correspondientes medidas políticas y sus formas de implementación –principalmente incorporadas en leyes, regulaciones, tratados, autorregulación, o prácticas del mercado-"

Esta definición se convierte en el parámetro para desarrollar un análisis sobre las características de las políticas de comunicación, en este caso particular, sobre las políticas cinematográficas empleadas en México durante el siglo XX y en los albores del siglo XXI. Es importante mencionar que este trabajo sólo describe de manera general el contexto histórico de las políticas cinematográficas utilizadas en México para su revisión y comprensión con el fin de tener un primer diagnóstico que permita un planteamiento general sobre la situación de la cinematografía mexicana y en su caso, puedan crearse propuestas y reflexiones acerca del

camino a seguir, siempre en la búsqueda de mejorar las condiciones de producción, distribución y exhibición.

REFERENCIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Para realizar una descripción sobre las políticas cinematográficas en México considero que es posible tomar como referencia las tres fases paradigmáticas de las políticas de comunicación propuestas por Van Cuilenberg y McQuail (2003), que si bien es cierto enfocan su análisis sobre las condiciones históricas de Estados Unidos y Europa, permiten trazar un mapa metodológico que puede orientar nuestra revisión y posterior análisis sobre las condiciones históricas de las políticas cinematográficas en México.

De acuerdo con Van Cuilenburg y McQuail (2003: p. 182) en primer lugar se encuentra la fase de la política industrial de las comunicaciones emergentes que se desarrollaron hasta la Segunda Guerra Mundial. En un segundo momento, podemos mencionar la preeminencia de las políticas del servicio público de comunicación entre 1945-1980 / 90 y, por último, el paradigma de las políticas de las nuevas comunicaciones que se está desarrollando desde 1980 / 90 hasta nuestros días.

La fase uno comprende, en términos generales, algunos instrumentos tecnológicos de gran trascendencia como el telégrafo, el teléfono y el cine que formaban parte fundamental de la política de Estado por la importancia financiera. Después de la Segunda Guerra Mundial, durante la fase dos se acrecentó la importancia estratégica y económica de implementos tecnológicos como la radio con una clara orientación de servicio público. A partir de 1980 los rubros tecnológicos, económicos y sociales transformaron radicalmente las políticas de comunicación por lo que durante la fase tres muchos gobiernos optaron por políticas de privatización y venta de empresas de medios de comunicación.

FASE UNO

Durante la fase de la política industrial de las comunicaciones emergentes, las políticas de comunicación se basan en la interacción entre los intereses de los Estados y las operaciones comerciales e industriales de las empresas donde ambos tienen ventajas mutuas en forma de privilegios, regulaciones y restricciones. Las políticas en general tienen que ver con la obtención de metas donde existe un balance de poder entre el gobierno y las empresas.

En este caso, durante la fase uno los medios de comunicación son considerados ramas industriales con importancia estratégica subordinadas a los intereses nacionales tanto económicos como políticos. La política de comunicación por definición es un servicio público eficiente bajo el control y supervisión del Estado, acompañado por el desarrollo tecnológico y económico de la infraestructura y distribución de redes por lo que el interés público es definido por el Estado y el beneficio financiero de las empresas es creado por ellas mismas existiendo un equilibrio entre el bienestar económico y la búsqueda de la competitividad.

En el caso del cine mexicano la década de los 30 significó la etapa culminante del proceso de "reconstrucción nacional" (De La Vega Alfaro, 1991: pp. 28-29), lo cual se tradujo en la institucionalización del régimen presidencialista y en un control pleno de las fuerzas sociales

bajo la dirección del propio Estado, con miras a establecer las bases de un desarrollo plenamente capitalista. En ese marco, los productores filmicos mexicanos iniciaron un juego de libre competencia, mismo que permitió el incremento de la producción, lo que a su vez sería aprovechado por varios cineastas para lograr algunas de las obras más importantes en la historia del cine mexicano.

El establecimiento de una industria cultural como la cinematográfica en México tiene algunos detonantes entre los que podemos destacar la sonorización, la cual implicó una condición necesaria pero no suficiente, puesto que también fue necesaria la consolidación de una política nacionalista de los regímenes de la revolución, además de que en términos estéticos, se realizó una exploración de temas y asuntos que derivaron en la "comedia ranchera", que se convirtió en una fórmula dramática exitosa tanto en México como en América Latina (Dávalos, 2008). Este proceso se consolidó en 1936 con el éxito de *Allá en el Rancho Grande*, de Fernando de Fuentes, que entre otras cosas provocó que los empresarios filmicos se aglutinaran en la Asociación de Productores Cinematografistas de México.

Para 1939 la fundación del Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica de la República Mexicana (STIC), adscrito a la Confederación de Trabajadores de México (CTM) refleja el crecimiento en la importancia política, económica y social de la industria cinematográfica. Esta situación se consolidó gracias a una política de financiamiento impulsada durante las administraciones de Cárdenas y Ávila Camacho, pues a partir de 1942 entra en funciones el Banco Cinematográfico, institución crediticia fundada por el gobierno para apuntalar el desarrollo de la industria del cine (Gómez, 2006: 239). Es importante mencionar que durante los años de la guerra, Hollywood se dedicó a la realización de gran cantidad de películas de corte bélico, por lo que esta situación permitió al cine mexicano acrecentar sus mercados.

En términos generales, durante esta fase en México se crean las bases para el desarrollo industrial del cine mexicano a partir de ser considerado por los gobiernos de esa etapa como un elemento fundamental para la consolidación del nacionalismo revolucionario (Dávalos, 2008).

FASE DOS

La fase dos consistente en las políticas del servicio público de comunicación propuesta por Van Cuilenburg y McQuail (2003: p. 191) se extiende después de la Segunda Guerra Mundial hasta 1980, cuando los entonces nuevos medios se están desarrollando sobre la base del mejoramiento de los instrumentos de distribución. En Europa esto fue una oportunidad y una necesidad para reconstruir por entero los sistemas comunicativos dentro de las líneas democráticas después de la guerra. Las decisiones sobre los medios de comunicación se convirtieron en resoluciones políticas, de hecho, el financiamiento proviene de recursos públicos. Asimismo, considerando el contexto de la guerra fría, estas medidas fueron establecidas en términos de ofrecer unidad nacional y la representación de la libertad y la democracia.

Entre las características de esta fase podemos mencionar el servicio universal, diversidad de contenido político, social y cultural, así como el servicio para el público en general. A grandes rasgos la política del servicio público de medios de comunicación en términos ideales, en primer lugar, tiene como objetivo el acceso universal con la finalidad de construir una autonomía que

permita ser independiente del gobierno y de los monopolios privados; en segundo término, es responsable ante la sociedad, las audiencias y los usuarios, y por último es diversa en términos políticos y sociales para llegar a la meta de la democracia.

En el caso del cine mexicano, debido a su capacidad para captar divisas durante el lapso 1942-1945, se convirtió en una de las cinco industrias más importantes del país y logró instaurarse como la cinematografía más poderosa de Iberoamérica (De la Vega Alfaro, 1991: p. 35). La época de oro estaba en plenitud tanto artística como económicamente a tal grado que los empresarios cinematográficos se integraron a los sectores de la distribución y exhibición, quedando organizada la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica Mexicana, por lo que de esta forma se cerraba el círculo consistente en producción-distribución-exhibición (consumo) hasta la la aprobación de la ley durante el periodo de 1949-52.

A pesar que durante este periodo se creó una estructura industrial y el marco legal y jurídico, con la Ley de la Industria Cinematográfica (1949) y el Reglamento de la Ley de la Industria Cinematográfica (1951), la cinematografía mexicana a lo largo de esta fase cayó en una crisis debido al desgaste creativo y del sistema de producción, así como una política sindical de puertas cerradas. De hecho durante la década de los cincuenta y los sesenta la crisis afectó no sólo la calidad de las películas, sino también la relación entre productores, distribuidores y exhibidores (Ayala Blanco, 1968; García Riera, 1971; De la Vega Alfaro, 1995).

Ante la crisis del sector, la administración de López Mateos (1958-1964) estatizó las dos empresas de exhibición más importantes, Operadora de teatros y Cadena de Oro, pertenecientes hasta ese entonces a William Jenkins, lo cual implicó la participación directa del Estado en la industria no únicamente como entidad financiera y reguladora, sino como rector de la exhibición cinematográfica. Posteriormente en 1969, el gobierno de Díaz Ordaz adquirió a través del Banco Cinematográfico los Estudios Churubusco lo cual consolidó su intervención en la industria (Gómez, 2006: p. 247).

La administración de Luis Echeverría (1970-76) consolidó esta política de estatización (García Riera, 1998: p. 278), pues entre otras cosas en 1971 presentó el "Plan de reestructuración de la industria cinematográfica mexicana", el cual tenía la intención de modificar la deteriorada imagen del cine mexicano. De hecho, una de las principales acciones de esta administración fue involucrarse de manera directa en la producción, sobre todo debido a que las películas de la iniciativa privada habían antepuesto excesivos intereses comerciales por encima de las necesidades sociales (Banco Nacional Cinematográfico, 1976).

La injerencia de la administración echeverrista en la producción comprendió la creación de tres compañías: Corporación Nacional Cinematográfica (CONACINE), Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores y Estado I (CONACITE I) y Corporación Nacional Cinematográfica de Trabajadores y Estado II (CONACITE II). Asimismo, durante este periodo se construyeron el Centro de Capacitación Cinematográfica y la Cineteca Nacional en los espacios de los Estudios Churubusco (Mora, 1982: p. 114).

En términos generales, durante esta fase se incrementó la producción estatal en comparación con la de los productores privados, los cuales, en 1975 durante una ceremonia de los "Arieles" (premios a lo mejor del cine mexicano) se les invitó a abandonar la industria fílmica por solicitud del propio presidente Echeverría. Este discurso en los hechos significó que los volúmenes de producción estatal se incrementaran en 1976 y 1977, primer año de la

administración de López Portillo, con 35 y 44 películas respectivamente. Al mismo tiempo, la iniciativa privada ante la reducción de créditos del Banco Nacional Cinematográfico sólo produjo 15 y 23 películas en esos mismos años (De la Vega, 1991: p. 57).

Esta etapa que culminó en 1976 fue excepcional en términos estéticos y artísticos (García Riera, 1998: p. 278), sin embargo, la administración de López Portillo modificó las políticas precedentes en el sector cinematográfico a tal grado que se eliminaron de tajo los avances del sexenio anterior. A grandes rasgos, durante este período presidencial se debilitó la infraestructura estatal al eliminar CONACITE I, creció el divisionismo entre cineastas y funcionarios, además de que inició la desaparición del Banco Nacional Cinematográfico (Pérez Turrent, 1995; Fernández, 1998).

A diferencia de lo sucedido durante esta fase en otros países en lo referente a la consolidación del servicio universal de los medios de comunicación a partir de los preceptos de autonomía y democracia, en México se desarrolló un proceso que consolidó un sistema político autoritario dominado por una burocracia perteneciente al Partido Revolucionario Institucional (PRI) que limitó el desarrollo y las posibilidades democráticas de la sociedad mexicana. Asimismo, en lo relacionado a los medios de comunicación durante este período se desarrollaron y fortalecieron monopolios como el de Televisa (Dávalos, 2008).

FASE TRES

La tercera fase planteada por Van Cuilenburg y McQuail (2003: p.197) referente al paradigma de las políticas de las nuevas comunicaciones comprende la convergencia tecnológica donde la economía de los medios de comunicación es fundamental para el desarrollo de políticas. Es importante decir que las corporaciones han desarrollado nuevos mercados internacionales y también han expandido y cruzado las fronteras regulatorias. La política de los medios de comunicación es conducida por la lógica económica y tecnológica. A pesar de ello, el servicio público de medios de comunicación y telecomunicaciones no puede desaparecer de la agenda política. La convergencia, la liberalización de los mercados de comunicación y la abundancia de información y comunicación demanda una diferente conceptualización de las políticas de comunicación.

En México, a partir del periodo de Miguel de la Madrid (1982-1988), el gobierno se fue retirando gradualmente de la regulación de las empresas paraestatales que interferían con el desarrollo del mercado, por lo que se empezó a dar más prioridad a lo económico sobre el bienestar socio-cultural y político bajo las directrices de las políticas neoliberales (Dávalos, 1995: p. 146). Por otra parte, durante esta etapa también influyeron en el diseño de las políticas los compromisos adquiridos en distintos acuerdos y tratados económicos internacionales y regionales, como la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) (Gómez, 2006).

Es importante señalar que a partir de la administración de Salinas de Gortari (1988-1994) se establecen las políticas de comunicación vigentes en México hasta la fecha (Gómez, 2007: p. 395). De manera general se termina por completo con la protección y el control estatal de la producción, distribución y exhibición del cine mexicano. A pesar de la existencia del Instituto Mexicano de Cinematografía, al vender y privatizar lo que quedaba de la industria

cinematográfica el gobierno dejó desprotegida una industria que terminó de extinguirse al no tener capacidad de producción, pues al desaparecer la distribuidora Películas Nacionales y ser vendida la Compañía Operadora de Teatros (COTSA) el cine mexicano se quedó sin ventanas de distribución y exhibición, pues no tuvo posibilidades de recuperación de las inversiones para reiniciar el proceso productivo (Sánchez Ruiz, 1996: p. 19).

La industria, después de estar cimentada sobre el aparato gubernamental durante muchos años, al ser liquidada y privatizada, dejó de existir al quedarse sin canales de producción, distribución y exhibición. En 1992 se impulsó una reforma a la Ley de la Industria Cinematográfica, donde sólo se hizo hincapié en tres reformas: a) desmantelamiento de la mayoría de las obligaciones que se le adjudicaban al estado con la industria; b) la eliminación de la cuota de pantalla de 50 a 10% y c) la liberalización de los precios de taquilla (Galperin, 1999: p. 634). De esta forma se abrió la posibilidad a la participación sin restricciones de capitales extranjeros en las ramas de producción, distribución y exhibición.

Es importante mencionar que la Ley del 92 tuvo como beneficiarios a los exhibidores y los distribuidores —principalmente de capitales extranjeros—, ya que la ley sólo se centró en los puntos o temas que siempre habían levantado un gran interés y debate por parte de estas ramas de la industria cinematográfica —los relacionados con la cuota de pantalla y la liberalización de los precios de taquilla (Gómez, 2006: 398).

A pesar de la transición democrática, durante la administración de Vicente Fox (2001-2006) en lo referente a la política cinematográfica se propuso el cobro de un peso por cada boleto vendido en las taquillas del país para el apoyo a la producción cinematográfica mexicana a través de los fondos FOPROCINE⁵ y FIDECINE⁶. Sin embargo, ante esa propuesta las majors estadounidenses de distribución filmica interpusieron una serie de amparos para no pagar el impuesto. Al final, el fallo judicial favoreció a los distribuidores, de esta forma es notorio que la lógica empresarial influye en las políticas públicas de comunicación, en este caso particular, la cinematográfica (Ugalde, 2005).

En el mismo tenor, durante esta administración el Ejecutivo Federal presentó en 2003 ante la Cámara de Diputados la propuesta de desincorporar, enajenar, fusionar o desaparecer las instituciones en propiedad del estado relacionadas con la industria cinematográfica: Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) y los Estudios Churubusco. De esta forma quedó latente el interés de las administraciones gubernamentales por eliminar de su presupuesto a las instituciones culturales (Romero Sánchez, 2003).

⁵ El Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine) se constituyó el 2 de diciembre de 1997, con el propósito fundamental de estimular el cine mexicano de calidad, como un nuevo modelo de financiamiento que permitiera la participación de los sectores público y privado. En un principio el Foprocine tenía la intención de reinvertir los ingresos obtenidos por las películas apoyadas, sin embargo, actualmente funciona a través de la "vía de capital de riesgo", puesto que financia en su mayoría "óperas primas" (Peguero, 1997)

⁶ El 29 de marzo de 2001 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía, el cual explica en su séptimo capítulo el funcionamiento del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine). En términos generales, el objetivo del fondo es fomentar y promover de manera permanente la creación cinematográfica a través de un sistema de apoyos financieros, de garantía e inversiones. "Es importante mencionar que el Fondo es administrado por un comité técnico compuesto por productores, distribuidores, exhibidores, IMCINE, la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas, la Secretaría de Hacienda y Sindicatos" (Vargas, 2001). A diferencia del Foprocine, el Fidecine apoya a proyectos comercialmente viables al proporcionar actualmente un máximo de 10 millones pesos o el 49% del costo total de un proyecto cinematográfico.

A partir de este panorama coincidimos con Van Cuilenburg y McQuail (2003: p. 203) en los conceptos centrales de un modelo de políticas de comunicación consistentes en la libertad de comunicación y el acceso. En primer lugar, la libertad de comunicación es uno de los objetivos principales de cualquier política de comunicación, en donde las actividades se hacen con libertad, contribuyen al debate público y permiten la expresión artística y creativa.

En cuanto al concepto de acceso a la comunicación aplica a la estructura, contenido y audiencias donde en general existe la posibilidad para los individuos, grupos, organizaciones e instituciones para compartir los recursos de comunicación de la sociedad. Es decir, participando en el mercado de los servicios de distribución y de contenido, tanto como emisores como receptores.

En el caso del cine mexicano, durante esta fase no se han aprovechado adecuadamente las herramientas tecnológicas en términos de producción, circulación y consumo. Asimismo, es importante señalar que las políticas de comunicación en México, "ante el acelerado proceso sistemático de desmantelamiento de la nación" (Dávalos, 2008), han sido re-reguladas para dar primacía a las inversiones privadas por encima del servicio público.

EL CINE MEXICANO ANTE LA CONVERGENCIA

El cine mexicano durante los últimos 50 años ha sufrido momentos de crisis y renovación, por lo que este período podemos dividirlo en tres etapas denominadas los "tres nuevos cines mexicanos" (Sánchez Ruiz, 2006: p. 61). El primer nuevo cine mexicano se desarrolló a partir de 1964 con el Primer Concurso de Cine Experimental, convocado en ese entonces por el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica.

El segundo "nuevo cine mexicano" inicia a partir del período presidencial de Luis Echeverría (1971-1976) dentro del cual la cinematografía mexicana es operada en todas sus áreas (financiamiento, producción, distribución, exhibición, preservación y educación) por la administración gubernamental. Finalmente, al ser aprobada la Ley de Cinematografía de 1992 se consolida el proceso de "liberalización" del cine mexicano para dar paso al "tercer nuevo cine mexicano".

En términos generales, la cinematografía mexicana durante esta última etapa ingresó en un proceso de descomposición que se puede dividir en tres fases: a) un proceso casi inexorable de contracción, en particular de la producción nacional; b) concentración en unas pocas empresas, tanto de la producción como de la distribución y la exhibición; c) una acelerada transnacionalización, es decir, una cada vez mayor articulación, subordinada al mercado mundial dominado por Estados Unidos (Sánchez Ruiz, 2006: p. 71).

Por otra parte, es una realidad que los topes de taquilla impuestos por las compañías exhibidoras en México limitan las posibilidades de varias películas producidas de manera independiente sin el respaldo de una mayor, por lo que es necesaria la búsqueda de alternativas de distribución no únicamente para la recuperación económica de estas producciones, sino también para acrecentar la diversidad y creación cultural.

Antes del establecimiento de las estrategias económicas neoliberales en los 70 y 80, las políticas culturales estaban diseñadas por los gobiernos en tres niveles: a) Legislativo, b) Regulación y c) Subsidios. En varios países la desregulación de las industrias culturales en este

período realmente se convirtió en un proceso de re-regulación en el cual los cambios en la legislación de los medios de comunicación beneficiaron a las grandes corporaciones privadas y sus operadores (Hesmondhalgh, 2002: 108).

En el caso de México las políticas audiovisuales desde 1988 al 2006 se han fundamentado en cuatro aspectos:

“1) privatización y “adelgazamiento” paulatino de las empresas audiovisuales y de telecomunicaciones; 2) rerregulación y neorregulación de los mercados audiovisuales al priorizar las infraestructuras tecnológicas y los intereses de negocio de los grupos económicos dominantes; 3) disminución de la intervención pública en la producción, distribución y exhibición de los productos audiovisuales (Galperin, 1999: 634), a través de subsidios y financiamiento; y 4) la apertura a la participación de capitales extranjeros en todos los rubros del audiovisual” (Gómez, 2008: 206).

En este sentido, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes dentro de sus estrategias para el fomento de la producción cinematográfica, delineó algunos de estos preceptos al señalar que se debe “alentar la participación de otros sectores económicos en la producción cinematográfica nacional” y “fomentar la participación del sector social y privado para el fomento de la producción cinematográfica y en general de la industria del cine” (Programa Nacional de Cultura, 2007: p. 168-169). A partir de esto, podemos señalar que la característica esencial de la política cinematográfica en México consiste en ceder parte de la responsabilidad del desarrollo cultural a la iniciativa privada. Por lo tanto, ahora el diseño de las políticas culturales y audiovisuales son definidas conjuntamente con grupos empresariales (Mateos-Vega, 2007).

De acuerdo con este espíritu, el Eficine (Estímulo Fiscal al Cine) que es una reforma al artículo 226 de la Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 2006, es una medida para incentivar la producción de películas, lo cual representa un elemento que forma parte de este proceso de re-regulación de las industrias culturales en México y que promueve la colaboración entre las iniciativas culturales del gobierno mexicano y los empresarios.

Sin embargo, a pesar de que este estímulo en términos generales es positivo para el desarrollo de proyectos cinematográficos, sufre de serias limitaciones al restringir los montos de inversión. La máxima cantidad anual que se puede invertir por parte de los contribuyentes del ISR para obtener beneficios fiscales es de 500 millones de pesos. En términos técnicos, la cifra máxima por contribuyente y por proyecto es de 20 millones de pesos, además de que cada aportación tiene un tope de 10 por ciento del ISR a cargo del contribuyente en el ejercicio inmediato anterior o contra el impuesto al activo.

Asimismo, desde su aprobación este estímulo ha sido obstaculizado por la propia Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por lo que en el caso de la cinematografía mexicana esto es un indicativo de las contradicciones políticas de una administración que propone proyectos culturales financiados con recursos de la iniciativa privada y por otro, un autosabotaje de sus propias instituciones hacendarias para eliminar cualquier medida que pretenda promover el desarrollo cultural y cinematográfico (Olivares, 2009).

Por lo tanto, podemos señalar que a pesar de las transformaciones legales establecidas durante los últimos años en México no se ha consolidado una política integral, sistemática y

explícita de fomento al cine nacional por lo que depende de la voluntad política de la administración en turno que se establezcan y apliquen estímulos e incentivos.

En este contexto hay que señalar que durante 2006 en México se propusieron ajustes en la Ley Federal de Radio y Televisión y en la Ley Federal de Telecomunicaciones los cuales fueron considerados inconstitucionales por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en 2007 (Alva de la Selva, 2008). Por otra parte, durante este período la Secretaría de Comunicaciones y Transportes presentó el Acuerdo de convergencia (Diario Oficial de la Federación, 2006), que en términos generales dejaba las puertas abiertas para que empresas como Telmex y Televisa dispusieran de una red en la que tuvieran la posibilidad de ofrecer el triple play conformado por servicios telefónicos, de televisión e Internet (Vidal Bonifaz, 2007).

En el caso mexicano, el proceso de convergencia ha implicado transformaciones políticas, económicas y tecnológicas representadas por la apertura a la inversión ya sea extranjera o privada, alianzas y fusiones empresariales, además del desarrollo de diferentes servicios a través de la convergencia de los medios de comunicación y las telecomunicaciones (Gómez y Sosa, 2010: p. 110). Estos factores sin lugar a dudas afectan la construcción y el desarrollo de las políticas cinematográficas en México, por lo que en este sentido, ahora para pensar en una legislación que incentive y promueva la producción cinematográfica en México, es pertinente plantearla a partir de entender la convergencia como un proceso multidimensional que puede ser definido en tres niveles (Murdock, 2000: p. 36):

Convergencia de formas culturales

Convergencia de sistemas de comunicación

Convergencia de propiedad corporativa

A partir de estos tres niveles es posible comprender que la convergencia es un proceso que permite la creación y el intercambio cultural (Jenkins, 2006). En segundo lugar, facilita el desarrollo de diversas ventanas para distribuir los mismos servicios y contenidos, los cuales están disponibles en la televisión, en el teléfono móvil y en Internet. Ante estos nuevos mercados, las compañías de medios de comunicación han desarrollado alianzas con empresas de software, Internet y telecomunicaciones en general (Schiller, 1999: p. 89). Por último, la convergencia digital también maximiza la propiedad corporativa al motivar alianzas entre las más grandes compañías de medios de comunicación y operadores de telecomunicaciones para adquirir ventajas competitivas en el mercado y obtener mayores beneficios en el entorno digital (Garnham, 2000: p. 52).

La utilización de estos niveles puede significar el establecimiento de conceptos y estrategias que permitan la creación de mecanismos legales, políticos, financieros y tecnológicos que protejan e incentiven el desarrollo de la cinematografía mexicana. En determinado momento, la aplicación de la convergencia como proceso multidimensional puede motivar estrategias alternativas de producción y distribución para facilitar el desarrollo de un mayor número de cineastas en México.

La industria cinematográfica es parte integral del sistema económico mundial y al mismo tiempo tiene implicaciones sociales y políticas, por lo que en el fondo las transformaciones regulatorias, económicas y tecnológicas del sector han modificado de manera global la

estructura de las industrias culturales.⁷ Los cambios en las formas de distribución y la consolidación del formato digital han permitido multiplicar el número de ventanas disponibles para los productos audiovisuales. Al mismo tiempo, estas transformaciones han sido acompañadas por un proceso general de desregulación y una disminución de la intervención pública en los mercados culturales (Galperin, 1999: p. 630).

En México tradicionalmente los gobiernos posrevolucionarios surgidos del Partido Revolucionario Institucional (PRI) eran los encargados de definir las políticas de comunicación, sin embargo, las transformaciones de orden neoliberal modificaron esta situación. Estos cambios también afectaron las acciones del gobierno mexicano con respecto a la regulación de las nuevas redes de telecomunicaciones tanto en la distribución como en la construcción de los mercados (Schiller, 1999: p. 45).

Hoy en día no es posible pensar en políticas culturales, específicamente cinematográficas, sin tomar en cuenta la configuración del sistema de telecomunicaciones en México y las implicaciones de las políticas neoliberales apoyadas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional durante los años ochenta. En este sentido, la privatización de la compañía Teléfonos de México (Telmex) en 1990 puede ser considerada como un factor que alteró radicalmente las acciones del gobierno mexicano ante la convergencia a partir de ese momento y durante las administraciones subsecuentes.

La cesión del control económico a la iniciativa privada sobre el sector de las telecomunicaciones no sólo concedía las facilidades para el desarrollo de infraestructura, sino también las prerrogativas sobre los beneficios económicos obtenidos de las emergentes ventanas y estrategias de mercado de las industrias culturales ante la convergencia. En este sentido, la reconfiguración de las redes de telecomunicaciones no sólo implica una transformación en las políticas empleadas por los gobiernos en el sector sino también representa cambios en la creación y consumo de recursos de comunicación y cultura (Murciano, 2006: p. 384).

La privatización de Telmex significó un incremento en el número de líneas telefónicas fijas en México, lo que a su vez representó un aumento en la cantidad de usuarios, pero al mismo tiempo las desigualdades sociales fueron más evidentes puesto que “el acceso universal” sólo era para el 45% de la población mexicana (Schiller, 1999: p. 52). Por otra parte, es necesario señalar que a partir de ese período se estableció, desarrolló y consolidó el monopolio de Telmex en el mercado de las telecomunicaciones en México.

Esta situación permitió que Telmex incrementara sus inversiones y el control de la oferta de servicios de telefonía móvil e Internet a lo largo de los últimos años (Hogenboom, 2004: p. 208). Por lo tanto el acceso a las nuevas ventanas distribución de productos audiovisuales en México está condicionado por intereses económicos, por lo que ahora el desarrollo de las políticas de comunicación y cultura, en este caso las cinematográficas, están inevitablemente ligadas al mercado de las telecomunicaciones y sus operadores.

⁷ En 2006 los ingresos mundiales por concepto de asistencia a las salas de cine ascendieron a 25.82 miles de millones de dólares. Fuente: 2006 U.S. Theatrical Market Statics. Worldwide Market Research & Analysis. Motion Picture Association.

LA CONVERGENCIA COMO OPORTUNIDAD PARA LA CREACIÓN CINEMATOGRAFICA

La producción cinematográfica es el centro de gravedad del sector audiovisual, por lo que tiene unas connotaciones culturales indiscutibles (Álvarez Monzoncillo, 2007: p. 107). Las telecomunicaciones al convertirse en un factor esencial para el diseño y funcionamiento de las industrias culturales incrementan las posibilidades de utilizar la convergencia para crear no sólo modelos de negocio y estrategias de mercado sino también alternativas culturales y artísticas donde la obtención de beneficios económicos no sea la única directriz. Sin embargo, es una realidad que el desarrollo de los sistemas digitales orientados a la apertura cultural y artística puede tener limitaciones.

De acuerdo con Álvarez Monzoncillo (2007: p. 142) el entorno digital también se enfrenta a una serie de problemas derivados de la piratería, los derechos de autor o la concentración empresarial:

Problemas con el ancho de banda. Por ejemplo debido a la lentitud o por no asegurar un servicio universal a las zonas más alejadas.

Riesgo de mayor concentración en la distribución.

Piratería, ausencia de remuneración a los autores o incompatibilidad de sistemas.

Sin embargo, a pesar de las limitaciones anteriores, es factible que la convergencia continúe transformando no sólo los procesos de consumo y las estrategias de mercado del sector audiovisual sino también los procesos creativos y artísticos. Por lo tanto, se pueden abrir más ventanas para los cineastas interesados en explotar esta veta ante las limitaciones de las políticas de fomento cultural y audiovisual en México.

La carencia de políticas de estímulo a la integración de las nuevas redes como parte fundamental del desarrollo cultural en México puede limitar las posibilidades de distribución, pero tal vez no las inquietudes creativas de aquellos artistas interesados en utilizar las nuevas ventanas como plataformas de expresión y difusión de sus obras.

La convergencia no sólo es una oportunidad para crear y consolidar negocios de operadores de telecomunicaciones y productores de contenidos, sino también para desarrollar alternativas que pueden ser aprovechadas para crear bienes culturales y de comunicación a pesar de que las políticas o los mercados puedan representar riesgos y obstáculos para el desarrollo de iniciativas independientes. En este caso, lo importante de la convergencia no es sólo la interconexión de redes, terminales y dispositivos para almacenar y transmitir palabras, música e imágenes, sino el proceso en el que ingresan los usuarios para comunicarse e interactuar.

En términos creativos, en el caso mexicano, uno de los proyectos que exploró las posibilidades que brinda la digitalización para la producción cinematográfica fue Vera (2003), el cual desarrolló una convergencia entre la dimensión tecnológica y cultural, al utilizar de manera artística la manipulación de imágenes a través de un proceso digital que a su vez implicó nuevas formas de producción cinematográfica. Asimismo, Pachito Rex (2001), es otra película que utilizó la digitalización para crear escenografías por computadora para disminuir los costos de producción lo que a su vez creó una estética cinematográfica nada usual en el medio mexicano.

Estos ejemplos reflejan en primer lugar las transformaciones que se están desarrollando en la producción cinematográfica y sus efectos en la creación artística. En un segundo momento, también implican una serie de oportunidades que ya han sido exploradas por algunos cineastas, lo que a su vez también puede ser un motivo para entender que las herramientas tecnológicas desarrolladas por la convergencia no son definitivas para la creación cinematográfica, sin embargo, implican cambios políticos, económicos y culturales en la forma de hacer cine.

CONSIDERACIONES FINALES

La utilización de las tres fases sobre las políticas de comunicación propuestas por Van Cuilenberg y McQuail (2003) empleadas para describir las políticas cinematográficas desarrolladas en México parten de la idea de proponer un análisis histórico estructural (Sánchez Ruiz, 1992) con el objetivo de entender que “lo económico y lo político constituyen dos de las instancias –y procesos- fundamentales de la sociedad, que interactúan complejamente entre sí y con la cultura, para determinar el espacio social que, en el capitalismo, constituye una estructura histórica desigual, aunque cambiante” (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009: p.53).

En el caso del desarrollo histórico de los medios de comunicación en México, las diferencias históricas con los casos estadounidense y europeo son notorias, sin embargo, lo importante es entender cómo los medios de comunicación, en su papel de industrias culturales⁸, inciden en la sociedad en términos políticos, económicos y culturales, es decir, afectan “la totalidad de las relaciones sociales” (Mosco, 2006: p. 60).

Por lo tanto, las fases utilizadas no sólo permiten retratar el contexto histórico de las políticas cinematográficas en México sino que también abren un nuevo espacio para entender las transformaciones de los medios de comunicación y su relación con la sociedad. Por lo tanto, este marco de referencia puede ser fundamental para entender los cambios y oportunidades que representa la convergencia en la cinematografía mexicana con el objetivo de mejorar sus condiciones de producción, distribución y exhibición.

Este tipo de análisis también puede ser enriquecido con las aportaciones de la economía política de la comunicación y la cultura, la cual centra su estudio histórico principalmente en cuatro procesos: “el desarrollo de las industrias culturales; la extensión de su rango corporativo; su mercantilización y el cambiante rol de la intervención del Estado y los gobiernos en la producción cultural” (Golding y Murdock, 1991: p. 19).

La economía política de la comunicación y la cultura concibe los procesos sociales e históricos como multidimensionales, por lo tanto, la convergencia no sólo consiste en la transformación e integración de las estructuras industriales y corporativas de industrias culturales y telecomunicaciones (Murdock y Golding, 1999: p. 122), sino también tiene implicaciones políticas, económicas, legales, tecnológicas y culturales (Sánchez Ruiz y Gómez, 2009: p. 53).

⁸ Las industrias culturales conforman un “conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1988: p. 26)

BIBLIOGRAFÍA

- Alva de la Selva, A.R. (2008). La ruta de la pantalla chica en 2007. Belicosidad televisiva, *Revista Mexicana de Comunicación*, 20 (109), 14-22.
- Álvarez Monzoncillo, J. M. & López Villanueva, J. (2007). Situación de la industria cinematográfica española. Políticas públicas ante los mercados digitales. En J.M. Álvarez Monzoncillo, J.C. Calvi, C. Gay, G. Gómez Escalonilla & J. López Villanueva (Eds.). *Alternativas de Política Cultural. Las industrias culturales en las redes digitales (Disco, cine, libro, derechos de autor)* (pp. 107-164). Barcelona: Gedisa.
- Ayala Blanco, J. (1968). *La aventura del cine mexicano*. México: Era.
- Banco Nacional Cinematográfico (1976). *Informe general sobre la actividad cinematográfica en el año 1976 relativo al Banco Nacional Cinematográfico, S.A. y sus filiales*. México: Banco Nacional Cinematográfico.
- Bustamante, E. (2004). Cultural industries in the Digital Age: some provisional conclusions, *Media, Culture & Society*, 26 (6), 803-820.
- Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (2009). Resultados 2008 de la industria cinematográfica nacional. México: Canacine.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2007). *Programa nacional de cultura 2007-2012*. México: Conaculta.
- Dávalos, F. (1995). Notas sobre las condiciones actuales de la industria cinematográfica mexicana. En D. Covi (Ed.), (1995). *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá* (pp. 143-154). México: UNAM-FCPyS.
- Dávalos, F. (2008). *El Cine Mexicano: Una Industria Cultural del Siglo XX*. Tesis de Maestría en Comunicación. México: FCPyS-UNAM.
- De La Vega Alfaro, E. (1991). *La industria cinematográfica mexicana. Perfil histórico-social*. México: Universidad de Guadalajara.

- De La Vega Alfaro, E. (1995). Origins Development and Crisis of the Sound Cinema (1929-1964). En P. Paranaguá (Ed.), (1995). *Mexican Cinema* (pp. 79-93). Londres: British Film Institute-IMCINE.
- Diario Oficial de la Federación. (3-10-2006). Acuerdo de convergencia de servicios fijos de telefonía local y/o audio restringidos que se proporciona a través de redes públicas alámbricas e inalámbricas. *Diario Oficial de la Federación*. pp. 74-105.
- Diario Oficial de la Federación. (27-12-2006). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Código Fiscal de la Federación; de las leyes de los Impuestos sobre la Renta, al Activo y Especial sobre Producción y Servicios; de la Ley Federal del Impuesto sobre Automóviles Nuevos y de la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo. *Diario Oficial de la Federación*. pp. 37-54.
- Fernández, M. (1998). Lágrimas y risas: la Ley Federal de Cinematografía de 1992, *Estudios Cinematográficos*, 14, 9-15.
- Forman, P. & Saint John, R. (2000). Creating convergence. *Scientific American*, 283 (5), 50-56.
- Galperin, H. (1999). Cultural industries policy in regional trade agreements: the cases of NAFTA, the European Union and Mercosur. *Media Culture Society*, 21, 627-648.
- García Riera, E. (1971). *Historia Documental del Cine Mexicano*. Tomo III. México: Era.
- García Riera, E. (1998). *Breve Historia del Cine Mexicano: Primer Siglo 1897-1997*. México: Ediciones Mapa.
- Garnham, N. (1998). Media Policy. En A. Briggs & P. Cobby (Eds.), (1998). *The Media: An Introduction* (pp. 210-233). Harlow: Longman.
- Garnham, N. (2000). *Emancipation, the media, and modernity. Arguments about the Media and Social Theory*. Nueva York: Oxford University Press.
- Golding, P. & Murdock, G. (1991). Culture, communications and political economy. En J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), (1991). *Mass media and society* (pp. 15-32). Londres: Edward Arnold.
- Gómez, R. (2006). *El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)*. Tesis Doctoral. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

- Gómez, R. (2007). Políticas de comunicación en México 1988-2006. El giro neoliberal (1988-2006). En A. Peimbert & R. Gómez (Eds.), (2007). *Comunicación para el desarrollo en México* (pp. 389-429). México: ULA-AMIC.
- Gómez, R. (2008). Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico. *Comunicación y Sociedad*, 10, 191- 223.
- Gómez, R. & Sosa, G. (2010). La concentración en el mercado de la televisión restringida en México. *Comunicación y Sociedad*, 14, 109-142.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. Londres: Sage Publications.
- Hogenboom, B. (2004). Economic Concentration and Conglomerates in Mexico. *Journal of Developing Societies*, 20 (3-4), 207-225.
- Instituto Mexicano de Cinematografía (2009). Informe de actividades 2009. Recuperado el 11 de diciembre de 2010 de <http://www.imcine.gob.mx/informes-imcine.html>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. Estados Unidos: New York University Press.
- Mateos Vega, M. (2007, 26 de septiembre). Sergio Vela propone articular un diálogo cultural con la IP. *La Jornada*. Recuperado el 26 de septiembre de 2007 de www.jornada.unam.mx/2007/09/26/index.php?section=cultura&article=a05n1cul
- Mora, C. J. (1982). *Mexican Cinema: Reflections of a Society (1896-1980)*. Berkeley: University of California Press.
- Mosco, V. (2006). La economía política de la comunicación: una actualización diez años después. *Cuadernos de información y comunicación*, 2, 55-79.
- Motion Picture Association (2006). *U.S. Theatrical Market Statics*. Worldwide Market Research & Analysis.
- Murciano, M. (2006). Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: Pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social. *Zer*, 20, 371-398.
- Murdock, G. & Golding, P. (1999). Common markets: corporate ambitions and communications trends in the UK and Europe. *The Journal of Media Economics*, 12 (2), 117-132.

- Murdock, G. (2000). Digital futures: European Television in the Age of Convergence. En J. Wieten & G. Murdock & P. Dahlgren (Eds.), (2000). *Television across Europe* (pp. 35-57). Londres: Sage.
- Olivares, J.J. (2009, 12 de junio). Ugalde deja Fidecine "saturado de tanta burocracia de Hacienda". *La Jornada*. Recuperado el 12 de junio de 2009 de <http://www.jornada.unam.mx/2009/06/12/index.php?section=espectaculos&article=a08n1esp>
- Peguero, R. (03-12-1997). Crean Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad. *La Jornada*. p. 29.
- Pérez Turrent, T. (1995). Crises and Renovations (1965-91). En P. Paranaguá (Ed.), (1995). *Mexican Cinema* (pp. 94-116). Londres: British Film Institute-IMCINE.
- Prado, E. (2002). Televisión en la era digital: homogeneización versus diversidad, *Telos*, 51.
- Romero Sánchez, G., et al. (14-11-2003). Ratifica el Senado acuerdo que involucra a Imcine. *La Jornada*. Recuperado el 16 de diciembre de 2009 de <http://www.jornada.unam.mx/2003/11/14/008n3pol.php?origen=index.html&fly=1>
- Sánchez Ruiz, E. (1992). *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. México: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruiz, E. (1996). El cine mexicano y la globalización: concentración e intercambio desigual, *Renglones*, 36, 17-27.
- Sánchez Ruiz, E. (1998). Cine y globalización en México. El desplome de una industria cultural, *Comunicación y Sociedad*, 33, 47-91.
- Sánchez Ruiz, E. (2006). La industria cinematográfica del TLCAN: Del "mercado libre" a las políticas públicas. En E. Sánchez Ruiz, E., N. García Canclini & A. Rosas Mantecón (Eds.), *Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y el extranjero* (pp. 11-85). México: IMCINE-Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruiz, E. & Gómez, R. (2009). La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación. En A. Vega (Coord.), (2009). *La comunicación en México. Una agenda de investigación* (pp. 53-68). México: UNAM-CEIICH-PCPyS-UJAT-UABC-AMIC.

Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*. Cambridge: MIT Press.

Ugalde, V. (2005). Panorama de la producción cinematográfica nacional, *Estudios Cinematográficos*, 26, 50-59.

Van Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003). Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communication Policy Paradigm, *European Journal of Communication*, 18 (2), 181-207.

Vargas, A. (23-08-2001). Joskowicz, de plácemes por los recursos asignados al FIDECINE. *La Jornada*. p. 4a.

Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.