

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA INDUSTRIA  
CINEMATOGRAFICA EN  
AMÉRICA DEL NORTE,  
1992-2006**

**TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
MAESTRA EN ESTUDIOS EN RELACIONES INTERNACIONALES  
PRESENTA:  
ARGELIA ERANDI MUÑOZ LARROA**

**DIRECTOR: DR. ALEJANDRO MERCADO CELIS**

**CIUDAD UNIVERSITARIA**

**2009**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Dedicada al plancton luminiscente,  
la vía láctea y las anguilas  
de Great Barrier, NZ*

## AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Alejandro Mercado Celis por todo su apoyo, por iniciarme en el estudio de la teoría de la geografía económica y por su asesoría. Al Dr. Rodrigo Gómez García por compartir su mirada crítica y sus conocimientos sobre la Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Al Dr. Allen Scott por haberme enriquecido con sus clases e sus investigaciones. A la Dra. Graciela Martínez-Zalce por su lectura minuciosa, por seguirme apoyando y alentando. A los doctores Alejandra Salas Porras y Francisco Peredo Castro por su tiempo y sus observaciones. A todos los anteriores les agradezco sus comentarios y recomendaciones.

Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme permitido estudiar dentro de su comunidad y por haberme permitido realizar la estancia de investigación en la Universidad de California Los Ángeles, gracias a ésta por recibirme.

Inmensa gratitud a aquellas personas que contribuyeron con su conocimiento y resolvieron mis dudas para realizar la investigación: Xavier Pérez Grobet, Lucía Muñoz Larroa, Aynara Chávez y John Wulsin, Samantha Camacho Guadarrama, Ronald Arias Ortega.

Agradezco inmensamente a las personas que me ofrecieron su tiempo y sus conocimientos al responder los cuestionarios para sus casas productoras. Y de manera especial a quienes me concedieron valiosas entrevistas: José Antonio Elo, Víctor Ugalde, Marcela Fernández Violante, Héctor López, Cuauhtémoc Bravo, Roberto Luque, Fernando Fernández, Felipe Marino, Jesús Eduardo Oviedo, Amanda Sucar, Rodrigo Ordoñez, Issa Guerra, Agustín Mesa, Fernando Álvarez Garcés y Claudio Guerra.

A la banda de LA: A Jesús Hermosillo, Karina Muñiz, Te Ka, Stephen Narsoo, Raahi Redy y Jay Hergot. A las lobas madrileñas: Lui, Nat, Pils, San y Clau. A Elia Lara, Citlali, Sajid, Sol, Carlitos, Betsa, Ixxic, Zir y Ron.

A la familia.

La tesis se realizó mediante el apoyo financiero del CONACYT, la DGEP y la fundación Muñoz Larroa.

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	13
<b>CAPÍTULO 1</b>	18
1.1 MARCO TEÓRICO	18
1.1.1 La problemática de los sectores filmicos en Norteamérica	18
1.1.2 Los actores en cuestión y la teoría de la regulación	19
1.1.3 Dos posturas teórico explicativas del desarrollo de la industria fílmica	27
1.1.3.1 Teoría de la industrialización geográfica	28
1.1.3.2 La Economía Política de la Cultura y el estudio de los oligopolios	35
1.2 LAS INDUSTRIAS CULTURALES	42
1.2.1 Definición conceptual de las industrias culturales	42
1.2.2 Economía de la industria cinematográfica	44
1.2.2.1 Características del producto	44
1.2.2.2 Características del mercado	46
1.2.2.3 Características de costos y financieras	47
1.2.2.4 Características de la oferta	48
1.2.2.5 La cadena de valor en la industria cinematográfica	50
1.3 CONTEXTO HISTÓRICO: LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	52
1.3.1 La internacionalización de las industrias culturales	52
1.3.1.1 La hegemonía estadounidense	55
1.3.1.2 La problemática internacional entorno a las industrias culturales	56
1.3.2 El debate de la excepción cultural	58
1.3.3 Las industrias culturales en los regimenes internacionales	61
1.3.3.1 Las industrias culturales en la Organización Mundial de Comercio	63
1.3.3.2 El contrapeso de la UNESCO	65
1.3.3.3 El Tratado de Libre Comercio de América del Norte	66
1.3.3.3.1 Las industrias culturales en el antecedente del TLCAN	67
1.3.3.3.2 El TLCAN y las industrias culturales	68
1.3.3.4 Las verdaderas negociaciones	70
1.4 CONCLUSIONES	72

<b>CAPÍTULO 2</b>	74
2.1 LAS CINEMATOGRAFÍAS EN AMÉRICA DEL NORTE	74
2.2 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN MÉXICO, 1992-2006	80
2.2.1 Diagnóstico general de la industria cinematográfica actual	80
2.2.2 Tendencias actuales: las nuevas políticas culturales, el libre comercio y la globalización	81
2.2.3 El arreglo institucional	83
2.2.4 Antecedentes	83
2.2.5 Ley Federal de Cinematografía 1992 y las políticas cinematográficas de Salinas	87
2.2.6 Ley Federal de Cinematografía 1998 y las políticas cinematográficas de Zedillo	88
2.2.7 Políticas cinematográficas durante el sexenio de Fox	90
2.2.8 Indicadores sectoriales	92
2.2.8.1 Producción	92
2.2.8.2 Distribución	95
2.2.8.3 Exhibición	96
2.2.9 Problemas de la industria fílmica en México	97
2.3 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN ESTADOS UNIDOS, 1992-2006	99
2.3.1 El arreglo institucional del sector cinematográfico estadounidense	100
2.3.2 Antecedentes	103
2.3.3 La crisis y el renacimiento hollywoodense	106
2.3.4 Las tendencias actuales	108
2.3.5 Indicadores sectoriales	110
2.3.5.1 Producción	110
2.3.5.2 Distribución	111
2.3.5.3 Exhibición	113
2.4 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN CANADÁ, 1992-2006	115
2.4.1 El estado actual de la industria cinematográfica canadiense	115
2.4.2 El arreglo institucional	117
2.4.3 Antecedentes: Conformación y consolidación de la estructura oligopólica	117
2.4.4 El gobierno interviene	111
2.4.5 El despegue del sector productivo	123
2.4.6 Las políticas públicas	125
2.4.7 Políticas actuales	129
2.4.8 Indicadores sectoriales	130
2.4.8.1 Producción	130
2.4.8.2 Distribución	132
2.4.8.3 Exhibición	133
2.5 CONCLUSIONES	135

<b>CAPÍTULO 3</b>	139
3.1 EL SECTOR PRODUCTIVO CINEMATOGRAFICO EN MÉXICO	139
3.1.1 Introducción	139
3.1.2 Características de la rama de producción cinematográfica en la C. de México	141
3.1.3 Estructura de la rama de producción cinematográfica en la C. de México	149
3.1.4 Las grandes empresas productoras	150
3.1.5 Las empresas productoras independientes	153
3.1.6 Patrones de organización industrial ¿La especialización flexible o la descapitalización flexible?	156
3.1.7 Proveedores auxiliares y especializados en las distintas fases de la cadena de valor	160
3.2 MERCADOS LABORALES Y PATRONES GEOGRÁFICOS	165
3.2.1 Patrones laborales	165
3.2.2 Patrones geográficos	174
3.3 INFRAESTRUCTURAS INSTITUCIONALES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN MÉXICO	181
3.3.1 Las instituciones del sector público	182
3.3.2 Las instituciones del sector civil	190
3.3.3 Las instituciones académicas	193
3.3.4 Las instituciones del sector privado	194
3.4 EL OLIGOPOLIO DE LA TV, LA DISTRIBUCIÓN Y LA EXHIBICIÓN DE CINE EN MÉXICO	196
3.4.1 Los oligopolios de la distribución y exhibición	196
3.4.2 El duopolio de la televisión en México	204
3.5 CONCLUSIONES	209
<b>CAPÍTULO 4</b>	212
4.1 LAS RELACIONES ENTRE LAS CINEMATOGRAFÍAS MEXICANA, CANADIENSE Y ESTADOUNIDENSE	212
4.1.1 Coproducciones internacionales	212
4.1.2 Los flujos de capital	215
4.1.2.1 Producciones Fugitivas	215
4.1.2.2 Las empresas subsidiarias	222
4.1.2.3 La fuga de capital a través de la comercialización transnacional de películas y las exenciones de impuestos	225
4.1.3 La movilidad laboral y los flujos culturales	228
4.2 CONCLUSIONES	230

<b>CAPÍTULO 5</b>	232
5.1 EL DISTRITO INDUSTRIAL CINEMATOGRAFICO EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU REGULACIÓN SOCIAL	232
5.1.1 Radiografía de la industria cinematográfica mexicana	232
5.1.2 Interpretación del diagnóstico: la industria de facto y la industria deseable	236
5.1.2.1 Mantenimiento del <i>status quo</i>	237
5.1.2.2 La resistencia	239
5.2 ¿QUÉ TIPO DE INTEGRACIÓN EXISTE ENTRE LAS CINEMATOGRAFÍAS DE AMÉRICA DEL NORTE?	241
5.2.1 La regulación social en las cinematografías de América del Norte	244
5.3 NOTAS HACIA LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CINEMATOGRAFICAS EN MÉXICO	253
5.4 CONCLUSIONES	263
<b>CONCLUSIONES GENERALES</b>	265
<b>ANEXO</b>	270
Metodología	270
<b>REFERENCIAS</b>	279
Entrevistas	279
Electrónicas	280
Hemerográficas	281
Bibliografía	284



## ÍNDICE DE CUADROS Y FIGURAS

Cuadro 1. Mecanismos de coordinación económica	23
Cuadro 2. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación económica	24
Esquema teórico. Dimensión macro de la escuela de la Economía Política de la Cultura	37
Cuadro 3. Las posturas del debate sobre la excepción cultural	59
Cuadro 4. Argumentos librecambistas y excepcionistas	59
Cuadro 5. Acuerdos regionales y regímenes internacionales que afectan América del Norte	61
Cuadro 6. Cronología del cine en México, Estados Unidos y Canadá	77
Gráfica 1. Producción nacional anual 1980-2007	94
Cuadro 7. Actores de arreglos institucionales en México, Canadá y EU	137
Cuadro 8. Historia de acciones oligopólicas, intentos de apoyo a sectores productivos y aplicación de leyes antimonopólicas en la industria cinematográfica	138
Tabla 1. Edad de compañías productoras de cine en México	141
Gráfica 2. Estructura de propiedad de la empresa	142
Gráfica 3. Jerarquía de actividades realizadas por las compañías	143
Gráfica 4. Especialización en las fases de producción	144
Gráfica 5. Renta de equipo y facilidades	145
Gráfica 6. Reinversión	146
Gráfica 7. Jerarquización de los modos de financiamiento utilizados por productores	147
Gráfica 8. Tamaño de las empresas	149
Gráfica 9. Pymes independientes: evaluación de importancia de distintas actividades multimedia	155
Gráfica 10. Tipo de relaciones que establecen las productoras	159
Gráfica 11. Jerarquización de utilización de servicios externos al sector productivo	161

Gráfica 12. Tipo de relación con proveedores de servicios externos al sector productivo	162
Gráfica 13. Servicios requeridos dentro del sector	163
Gráfica 14. Tipo de relación con empresas de servicios dentro del sector	164
Gráfica 15. Promedio de remuneración por categoría de empleo	172
Gráfica 16. Jerarquización de la ubicación de la mayoría de los proveedores de servicios en general	176
Mapa. Compañías de producción cinematográfica en la Ciudad de México	178
Diagrama 1. Instituciones parasectoriales del cine en México	183
Gráfica 17. Utilización de fondos estatales	184
Diagrama 2. Instituciones estatales relacionadas con el cine en México	187
Gráfica 18. Percepción de representación política por instituciones	189
Gráfica 19. Evaluación del desempeño gubernamental	190
Gráfica 20. Vinculación con actividades académicas	193
Cuadro 9. Comparativo de los distritos industriales en América del Norte	210
Cuadro 10. Promedio de recuperación por película mexicana (Fidecine)	226
Esquema. Integración cinematográfica en América del Norte	231
Cuadro 11. EU. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación	246
Cuadro 12. México. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación	247
Cuadro 13. Canadá. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación	248
Cuadro 14. Los espacios posibles de la gobernanza cultural	262

## INTRODUCCIÓN

El estudio de las industrias culturales, los medios de comunicación y los flujos de información ha sido limitado desde el campo de las Relaciones Internacionales, probablemente debido al carácter reciente de los fenómenos. Sin embargo, éstos operan significativamente en el mundo contemporáneo dentro de sociedades altamente mediatizadas, en las que su importancia económica, política y cultural aumenta. El valor simbólico se infiltra cada vez más en la realización de todo tipo de productos y las industrias culturales llegan a participar en un 6% del PIB de las naciones desarrolladas y en desarrollo.<sup>1</sup>

Es dentro del corpus de las ciencias sociales como la sociología, la antropología, la comunicación y la economía donde encontramos avances en el estudio de la cultura industrializada contemporánea.<sup>2</sup>

La siguiente investigación se centrará, con un enfoque socio-económico, en la problemática del desarrollo asimétrico de los distritos fílmicos más importantes de la región de América del Norte: Los Ángeles, Toronto, Vancouver y la Ciudad de México.

Si bien los estudios culturales, la economía de medios, la comunicación política y la ciencia social behaviorista han contribuido con conocimiento clave al estudio de la cinematografía, el presente trabajo está posicionado dentro de la Economía Política, un enfoque de estudio que se considera indicado para poder cubrir los siguientes objetivos de la investigación:

- Descripción de las cinematografías nacionales: su industria fílmica, sus marcos institucionales y políticas culturales.
- Presentar un panorama del desarrollo endógeno de la industria cinematográfica en México y su inmersión en la región de América del Norte.
- Conocer las condicionantes y determinantes del grado de desarrollo de los distritos cinematográficos en cuestión.
- Presentar el tipo de integración económica existente en América del Norte y sus efectos en las industrias fílmicas de los tres países.

---

<sup>1</sup> Siendo entonces de los sectores de mayor crecimiento y dinamismo. Ernesto Piedras maneja cifras del 4 % hasta el 6% del PIB, (depende de qué sectores se incluyen dentro de las industrias culturales, contemplar el sector turístico arrojaría las tasas más altas). La UNESCO y la OCDE reportan la contribución promedio de las industrias culturales al PIB de sus países miembros en un 4%. Piedras, "Crecimiento y desarrollo económicos basados en la cultura" en García Canclini, *Las industrias culturales y el desarrollo en México*, México: SER, Flacso, Siglo XXI Editores, 2006. p.58.p.46. Arizpe, "Cultura, comercio y globalización". En Mato, Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de. 2005. pp. 107-126. [En línea] Archivo disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Arizpe-Alonso.rtf>, consultado en octubre, 2007.

<sup>2</sup> Han sido varias escuelas las encargadas de sistematizar el conocimiento al respecto, entre ellas están: los estudios culturales, la economía de medios, la comunicación política y la ciencia social behaviorista.

Debido a la carencia de estudios particulares sobre el distrito cinematográfico de la Ciudad de México, se realizó una encuesta a las empresas productoras cinematográficas en México que permitió obtener información sobre la organización de los negocios del sector, la concentración geográfica, la estabilidad empresarial, las transacciones intersectoriales, intrasectoriales e institucionales del sector fílmico productivo, así como, las características laborales de éste. En otras palabras, el trabajo de campo tuvo por objetivo encontrar las tendencias en los patrones de organización laboral, industrial y geográfica de la industria capitalina. La realización de estudios similares en EU y Canadá permitió hacer algunas comparaciones entre los distritos industriales de los tres países.

Los efectos del Tratado de Libre Comercio en el cine de la región han sido previamente abordados por varios autores,<sup>3</sup> una de las metas de la presente investigación es hacer un acopio sistemático de estas aportaciones y profundizar con mayor grado de concreción en el funcionamiento de los distritos industriales locales y las relaciones entre ellos. La idea es presentar una radiografía base que permita a estudios posteriores, que van más allá de las posibilidades de esta investigación, incursionar a fondo en la exploración de propuestas de políticas públicas para fomentar y consolidar la cinematografía en México aprovechando las ventajas y disminuyendo las desventajas que implica la inmersión en las dinámicas de la globalización.

El interés en la industria fílmica mexicana se deriva de la importancia potencial del sector por su capacidad de generar *desarrollo económico local directo*: rendimientos, empleo, especialización, atomización de beneficios económicos a otros sectores de industrias culturales y no culturales.

Los productos cinematográficos tienen para el consumidor un valor simbólico más alto que el de sus propósitos prácticos formando así parte de las construcciones y relaciones sociales.<sup>4</sup> Además, una industria cinematográfica consistente y exitosa es inherente al desarrollo de imágenes que representan una localidad a nivel internacional, cuyas *ventajas culturales* pueden implicar el incremento de conocimiento de las propias estéticas y necesidades regionales (artísticas y sociales), así como, un aumento en el nivel de conocimiento interregional y de retroalimentación cultural entre las regiones.

Por otro lado, la creación de una reputación estética favorece la comercialización de las industrias culturales en general y se convierte en una *ventaja económica indirecta* trascendental. Por

---

<sup>3</sup> Enrique Sánchez Ruiz (2006), Rodrigo Gómez García (2007), Delia Crovi (1999), Néstor García Canclini (2006).

<sup>4</sup> Para profundizar en la importancia cultural de las industrias culturales como actividades sociales, manifestación de la diversidad creativa y cultural, de disfrute estético y actividad de ocio, así como, su aportación simbólico espiritual, narrativa y de entretenimiento para los seres humanos, pueden consultarse estudios sobre recepción social, estudios culturales, Economía Política de la Cultura y teoría de antropología cultural. Autores como Raymond Williams (1958), Nicholas Garnham (2000), Néstor García Canclini (1999), David Hesmondhalgh (2000) y Lawrence Grossberg (1992).

último, es necesario observar que una región cuyo papel industrial, cultural y comercial es importante, puede tener mayor presencia política intra e interregionalmente hablando. De este modo, se favorece la participación e injerencia en la toma de decisiones que involucra a la industria, la sociedad, la infraestructura regional, la fuerza laboral, entre otros.

El carácter industrial, sociocultural y político de la actividad cinematográfica hace que cumpla con funciones importantes para el *desarrollo económico* de una sociedad, entendido como la vinculación del crecimiento económico con el bienestar social traducido en el mantenimiento relativo de altos salarios y la elevación de la calidad de vida de las personas.

Ver el tema desde la perspectiva internacional es imprescindible dado que el desarrollo económico de las sociedades está cada vez más vinculado a las fuerzas internacionales de la globalización. Para las Relaciones Internacionales, vista como un área de estudio que se ocupa de la sociedad internacional y sus problemas, los temas de la cultura y del desarrollo desigual entre los Estados, tienen cabida como parte importante del esfuerzo de la humanidad por entenderse y transformarse a sí misma.

El capitalismo actual en su fase globalizada y multinacional está conformado por interrelaciones, interdependencias y flujos no únicamente de gente y capital, sino de símbolos culturales, a tal grado que lo simbólico y la información son ya elementos clave en la valorización del capital. Este tipo de capitalismo basado en el conocimiento y la información presenta industrias culturales con tasas de crecimiento por encima de las industrias manufactureras y agrícolas tradicionales. Sin embargo, los países menos desarrollados se enfrentan a la dificultad de mantener la producción de sus industrias culturales tras las políticas de neo-regulación,<sup>5</sup> privatización y apertura al capital y al mercado extranjero.

En este contexto, se desenvuelve la cinematografía mundial siendo Hollywood el centro de producción que ha mantenido la preeminencia internacional desde los años 20. Por esta razón pareciera que la suerte de las cinematografías nacionales está vinculada, de una u otra manera, al desarrollo supremo de Hollywood y a sus políticas agresivas en el frente del mercado construidas en un sistema extensivo de canales de distribución tendientes al oligopolio.<sup>6</sup> Las cinematografías mexicana y canadiense son principalmente susceptibles a la hegemonía Hollywoodense dada la cercanía geográfica, relacional y económica con Estados Unidos, dentro del marco de regionalización y construcción de bloques económicos como el generado tras la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

---

<sup>5</sup> Cambios en los marcos legales de derechos de autor (su liberalización), así como, las transformaciones a las leyes de comunicaciones y las modificaciones a las legislaciones laborales.

<sup>6</sup> Scott, *On Hollywood: The place, the industry*, EUA: Princeton University Press, 2005.

Este último ha conformado un marco institucional de consolidación de medidas de liberalización comercial entre los tres países cuyas consecuencias, entre otras causas, son el mantenimiento del estado actual de la cinematografía de la región. La desigualdad entre ellas es perceptible en los montos de inversión, producción y ganancias, en los flujos de intercambio comercial, laboral y cultural, en los niveles de especialización, profesionalización y desarrollo tecnológico, así como, en el tamaño de los mercados de consumo cautivos. En todos estos indicadores, la industria cinematográfica estadounidense es la máxima beneficiada y es interés de esta tesis responder ¿Cuáles han sido los factores decisivos y los factores que han coadyuvado para que la industria cinematográfica estadounidense sea globalmente hegemónica y que las de México y Canadá estén subdesarrolladas?

La investigación parte del supuesto hipotético de la necesidad de ciertas condiciones primarias de desarrollo endógeno del distrito industrial traducidas en ventajas competitivas: articulación en las interacciones al interior del distrito, generación de externalidades económicas positivas y obtención de espirales de rendimientos crecientes. Por otro lado, las economías de escala alcanzadas por medio de la distribución y la exhibición de películas son condiciones sin las cuales no ocurriría el desarrollo industrial y masivo del sector. Las lógicas del capitalismo que operan en esta industria en particular (y en las industrias audiovisuales en general) tienden a garantizar dichas economías de escala mediante la concentración del capital y la conformación de oligopolios. Estas dinámicas constriñen y potencian el desempeño de una industria cinematográfica sobre la cual operan –como la estadounidense-, pero también tienen efectos en otras industrias fílmicas con las que se relacionan –como la mexicana y la canadiense.

Por otro lado, los marcos político-sociales han sido condiciones que han ayudado a cumplir la importante labor de asegurar o moldear la fuerza de los imperativos económicos.

La idea no es hacer “leyes” de estas determinantes y condicionantes, sino revisar cómo estos factores han participado en el caso concreto de las cinematografías en América del Norte.

Las dos teorías que utilizaremos para apoyar las hipótesis mencionadas en los párrafos anteriores son teorías complementarias y pertinentes para esta investigación por las siguientes razones. La industrialización geográfica estudia variables de desarrollo industrial endógeno basado en el grado de articulación e interacción entre los agentes económicos que pertenecen a un distrito industrial. La Economía Política de la Cultura maneja variables relativas a los vínculos económicos externos de los distritos industriales, el papel que juegan en ellos las fuerzas económicas del capitalismo y las consecuencias socioeconómicas y culturales para las sociedades.

Por otro lado, la teoría de la regulación es útil como marco teórico metodológico que analiza mecanismos económicos y extra-económicos de coordinación que aseguran la reproducción

social de los regímenes económicos; esta teoría contempla la inclusión de una variedad de actores y niveles socio-espaciales que permiten estudiar adecuadamente el tema desde una perspectiva estructural e internacional.

El contenido de la tesis es presentado de la siguiente manera: En el Capítulo 1 se expondrán el marco teórico y el contexto histórico del tema de estudio; en el Capítulo 2 se abordará el panorama histórico y actual de las industrias cinematográficas de los tres países con base en los ejes de análisis de la Economía Política de la Cultura; el Capítulo 3, está dedicado al análisis empírico del distrito industrial cinematográfico de la Ciudad de México (comparándolo con datos de otros distritos industriales de América del Norte) basado en los ejes de análisis de la teoría de industrialización geográfica; finalmente, el Capítulo 4 explora la relación entre las tres cinematografías nacionales; el Capítulo 5 examina el tipo de integración económica y sociocultural existente en América del Norte bajo los supuestos de la teoría de la regulación.

Finalmente, es pertinente aclarar que todas las traducciones de citas de textos en idioma inglés son realizaciones propias.

## CAPITULO 1

El primer apartado de éste capítulo tiene el objetivo de plantear el problema de disparidad entre las industrias de cine en América del Norte, las preguntas y primeras respuestas acerca de las causas de dicha situación. Posteriormente, se describirán las tres corrientes teóricas seleccionadas para dar respuesta a las interrogantes que ocupan este trabajo: la teoría de la regulación, la industrialización geográfica y la Economía Política de la Cultura. El segundo apartado está dedicado a conceptualizar las industrias culturales y en particular a la industria cinematográfica a través de sus características económicas. Finalmente, el tercer apartado presenta el contexto histórico actual de internacionalización de las industrias culturales en el que se despliegan las cinematografías de la región norte del continente americano.

### 1.1 MARCO TEÓRICO

#### 1.1.1 LA PROBLEMÁTICA DE LOS SECTORES FÍLMICOS EN NORTEAMÉRICA

La problemática que preocupa a esta investigación es la asimetría económica en América del Norte y la competencia desigual no sólo en la lucha de mercados sino en la producción de alternativas culturales. Lo que está en riesgo con esta situación es la diversidad cultural representada y construida por la cinematografía. Dado que Estados Unidos tiene mayores posibilidades de generar éxito económico por el nivel de desarrollo de su industria, en México y Canadá el desarrollo futuro de los sectores industriales cinematográficos debe apegarse a estrategias planeadas y objetivos puntuales derivados de un profundo conocimiento de su condición.

Es deseable que la disparidad en niveles de producción y flujos de intercambio entre los tres países se reequilibre o reestructure por las implicaciones tanto económicas como socioculturales para sus sociedades. Sin embargo, en el contexto general de integración de las economías de la región, la consolidación de la asimetría actual se ve respaldada por la firma del Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Después de catorce años de su entrada en vigor, pueden evaluarse los efectos que las políticas de liberalización han suscitado. Con base en la información cuantitativa y cualitativa de fuentes de segunda mano es contundente la existencia de perdedores y ganadores, es decir, de beneficiarios y perjudicados por las implicaciones de la liberalización dentro de las cinematografías de los tres países.

En este marco cabe preguntarse si los objetivos de las políticas cinematográficas en México se han cumplido, qué tipo de integración existe entre los sectores fílmicos de América del Norte y



en su caso qué tipo de integración sería deseable. Para acercarnos a dicha reflexión es imprescindible conocer el estado de las cinematografías nacionales en América del Norte y para ello se han planteado las siguientes preguntas de investigación con sus respectivas hipótesis.

1) ¿Qué factores han determinado el desarrollo o subdesarrollo de los sectores cinematográficos?

La hipótesis es que la existencia de una base productiva eficiente es una de las condiciones primarias del éxito económico de una cinematografía.<sup>7</sup> Además, asegurar la distribución y comercialización de las películas es un factor decisivo para mantener dicho éxito. Las lógicas económicas del capitalismo global, en su fase multinacional tendiente a la concentración del capital y al oligopolio, han presentado una serie de posibilidades y limitantes que definen el desempeño de la cinematografía. Dichas fuerzas económicas han operado sobre los sistemas de distribución y marketing fílmicos de manera determinante (aunque no determinista) hacia el desarrollo o subdesarrollo de centros cinematográficos. Conocer tanto el crecimiento endógeno de un sector industrial (explicado por la teoría de la industrialización geográfica) como las estructuras transnacionales de acumulación del capital (teoría sobre los oligopolios) nos sirven para evaluar el grado de desarrollo de la industria cinematográfica en los tres países.

2) Para entender cuál ha sido el papel de las circunstancias locales y nacionales sobre el sector industrial que nos incumbe conviene cuestionarse: ¿cuáles son los factores que han coadyuvado al desarrollo de la industria cinematográfica?

La segunda hipótesis es el carácter condicionante secundario, pero no por ello menos importante y transformador que han tenido las políticas culturales y los marcos jurídicos e institucionales que rodean al sector; las élites en el poder han jugado un papel fundamental en guiar el curso de éstos.

### 1.1.2 LOS ACTORES EN CUESTIÓN Y LA TEORÍA DE LA REGULACIÓN

Como mencionamos anteriormente nos interesa la problemática sectorial que involucra a las industrias cinematográficas mexicana, canadiense y estadounidense. Para poder comparar los rasgos del desempeño y desarrollo de estas industrias tenemos que identificar a los actores involucrados en el fenómeno en cuestión.

---

<sup>7</sup> Por éxito económico nos referimos a un distrito que logra ser autosustentable y generar rondas crecientes de rendimientos. Lo anterior no significa necesariamente el éxito derivado del “cine comercial” aunque sí de la comercialización del cine así sea de financiamiento público, privado o civil (como el financiamiento a través de sindicatos, cooperativas, organizaciones sociales, escuelas, etc).

Con fines de estudio y bajo los criterios derivados de la problemática que nos preocupa, podemos realizar una breve clasificación de los actores en las siguientes categorías:

- 1) Los actores centrales del tema de estudio son las grandes corporaciones transnacionales involucradas no sólo en la producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas y videos, sino en actividades multisectoriales.<sup>8</sup> Se componen de capital internacional, mayoritariamente estadounidense y con base en territorio estadounidense. Estos conglomerados mediáticos detentan un poder económico y político tan importante que les permite influir en la generación de cambios o bien oponerse a éstos incluso a nivel internacional.
- 2) Como actores secundarios están aquellas instituciones que generan políticas económicas que pueden influir en el mercado y en la sociedad. Entre ellos están los Estados (con mayor poder como en el caso de estados hegemónicos o menor poder en el caso de países menos desarrollados) y los organismos o regímenes internacionales. No puede pasar desapercibida la composición de estas instituciones por individuos, grupos de individuos o élites que tienen la capacidad de tomar decisiones.
- 3) Los actores marginados son aquellas pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción, distribución y exhibición cinematográfica que operan, de manera independiente respecto a las lógicas de las grandes corporaciones multinacionales, bajo un ambiente de alta inestabilidad e incertidumbre y con poca capacidad de influir en las dinámicas del mercado y del marco sociopolítico.
- 4) Un conjunto heterogéneo de actores en resistencia es conformado por audiencias (subculturas), políticos, académicos, gremios, sindicatos, realizadores cinematográficos, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, escuelas e instituciones parasectoriales que buscan tener una mayor injerencia en la construcción de marcos de regulación del sector.
- 5) Una diversidad de actores pasivos incluye audiencias o mercados pasivos globales o regionales, gremios, sindicatos, realizadores cinematográficos, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, escuelas e instituciones parasectoriales.

---

<sup>8</sup> Están involucrados en la producción de varias industrias culturales y en otros sectores como los electrónicos.

Los actores de las últimas tres categorías se desenvuelven en un ambiente de subsunción de políticas económicas y culturales nacionales y/o locales a los dictados de los actores centrales y secundarios.

Pero además de tomar en cuenta a los actores también hay que ubicar el nivel territorial de su influencia y su especificidad histórico-geográfica.

Para abordar esta multiplicidad de actores y niveles, necesitamos partir en general de una teoría cuya visión tome en consideración un panorama completo y que como base metodológica mapee la estructura, elementos y dinámicas involucrados en nuestro tema de estudio.

Dentro del campo de la Economía Política Internacional la teoría de la regulación francesa ha llevado a cabo desde los años setenta análisis empíricos que han dado pie a reflexiones teóricas útiles para esta investigación. Tomaremos como cimiento explicativo los fundamentos de esta teoría, sin embargo, no nos apegamos a estrictas metodologías de análisis y caracterizaciones taxonómicas pues van más allá de los alcances de esta investigación.<sup>9</sup> Es importante mencionar también que las dos posturas teóricas que sustentarán esta investigación, tanto la teoría de la industrialización geográfica como la Economía Política de la Cultura reconocen la influencia de la teoría de la regulación y comparten sus fundamentos.

La teoría de la regulación considera que para estudiar las dinámicas del sistema económico es fundamental no separarlo de su sustancia sociopolítica.<sup>10</sup> La existencia de imperativos económicos no implica que la economía no esté inmersa en contextos político-sociales que la limitan y la posibilitan. De ahí la importancia del estudio de los arreglos institucionales. Este pilar teórico coloca su postura dentro de la economía institucional y el institucionalismo en las ciencias sociales.

Además esta escuela es crítica de la teoría económica neoclásica y sus axiomas de información perfecta, racionalidad y equilibrio entre los actores económicos; asimismo, de considerar el mercado como único mecanismo de coordinación económica. Tanto el institucionalismo como la teoría de la regulación plantean la existencia de información imperfecta y asimétrica, racionalidad limitada y desequilibrio entre los agentes económicos; hacen hincapié además en el comportamiento estratégico por parte de grandes actores, en la existencia de bienes

---

<sup>9</sup> De hecho, las metodologías de la teoría de la regulación han variado según los autores y estudios, las taxonomías de tipos de capitalismo también, además de que no se consideran definitivas y acabadas, es más bien la parsimonia y la continua observación la que sigue guiando el espíritu teórico de esta escuela. Sin embargo, esto no quiere decir que los estudios no compartan sólidas hipótesis.

<sup>10</sup> Boyer, *Regulation Theory: The State of the Art*, EU, Routledge, 1995.

públicos, de externalidades económicas positivas (educación, innovación, salud pública) y negativas (contaminación, congestión, riesgos sistémicos).<sup>11</sup> Pero sobre todo, enfatizan que la coordinación económica es un proceso complejo en el que intervienen varios actores económicos y otros no económicos.

Con estos supuestos los regulacionistas han realizado análisis del capitalismo y sus transformaciones.<sup>12</sup> Empezaron por estudiar las fases del capitalismo, luego las diferentes formas de capitalismo y finalmente los modos de regulación y arquitecturas institucionales.<sup>13</sup>

De especial interés para esta tesis es la discusión de los distintos tipos de capitalismo en las trayectorias nacionales. Esta escuela concluye que los diferentes capitalismos dependen de la variación de los arreglos institucionales como *mecanismos de coordinación económica*.<sup>14</sup> Las economías capitalistas conllevan relaciones de intercambio interdependientes o transacciones entre actores colectivos e individuales. Hay transacciones de materias primas, productos intermedios, mercancías o servicios finales, capital, trabajo, investigación e información para solucionar diversos problemas o necesidades. “La coordinación económica o gobernanza es el proceso por el cual dichos problemas son manejados por varios actores”.<sup>15</sup> Esta idea nos permite analizar las diferencias entre los desarrollos sectoriales y nacionales de México, Estados Unidos y Canadá.

“La producción industrial de las economías capitalistas requiere de arreglos institucionales para su emergencia y sobrevivencia.”<sup>16</sup> Las formas institucionales no son más que la codificación de relaciones sociales básicas. La variedad en los arreglos institucionales de los países de América del Norte, por ejemplo, se debe a la evolución histórico-política, a las intervenciones públicas y a la combinación de los cuatro órdenes principales de mecanismos de coordinación económica: el mercado, las empresas, el estado y la comunidad (ver cuadro). Las formas institucionales de cada país de Norteamérica están constituidas por el uso de estos mecanismos en proporciones diferenciadas.

---

<sup>11</sup> Boyer, “How and Why Capitalisms Differ”, *Economy and Society*, Vol. 34, Núm. 4, Noviembre, 2005. pp. 509-557.

<sup>12</sup> Entre ellos O’Riain (2000), Boyer y Hollingsworth (1997), Hirst (1997), Saillard (1997), etc.

<sup>13</sup> Dentro de la genealogía de esta teoría están las revisiones críticas de la teoría marxista estructuralista, de las teorías macroeconómicas de Kaleckian y de la Escuela de los Anales. V. Boyer, *Regulation Theory...*, *Op. cit.*

<sup>14</sup> Boyer, *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*, EU, Cambridge University, 1997.

<sup>15</sup> *Ibid.*, p. 6.

<sup>16</sup> *Ibid.*, p. 20.

### Cuadro 1. Mecanismos de coordinación económica

MECANISMOS DE COORDINACIÓN	DESCRIPCIÓN
MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ocurre cuando actores se envuelven en actividades de transacción descentralizadas, las partes están generalmente organizadas informalmente y permanecen autónomas, cada una persigue sus intereses vigorosamente y el contrato es relativamente comprensible. Los actores especifican preferencias y precios a través del contrato que si se completa es auto-liquidable.</li> <li>▪ Así definido en su forma reducida, el mercado es sólo una fracción de las transacciones que ocurren en la economía capitalista.</li> <li>▪ Los mercados combinan el interés propio en una coordinación horizontal con otros que hacen transacciones y reflejan sensibilidad a la oferta y la demanda provocando ex post y sin intención un equilibrio. Paradójicamente mientras más pura y perfecta sea la competencia del mercado más necesita codificar las reglas del juego para coordinar transacciones económicas.</li> <li>▪ Los intercambios y transacciones pueden llevar a una competencia ruinosa y a conflictos excesivos. La competencia ruinosa varía según el contexto social.</li> </ul>
EMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ De manera más general, la jerarquía privada codifica la coordinación ejerciendo poder de decisión sobre actores que operan de acuerdo a sus intereses económicos.</li> <li>▪ Williamson (1975) y Chandler (1977) usan los costos de transacción para explicar el surgimiento de las jerarquías corporativas.</li> <li>▪ Los actores empresariales están involucrados en un comportamiento de orientación individualista. También se involucran colectivamente para solucionar problemas de interés común.</li> </ul>
ESTADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Combina los principios de la obligación con el poder de coerción. Como tal es diametralmente opuesto al mercado que se supone organiza relaciones voluntarias entre individuos que actúan por propio interés y bajo “las mismas condiciones de poder.”</li> <li>▪ Sanciona y regula varios mecanismos de coordinación no estatales. Es la última instancia de poder para gobernar mecanismos, define derechos de propiedad, manipula las políticas fiscales y monetarias. Puede convertirse en un actor económico si se involucra directamente en la producción y las relaciones de intercambio.</li> <li>▪ Las grandes economías mundiales supuestamente reguladas por mecanismos no estatales (mercado y firmas) han probado que sin el ejercicio de la autoridad pública y el estado no serían capaces de desarrollar su potencial y prosperidad económica.</li> </ul>
COMUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Es la sociedad civil sustentada en un principio obligatorio y una reputación basada en relaciones horizontales cimentadas en la confianza, la reciprocidad y la obligación.</li> <li>▪ A nivel subnacional hay clanes, clubes y comunidades.</li> </ul>
ASOCIACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Son una forma intermedia</li> <li>▪ A diferencia de las redes, los clanes y las comunidades, las asociaciones son organizaciones formales que generalmente coordinan a actores involucrados en actividades similares. Por ejemplo: asociaciones empresariales o sindicatos.</li> </ul>
REDES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Son un mecanismo intermedio y compuesto</li> <li>▪ Pueden constituirse con toda clase de actores incluyendo firmas, asociaciones y el Estado.</li> <li>▪ Son una mezcla de propio interés y obligación social entre actores independientes e iguales o a veces entre poderes e iniciativas desiguales.</li> </ul>

Fuente: Realización propia de información en Boyer y Hollingsworth, *Contemporary Capitalisms...*, *Op. cit.*

Cada mecanismo de regulación tiene sus fuerzas y debilidades, su *modus operandi* creará desbalances y conflictos que requerirán de un tercero, es decir de la intervención de otro mecanismo. En general, las combinaciones pueden asegurar dinámicas más satisfactorias que la que genere un sistema gobernado por una sola lógica. Es necesario explicar en qué consisten las ventajas y las desventajas de cada mecanismo de coordinación junto con sus precondiciones históricas o antecedentes institucionales.

El término “regulación” permite estudiar las dinámicas contradictorias entre la transformación y la permanencia de un modo de producción. Gracias a esta idea, la teoría de la regulación es capaz de hacer un análisis de diferentes dimensiones temporales: cambios estructurales, episódicos y coyunturales.<sup>17</sup>

La teoría de la regulación no pierde de vista que los actores o mecanismos de coordinación pueden existir e influir en cuatro niveles socio-espaciales: 1) regiones subnacionales, 2) ámbitos nacionales, 3) regiones transnacionales y 4) el ámbito global. La idea es esforzarse por especificar cómo las instituciones de coordinación varían en esos cuatro niveles de la sociedad.<sup>18</sup>

A continuación un cuadro que ejemplifica con el tema de estudio de la industria cinematográfica de América del Norte el cruce de niveles y mecanismos de coordinación económica según plantea la teoría de la regulación.

**Cuadro 2. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación económica**

MECANISMOS DE COORDINACIÓN	NIVELES SOCIO-TERRITORIALES			
	LOCAL (sectorial), REGIONAL SUBNACIONAL	ESTADO-NACIÓN	REGIONES TRANSNACIONALES	GLOBAL
MERCADO	Transacciones entre empresas, proveedores y trabajadores	Comercio doméstico de productos cinematográficos y secundarios  Mercados financieros nacionales	Transacciones entre empresas, proveedores y trabajadores de los países de América del Norte  Comercio de productos cinematográficos y secundarios entre los 3 países	Comercio internacional de productos cinematográficos y secundarios  Mercados financieros internacionales
EMPRESAS	Pymes o grandes empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras locales	Pymes o grandes empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras nacionales	Corporaciones transnacionales (y subsidiarias) productoras, distribuidoras y exhibidoras	Corporaciones transnacionales productoras, distribuidoras y exhibidoras
ESTADO	Gobiernos locales  Marcos legales locales	Gobiernos federales (élites): México, Canadá y Estados Unidos	(Poco control a este nivel) Acuerdos bilaterales; poderes	(Poco control a este nivel) Poderío y control de estados hegemónicos

<sup>17</sup> Influencia de la escuela de los Annales.

<sup>18</sup> Boyer, *Contemporary Capitalisms ...*, *Op. cit.*

		Marcos legales nacionales Institutos estatales Estímulos, subsidios	hegemónicos; regímenes internacionales: TLCAN*, acuerdos de coproducción cinematográfica	Derecho internacional
COMUNIDADES	Audiencias y consumidores locales; Estéticas locales Realizadores y trabajadores del cine Capital humano	Audiencias y consumidores nacionales Hábitos de consumo	Audiencias y consumidores en América del Norte	Audiencias y consumidores globales Comunidad cinematográfica internacional (realizadores)
ASOCIACIONES	ONG's, Institutos cinematográficos, escuelas de cine, sindicatos, sociedades de gestión, asociaciones o cámaras empresariales; agencias de colocación y talento	ONG's, Institutos cinematográficos, escuelas de cine, sindicatos, sociedades de gestión asociaciones o cámaras empresariales; agencias de colocación y talento	(Desarrollo débil o inexistente a este nivel) Regímenes internacionales TLCAN* (asociación entre élites, grupos de presión y autoridades gubernamentales)	(Desarrollo débil o inexistente a este nivel) UNESCO, OMC, OCDE, World International Patent Organization, Org. International del Trabajo.
REDES	Festivales locales de cine Redes empresariales de aglomeración y producción flexible	Redes empresariales de aglomeración y producción flexible	Redes de producción flexible y filiales Producciones Fugitivas	Festivales internacionales de cine Redes de distribución global Cadenas multinacionales de exhibición

Fuente: Realización propia.

Esta teoría sistematiza tres conceptos básicos estructurales. Uno de ellos es el de *régimen de acumulación* o de crecimiento con el cual se refiere a los imperativos de reproducción económica como las estructuras macroeconómicas, de mercado y las dinámicas de productividad, por ejemplo, el régimen de acumulación capitalista.

El otro es el *modo de regulación social*<sup>19</sup> como la manifestación de un arreglo institucional específico. Incluye normas, costumbres, reglas, creencias, membrecías a distintos grupos, la cultura como representaciones, ideología, habilidades, lugares y formas de vida. El *modo de regulación* es un “concepto usado para contener aquellos procedimientos y comportamientos individuales y colectivos que reproducen relaciones sociales básicas, guían regímenes de crecimiento y aseguran la existencia de una innumerable variedad de toma de decisiones descentralizadas sin que los actores sean necesariamente conscientes de esos principios de ajuste del sistema.”<sup>20</sup>

La relación entre los regímenes de acumulación y los modos de regulación es mutuamente constitutiva y la articulación entre ellos se denomina *modelo de desarrollo* que se refiere a formas históricas paradigmáticas como el taylorismo, el fordismo y el postfordismo. Si bien las formas institucionales se derivan de movimientos o circunstancias político-sociales, son los imperativos de

<sup>19</sup> La teoría de la regulación señala las formas que definen el modo de regulación: las relaciones salariales-laborales, las formas de competencia, el régimen monetario, las relaciones entre el estado y la economía, y la inserción en el sistema internacional.

<sup>20</sup> Boyer, “How and Why Capitalisms Differ...”, *Op. cit.*, p. 512.

la reproducción económica los que deciden qué configuraciones son viables en un proceso de co-desarrollo o co-evolución.

Los regulacionistas hablan de la existencia de una relativa autonomía de las instituciones integradas en una configuración social; incluso los objetivos de algunas instituciones pueden ser contradictorios con los de otras. Sin embargo, existe una lógica tendiente a que las instituciones converjan por varias razones: 1) La inmersión en una cultura cuyas dinámicas están enraizadas, organizadas estructuralmente, constreñidas técnica y materialmente y definidas políticamente; 2) porque las instituciones están funcionalmente determinadas por los requerimientos de las prácticas del capitalismo en un tiempo y lugar dados; 3) por la supervivencia institucional como resultado de mecanismos evolutivos de ensayo y error; 4) por la prevalencia de una de las lógicas (de mercado, corporativista, estatista, socialdemócrata), es decir, los mecanismos de coordinación ponen constricciones a los fines y medios de la actividad económica que pretende alcanzar una sociedad, definen lo que se vale, moldean normas e influyen en las decisiones individuales.

Los argumentos anteriores no sólo explican la existencia de un cierto grado de isomorfismo sino una complementariedad lo cual no significa necesariamente un equilibrio equitativo sino jerárquico a nivel sectorial, local, nacional, transnacional o global.

La teoría de la regulación sostiene la hipótesis de que economías similares (por ejemplo, las basadas en el libre mercado) en países desarrollados y en desarrollo presentan una especialización complementaria. Cuando hablamos de las tres economías nacionales en América del Norte, podemos hablar de un tipo de inserción internacional de los tres países donde la hegemonía económica global de Estados Unidos incide en el carácter complementario de las economías de la región (el llamado proceso de “integración”) aunque las economías sean contrastantes y estén asociadas a formas institucionales diferentes.

Las consecuencias políticas de la postura teórica regulacionista tienen que ver con la transformación social derivada del rechazo a la existencia e inevitabilidad de una única y mejor forma de capitalismo como planteaban algunos teóricos de la globalización.<sup>21</sup> “La manera en que una economía nacional se inserta en el sistema internacional es en gran medida una cuestión de elección política y no simplemente el legado de la inmersión en la división internacional del trabajo.”<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Boyer, *Regulation Theory...*, *Op. cit.*, p.7.

<sup>22</sup> Boyer, “*How and Why Capitalisms...*”, *Op. cit.*, p. 523.



A manera de conclusión, la teoría de la regulación nos es útil por las siguientes razones: 1) es una visión interdisciplinaria: la teoría inició en el campo de la economía pero se extendió a disciplinas relacionadas como la sociología, la ciencia política, la historia económica y social; 2) es una visión integradora de niveles geográficos; 3) integra dimensiones temporales (tendencias estructurales, episódicas y coyunturales); 4) tiene una visión historicista (análisis de las particularidades históricas, de cambios y continuidades); 5) propone una visión comparativa (de sectores y economías nacionales); 6) reconoce la multiplicidad de actores; 7) es un enfoque crítico (de la complementariedad de las formas institucionales y de la existencia de jerarquías) y; 8) representa una postura proactiva (la posibilidad de transformación social).

### 1.1.3 DOS POSTURAS TEÓRICO EXPLICATIVAS DEL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA FÍLMICA

Dentro del contexto amplio de la teoría económica (específicamente de la economía institucional<sup>23</sup> y la economía industrial) y con una estrecha conexión de colaboración, influencia y consistencia con la teoría de la regulación, existen actualmente dos posturas respecto a la explicación de cuál es el factor que determina el desarrollo y dinámicas económicas de las industrias culturales en el marco del capitalismo actual.

1) Por un lado, están los autores que a finales de los años ochenta postulan la **especialización flexible**, tal es el caso de la economía geográfica de la Escuela de California. Los estudios de Allen Scott, Michael Storper y Susan Christopherson sobre *economías regionales* y *los procesos de industrialización geográfica*, nos permiten caracterizar a la industria cinematográfica y observar sus relaciones espaciales en un desarrollo regional endógeno. Estos estudios son importantes pues son la base de nuestra investigación de campo, al sugerirnos formular un análisis espacial-sectorial de la industria cinematográfica en México a nivel de los patrones laborales, geográficos y organizacionales para realizar posteriormente una reexaminación cruzada de las regiones (ver capítulo tercero, cuadro de distritos cinematográficos).

2) Por otro lado, autores pertenecientes a la escuela de la Economía Política de la Cultura critican la insuficiente atención que el enfoque anterior da al papel de las grandes corporaciones en

---

<sup>23</sup> Para el enfoque económico institucional, la toma de decisiones y las estrategias de los actores económicos se basan en una racionalidad limitada, al contrario de la creencia neoclásica que tiene por fundamento la racionalidad de dichos actores. La Economía Institucional considera que existe información inadecuada sobre el mercado y sobre los otros participantes en él. La obtención de información implica costos de transacción y todas las transacciones de mercado implican riesgos derivados de la información parcial que circula. En este contexto, las firmas o empresas se constituyen como fortalezas a los costos e incertidumbres del mercado. Garnham, *Emancipation, the Media and Modernity: Arguments About the Media and Social Theory*, Gran Bretaña, Oxford University Press, 2000.

el desarrollo del sistema de producción cultural hegemónico. Los trabajos de Askoy y Robins (1992), Garnham (2005), Sánchez Ruiz (2006), Gómez García (2007), Blair y Rainnie (2000), Smith (1998), Verón (1998) y Wasko (1982), hacen hincapié en los **oligopolios**, en las economías internas de escala que caracterizan a los sistemas de distribución donde puede identificarse el poder de los grandes conglomerados de las industrias culturales.<sup>24</sup> Estos trabajos nos explican las prácticas monopólicas que han influido en la concentración del capital y sus efectos en las formas productivas que quedan fuera del oligopolio (medianas y pequeñas empresas o empresas de financiación pública, por ejemplo), así como, los efectos económicos y sociales para las comunidades. Por eso, revisaremos posteriormente conceptos de la economía no competitiva.

Si bien autores de estas posturas han llegado a debatir argumentos contrarios entre sí,<sup>25</sup> consideramos como Allen Scott, que las dos visiones no son incompatibles y que cada una aporta elementos importantes que explican el curso de las cinematografías. De hecho la primera de ellas nos es útil para entender a las cinematografías exitosas como la hollywoodense y la francesa. Sin embargo, la segunda nos es indispensable para contextualizar económicamente una cinematografía en crisis como la mexicana o bien, para analizar críticamente la relación entre las formas independientes o alternativas de producción cinematográfica y las oligopolistas.

### 1.1.3.1 Teoría de la industrialización geográfica

La economía geográfica es una teoría económica heterodoxa basada en la teoría de los rendimientos crecientes, en la teoría del crecimiento y de los costos de transacción. Uno de los aportes principales de la también llamada teoría de la industrialización geográfica es la vinculación de la industrialización con el desarrollo regional.<sup>26</sup>

Allyn Young sienta las bases de la industrialización geográfica en los años 20. Explica la obtención de ingresos crecientes y el progreso económico basándose en la noción de interdependencias dinámicas e interactividad entre los agentes económicos y los principios de causación circular y acumulativa en dichos procesos.

---

<sup>24</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 37-38.

<sup>25</sup> Tal es el caso del debate entre Askoy y Storper. Este último plantea con cierta razón que a la larga los oligopolios tienden a ser ineficientes e inoperantes (por no invertir en innovación, diferenciación y especialización de los procesos productivos), restándoles así importancia. Askoy plantea que la existencia de los oligopolios es evidente y trascendental en las industrias culturales. Si recordamos que la misma industrialización geográfica plantea que las ventajas competitivas endógenas de los centros productivos no son garantía de la eficiencia económica de las firmas debido a que pueden caer en un encierre negativo, entonces, los oligopolios como construcciones sociopolíticas que van más allá de la eficiencia económica pueden convertirse en estrategias que impidan la generación de deseconomías mediante el poder de concentración del capital que asegure economías de escala. Aún con todo su poder los oligopolios son susceptibles de quedar atrapados en patrones de encierre negativos.

<sup>26</sup> Retoma supuestos clásicos, neoclásicos y postkeynesianos. Por el alcance de su estudio puede inscribirse bajo el campo de la economía institucional pues considera que la economía no puede separarse del sistema político-social y aborda el comportamiento económico como resultado de la interacción compleja de varias instituciones.

De acuerdo con sus observaciones existen economías primarias, industrias que al crecer suelen adoptar métodos de producción indirecta como maquinaria o delegación de ciertas partes especializadas del proceso de producción en una división (técnica) interna del trabajo o hacia el exterior empleando otras firmas en una división (social) del trabajo. Las economías de esa firma representativa se vuelven economías internas y externas. Asimismo, comenta Young, existen ventajas de localización, es decir, que las industrias especializadas tienden a la mejor distribución geográfica de las operaciones industriales.

El progreso económico depende de la constante y progresiva división del trabajo que está determinada por la extensión del mercado<sup>27</sup> y que es esencial para la obtención de rendimientos crecientes. De este modo con cada ronda de producción existe la posibilidad de agrandar la escala de las operaciones de la empresa y de aquellas economías externas que se observan en la organización de la industria como un todo. En este sentido las empresas operan bien cuando son capaces de lanzar economías (externalidades o economías secundarias) para la industria como un todo mientras que hacen ganancias para sí mismas. Los rendimientos crecientes no sólo ocurren al interior de una empresa o de un sector sino en toda la economía.<sup>28</sup> La integración vertical industrial no es necesariamente el resultado del aumento de la producción industrial, puede darse al contrario una tendencia a la diferenciación industrial (variedad y diversidad) o la desintegración vertical.

Los vínculos entre la compañía y las economías externas nos remiten a la teoría de la firma, de la organización industrial y de los costos de transacción.<sup>29</sup> Si entendemos el mercado como un conjunto de transacciones dentro de un ambiente de información imperfecta puede claramente visualizarse el papel de la firma como lo propusieron Chandler y Williamson en los años 70: las empresas se constituyen como fortalezas que promueven la eficiencia, reducen los costos de transacción y minimizan el oportunismo en las relaciones de intercambio. Las corporaciones internalizan las transacciones para superar riesgos e incertidumbres.<sup>30</sup> El grado de internalización o externalización de ciertas actividades y transacciones (la decisión de integrar o desintegrar verticalmente la cadena productiva) depende de los siguientes factores: la frecuencia, la

---

<sup>27</sup> Axioma smithiano.

<sup>28</sup> Young, "Rendimientos crecientes y progreso económico", *The Economic Journal*, 1928. pp. 527-542.

<sup>29</sup> Coase, "The Nature of the Firm", *Economica*, 4, 1937. pp. 386-404.

<sup>30</sup> Williamson, "The economics of organization: the transactions cost approach", *American Journal of Sociology*, 1981. pp. 548-577.

incertidumbre y especificidad de pedido en las transacciones, así como, de las economías y deseconomías de enfoque y escala.<sup>31</sup>

El grado de dependencia e interdependencia entre economías principales y de segundo orden (externas) varía dependiendo del tipo de industrias y suministros.<sup>32</sup> Por esa razón, algunas industrias crecerán más rápido que otras y el aparente balance en el que la producción de una industria es proporcional a la producción de la otra no puede mantenerse ni ser continuo. Las contrafuerzas del equilibrio son más contundentes y están enraizadas en el sistema económico. No es que las tendencias económicas guíen al equilibrio, por el contrario, la condición apropiada es la de un equilibrio móvil.<sup>33</sup>

Esta interrelación industrial y sectorial conforma un fenómeno complejo, entonces el progreso económico y la acumulación de capital conllevan tiempo, implican el aprendizaje y cambio de hábitos del factor humano, son producto de ventajas acumuladas favorecidas por varios factores entre ellos el conocimiento y principalmente la búsqueda persistente de mercados, no como lugar para colocar un excedente sino como una salida a los productos potenciales. La expansión de mercados puede desplazar y afectar negativamente a otras industrias aunque tarde o temprano generará otras nuevas. Una de las principales consecuencias del enfoque de Young es la necesidad de ver a la industria como un todo.

Las ideas de Young son compatibles con los supuestos básicos de la teoría del crecimiento. Para ésta última, como explica Storper, la producción pone en movimiento tres fuerzas principales: 1) La inversión de capital cuya reinversión neta inicia nuevas rondas de producción en una espiral de expansión donde las formas de acumulación están en crecimiento. 2) La competencia que es la búsqueda de ventaja de una firma sobre otra y es característica del capitalismo por su organización en unidades de propiedad privada y objetivos de ganancia y expansión. 3) El cambio tecnológico<sup>34</sup> y la organización industrial que incrementan la producción, la calidad y los mercados. Para ello es

---

<sup>31</sup>La escala es el costo medio de producción por unidad en el que se obtienen rendimientos crecientes antes de alcanzar el punto donde se vuelven decrecientes. Las economías de enfoque se refieren al número de actividades distintas (variedad) al interior de una firma, en las que se presentan también rendimientos crecientes (economías) o decrecientes (deseconomías).

<sup>32</sup> Young considera que el grado de dependencia tiene que ver con si los productos generados por una industria son o no sustituibles (los productos elásticos son no sustituibles, los productos inelásticos son sustituibles) lo maneja como la elasticidad (productos no sustituibles) o inelasticidad (productos sustituibles).

<sup>33</sup> En esto coincidirá posteriormente Storper para quién el constante movimiento del sistema implica ver al desequilibrio como ritmo del capitalismo y lleva a la teoría de la industrialización geográfica a justificar la intervención del Estado para regular la actividad económica.

<sup>34</sup> Donde podrían incluirse los cambios en la manera de hacer las cosas, en transformaciones técnicas, en habilidades u organización laboral, en conocimiento, o en transformaciones culturales y de diseño.

necesario un proceso acumulativo sobre una base temprana de innovaciones. Sin embargo, los cambios tecnológicos, no son sólo maneras de salir de las crisis sino de caer en ellas.<sup>35</sup>

Los supuestos teóricos que hemos expuesto aportan a la teoría de la industrialización geográfica un primer eje explicativo: el desarrollo endógeno de la industrialización capitalista.<sup>36</sup>

Los sectores industriales conectados a los que se refiere Young forman parte de y propician una “atmósfera industrial.” Una vez que se desarrolla ese sistema, se producen externalidades: actividades económicas o no económicas potenciadas por las actividades productivas. Se generan entonces, redes complementarias de especialización. Autores como Porter, Scott y Storper enlistan los elementos que las conforman: compañías productoras interconectadas; proveedores especializados; proveedores de servicios; compañías en industrias relacionadas; mercados laborales locales; instituciones y asociaciones; mercados de consumo locales; marcos legales; infraestructura y políticas públicas. Otros ingredientes importantes implican formas tácitas que impregnan el ambiente industrial como la cultura: convenciones, conocimiento, hábitos, etc.<sup>37</sup>

Sin embargo, todos los factores que se han enumerado y que disminuyen la inestabilidad y los riesgos y potencian el crecimiento, no son ninguna garantía de ello. Los grandes centros de producción se constituyen a sí mismos como una ventaja competitiva mientras generan ingresos crecientes pero pueden caer en un “lock in” o encierre negativo y generar ingresos decrecientes o deseconomías.

Para los autores de la industrialización geográfica es esencial el análisis del carácter de las transacciones entre los componentes de los centros productivos para evaluar el grado de interacción, dependencia, incertidumbre y estabilidad. Es la articulación entre los elementos lo que, con base en la teoría, genera el desarrollo regional.

Un segundo eje que rescata la industrialización geográfica de las otras teorías que la sustentan es la importancia de los espacios económicos de ubicación industrial. Los patrones de localización industrial generan procesos de crecimiento regional.<sup>38</sup> De ahí el estudio de los

---

<sup>35</sup> Storper, *The capitalist imperative: Territory, Technology and Industrial Growth*, Oxford, Basil Blackwell, 1989.

<sup>36</sup> En lugar de lo que la escuela neoclásica plantea como determinantes: la colocación exógena de recursos, suministros y preferencias de la demanda.

<sup>37</sup> Porter, “Location, competition and economic development: local clusters in a global economy”, *Economic Development Quarterly*, 14 (1), 2000. pp. 15-34. Y Scott y Storper, “The wealth of regions: market forces and policy imperatives in local and global context”, *Futures*, 27, 1995, pp. 505-526.

<sup>38</sup> Dentro de los patrones de ubicación industrial Storper identifica el de localización, el de aglomeración, el de dispersión, y el de centros cambiantes. Cada uno de ellos depende de oportunidades, límites distintos de capacidades de crecimiento y creación. V. Storper, *The capitalist imperative...*, *Op. cit.*

“clusters” o distritos industriales<sup>39</sup>; retomamos la definición de Markusen y Park: “Un distrito industrial es un área de actividad económica comercial delimitada en tamaño y espacio que está especializada económicamente de manera distintiva ya sea en el área de recursos, manufacturas o servicios.”<sup>40</sup> En los análisis de Scott y Storper, el lugar se convierte en “una unidad de organización social y económica, así como un foco que concentra prácticas humanas convencionalizadas cuyas características dejan rastros profundos en la forma y significado cognitivo de los productos (sobre todo en los productos culturales) mientras emergen de sistemas localizados de actividad industrial.”<sup>41</sup>

Ann Markusen elabora una tipología de los distritos industriales en la actualidad que varían según la configuración de sus firmas, su orientación hacia el interior o el exterior del distrito y sus estructuras de gobernanza con repercusiones distintas para el desarrollo regional.<sup>42</sup> Los distritos Marshalliano y su variedad italianizada (por su presencia en Italia) se caracterizan por ser regiones cuyas estructuras de negocios comprenden pequeñas empresas de propiedad local. El distrito industrial Hub-and-Spoke presenta la organización de la actividad productiva alrededor de una o algunas empresas dominantes y orientadas hacia el exterior del distrito. Las plataformas satelitales son distritos de plantas filiales extranjeras propiedad de corporaciones multinacionales. El distrito anclado al estado depende de la inversión pública en una o más instituciones públicas. Un distrito real consiste más bien en una amalgama de uno o más tipos distritales, además de que pueden existir mutaciones de un tipo a otro.<sup>43</sup> (Ver capítulo tercero cuadro de distritos industriales)

Los fundamentos teóricos de los que hemos hablado están vinculados a su vez con la teoría de la especialización flexible, último eslabón base de la teoría de la industrialización geográfica. Scott y Storper han enmarcado el desarrollo actual de las industrias culturales en la etapa capitalista de producción flexible, un periodo que inicia en los años setenta en el que la economía internacional experimentó una serie de cambios rápidos y radicales en la organización industrial, las tecnologías

---

<sup>39</sup> Desde los años ochenta, la escuela italiana (Piore, Sabel y Becattini) de la economía regional retoma la noción de los distritos industriales estudiados por Marshall. Lo mismo hacen la escuela de California (Storper, Christopherson y Scott) el enfoque europeo del Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs, y el enfoque de la Economía Evolucionaria (Nelson, Winter y Soete) cada uno de ellos criticando y aportando nuevos datos con estudios de caso sobre lugares en los cuales se concentran sistemas de producción interdependientes. Storper, *The regional World: territorial Development in a global economy*, EU, Guilford Press, 1997.

<sup>40</sup> Aunque los distritos generan una cualidad adhesiva, es decir, una especie de amalgama que tiene la habilidad de atraer y mantener la atracción (entre los componentes del distrito), dicha capacidad puede ser cohesiva en un momento y perderse en otro, dados los cambios en la economía global. La habilidad de persistir depende también de las relaciones de poder dentro del distrito y entre distintas entidades distritales. V. Markusen, “Sticky Places in Slippery Space. A Typology of Industrial Districts.” *Economic Geography*, Vol. 72, Núm. 3 (Julio), 1996. Pp. 293-313.

<sup>41</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. xii.

<sup>42</sup> Esta tipología es resultado de un trabajo empírico. Con este planteamiento, la autora rechaza que los distritos de tipo marshalliano e italianizados sean los paradigmas distritales dominantes.

<sup>43</sup> Markusen, *Op. cit.*

de producción, la reestructuración de los mercados laborales y cambios subsecuentes a gran escala en las políticas de dirección económica a nivel internacional, nacional y regional.

Los teóricos de la especialización flexible explican estos cambios mediante los siguientes supuestos; con fines metodológicos distinguen entre dos paradigmas tecnológicos. Por un lado, la *producción en masa* que define la producción de grandes volúmenes de manufacturas estandarizadas usando principalmente maquinaria especializada y mano de obra no calificada. Por otro lado, está la *producción artesanal o especialización flexible* de una cambiante y amplia variedad de productos mediante la flexibilización en la utilización de maquinaria general y mano de obra calificada.<sup>44</sup> Estos modelos ideales no son puros en la realidad; lo más común sería encontrar formas híbridas de organización productiva.<sup>45</sup>

Para la teoría de la industrialización geográfica, el desarrollo del cine en Hollywood está relacionado con la existencia de modelos tecnológicos organizacionales eficientes como lo fue la producción en masa y como lo es la especialización flexible, el paradigma dominante en la actualidad.

La historia de Hollywood comprende una etapa semi-artesanal seguida por una fase industrial y la creación de un oligopolio que, de los años 20 a los 50, adopta algunas características del modo de producción en masa, reorganizando los elementos de sus operaciones internas al estilo de las líneas de producción estandarizada. La Era de los Estudios se caracteriza por la integración vertical;<sup>46</sup> sin embargo, en los años 50 y 60, ese sistema de estudios reestructura sus actividades externalizándolas; la tercerización de las actividades productivas (*outsourcing*) conforma coaliciones de pequeñas y medianas empresas en un nuevo modo de producción flexible. El nuevo paradigma responde a la crisis del sector cinematográfico mediante las estrategias de desintegración vertical y diferenciación de productos. Dicha estrategia fomentó la dependencia en los insumos especializados de proveedores independientes en el mercado externo al permitir a las grandes empresas disminuir sus costos fijos (capital, talento y fuerza laboral), costos variables (número de películas realizadas) y diferenciar sus productos mediante la innovación constante.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> Hirst, "Flexible Specialization: Theory and Evidence in the Analysis of Industrial Change" en Boyer, *Contemporary...*, *Op. cit.*, p. 221.

<sup>45</sup> Las evidencias empíricas muestran que ningún modelo predomina en un tiempo y espacio dados. La producción en masa requiere de la intervención de mano de obra calificada y de producción artesanal dentro y fuera de la firma. A su vez, algunos componentes y bienes intermedios estandarizados son necesarios para la manufactura flexible de productos finales diversificados.

<sup>46</sup> Como aclaran varios autores esto es parcialmente cierto pues las películas nunca fueron del todo productos estandarizados.

<sup>47</sup> Christopherson, "Flexible specialization and Regional Industrial Agglomerations: The case of the US Motion Picture Industry." *Annals of the Association of American Geographers*, 77 (1), 1987. Pp. 104-117.

Cualquiera de los dos modelos ha podido generar ciclos virtuosos de productividad y crecimiento económico, pero también hay pruebas de su estancamiento, en el que las compañías – grandes o pequeñas- compiten con prácticas en detrimento de los salarios, condiciones de trabajo y calidad del producto. Para evaluar el desempeño de los modelos, es indispensable hacerlo desde sus contextos institucionales. Las posibilidades históricas de que se realice un modelo u otro “dependen de marcos de regulación institucional contingentes y variables a nivel micro, de la firma y la región, o a nivel macro, de la economía nacional o internacional.”<sup>48</sup> La pluralidad actual global de marcos institucionales y posibilidades de hibridación tienden, sin embargo, hacia el desplazamiento de la producción en masa por la especialización flexible como paradigma dominante.

En la especialización flexible, el problema crucial de regulación a nivel micro es el de sostener la recombinación innovadora de recursos a través del balance de la cooperación y la competencia entre unidades productivas. Para ello hay dos tipos de arreglo institucional: los distritos industriales<sup>49</sup> y las grandes compañías descentralizadas (desintegradas verticalmente).<sup>50</sup> Ambos varían por su historial individual y los contextos institucionales nacionales. La especialización flexible ha generado en Hollywood una estructura organizacional de aglomeración donde cada unidad de producción está vinculada orgánicamente a un amplio sistema de interacciones socioeconómicas de las que depende para sobrevivir. Ese distrito industrial está conformado por unidades de producción, proveedores y servicios. Las productoras cinematográficas están conglomeradas y generan fuertes interdependencias funcionales y externalidades como efectos de una derrama que reside en redes inter-firmas, mercados laborales locales, efectos de aprendizaje e infraestructuras institucionales. La aglomeración, dice la escuela de California, ha generado derramas traducidas en beneficios como rendimientos crecientes que potencian las ventajas competitivas de cada unidad individual dedicada a la actividad cinematográfica.

En el ámbito de las políticas neoliberales el modo de producción flexible ha sido criticado por sus efectos devastadores en un marco de retraimiento del estado benefactor, de incertidumbre en los procesos productivos fragmentados y su transnacionalización, así como, de inestabilidad en los salarios y las condiciones laborales. La reestructuración llevada a cabo por los grandes estudios cinematográficos en el Hollywood de los años 50, implicó, entre otras cosas, deshacerse de las nóminas de trabajadores permanentes y el incremento de la utilización de trabajadores temporales o

---

<sup>48</sup> Hirst, *Op. cit.*, p. 221.

<sup>49</sup> Redes de firmas subcontratadas unas con otras que comparten un rango amplio de servicios; los distritos exitosos tienen también sistemas colectivos de resolución de conflictos que alientan a las firmas a competir con innovación y no con la disminución de costos.

<sup>50</sup> Las matrices tienen unidades de producción especializadas artesanalmente, estas últimas obtienen a cambio investigación, marketing, financiamiento, etc.



free-lancers en detrimento de su seguridad social y de su poder de organización sindical. En este sentido apuntan Hirst y Zeitlin, la cooperación, indispensable como elemento de regulación en la especialización flexible, depende del establecimiento de reglas que restrinjan la competencia a través de bajos salarios y peores condiciones de trabajo, así como, de la creación de instituciones colectivas para resolver conflictos y para proveer insumos no comerciales como información tecnológica o capacitación laboral.

“Los requerimientos regulatorios de la especialización flexible son incompatibles con el régimen neoliberal de desregular mercados y ahorcar la competencia.”<sup>51</sup> Si bien, los requerimientos de regulación de la especialización flexible a un nivel macro no se han definido aún, autores como Piore y Sabel, enfatizan la necesidad de mantener servicios de bienestar para evitar el rompimiento de solidaridad entre los agentes económicos.<sup>52</sup> A grandes rasgos existen dos posibilidades: por un lado, las economías regionales pueden optar por salirse del estado benefactor nacional y quedar vulnerables en un ambiente externo hostil; por otro lado, las firmas o distritos industriales pueden integrarse al sistema nacional de capacitación y seguridad social e incluso extender la especialización flexible hacia otras áreas y grupos sociales.<sup>53</sup>

Los tipos de regulación institucional a nivel micro y macro pueden satisfacerse a través de formas institucionales variadas, sin embargo, comentan Hirst y Zeitlin, no se derivan automáticamente o predeterminadamente del modelo de especialización flexible, sino que dependen de la toma de decisiones estratégicas y de las luchas políticas.

### 1.1.3.2 La Economía Política y el estudio de los oligopolios

La Economía Política de la Cultura es una escuela y área de conocimiento que se fundamenta en una teoría económica heterodoxa<sup>54</sup> y en la teoría social de la regulación. Utiliza una metodología histórico-estructural que le permite explicar la evolución de una industria cultural dentro de un marco espacial y temporal determinado, así como los cambios y continuidades ocurridos dentro de tendencias estructurales.

---

<sup>51</sup> Hirst, *Op. cit.*, p. 226.

<sup>52</sup> Piore y Sabel, “Italian Small Business Development: Lessons for US industry Policy”, en Zisman, *American Industry and International Competition*, Ithaca, Cornell University Press, 1983. Pp. 391-421.

<sup>53</sup> En cuanto a los marcos macrorreguladores a nivel de la división internacional del trabajo, la especialización flexible ha sido vista como alternativa estratégica para países del tercer mundo donde existen patrones productivos de pequeñas empresas que puedan adaptarse a ese modo de producción. Esta posibilidad depende de mecanismos efectivos de coordinación macroeconómica internacional.

<sup>54</sup> Incluye y critica conceptos y análisis neoclásicos y marxistas, toma prestados supuestos de la economía industrial, la economía institucional o de las convenciones. V. Herscovici, “Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad” en Bolaño, *Economía Política, Comunicación y Conocimiento: una perspectiva latinoamericana*, Argentina, Ediciones La Crujía, 2005.

Con el transcurrir de los años, la EPC ha logrado tres características que son fundamentos importantes en sus estudios.<sup>55</sup>

- 1) El enfoque de calidad holística: estudia a la cultura y la comunicación dentro de sistemas políticos, económicos y sociales estructurados, incluso a nivel internacional. Para esta escuela, la estructura económica es determinante sólo como punto de partida de las explicaciones y no de llegada, por ello su enfoque ha sido denominado metaeconómico. De igual manera se plantea no perder de vista la interacción de la cadena económica y el carácter de totalidad social del proceso en sus fases productiva, de circulación y consumo (ver diagrama de la siguiente página: La dimensión macro de estudio de la EPC). Advierte además sobre los determinismos económico, tecnológico y cultural.
- 2) Realiza sus investigaciones desde una perspectiva historicista y culturalista, es decir, ha batallado contra la descontextualización del marco social de la producción cultural y de la comunicación.
- 3) Ha tomado una posición política académica crítica dentro de un contexto de ficticia neutralidad escolar que está fuertemente influenciada por la orientación de mercado de las sociedades capitalistas. En este sentido plantea Robert Mc Chesney que “Las políticas, en su amplio significado, deben permear todos nuestros trabajos. Porque a fin de cuentas, las políticas permear todos nuestros trabajos”.<sup>56</sup> La idea es crear una disciplina crítica que se arriesgue a generar conocimiento nuevo y a ver desde fuera cuáles son todas las implicaciones (económicas, políticas y socioculturales) de los diagnósticos. Sugiriendo justicia y equidad, la EPC ha cuestionado el papel del Estado, ha planteado la necesidad de la regulación estatal, ha propuesto el equilibrio entre la intervención pública y la empresa privada en las industrias culturales, de ahí su aportación a la posibilidad de transformación política.<sup>57</sup>

Desde una perspectiva teórica heterodoxa, la EPC utiliza: 1) elementos del marxismo útiles para un análisis histórico-económico, 2) la economía institucional que le permite hacer un análisis de las empresas crítico a la teoría neoclásica, y 3) la teoría de la regulación que lleva a realizar un análisis de las estructuras capitalistas.

---

<sup>55</sup> Con sus orígenes en los años 60, actualmente existe la escuela estadounidense representada por Schiller y Smythe; la escuela británica a cargo de Nicholas Garnham, Peter Golding y Graham Murdock; la escuela francesa con los trabajos de Bernard Miegge, Patrice Flichy y Dominique Leroy; la escuela italiana con autores como Guissipe Rucheli; la escuela española de Enrique Bustamante y Ramón Zallo y; finalmente, la escuela latinoamericana de César Bolaño, Octavio Getino, Enrique Sánchez Ruiz, Rodrigo Gómez García y Reyes Mata, entre muchos otros investigadores. V. Bolaño, *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina*, Argentina: Biblos, 1999.

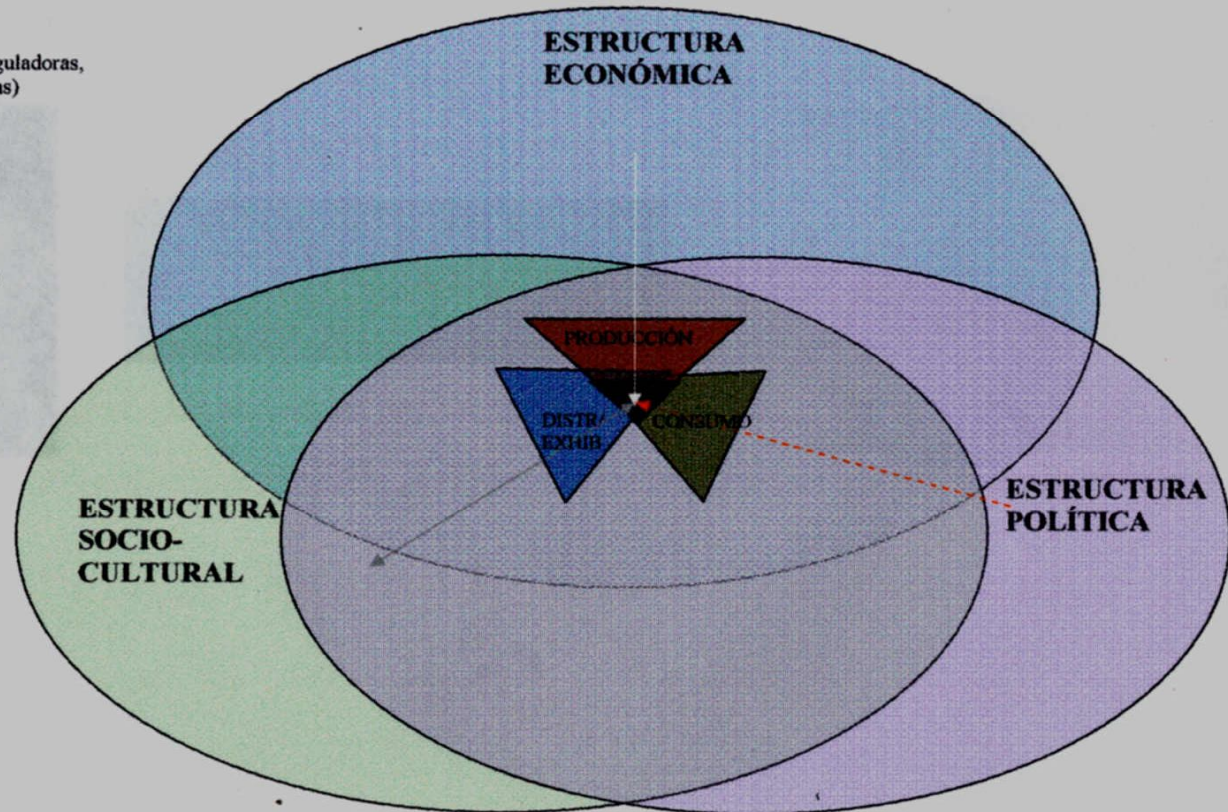
<sup>56</sup> McChesney, “The Political Economy of Communication and the future of the field”, *Media Culture and Society*, London, SAGE, vol. 22, 2000, p. 115.

<sup>57</sup> Sierra Caballero, *Políticas de la Comunicación y educación: crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Barcelona: Editorial Gedisa, 2005. p.66

**DIMENSIÓN MACRO:** Totalidad estructurada (Articulación, interacción y zonas de contacto)

Relaciones:

- Determinantes  
(conjunto de límites o potencias)
- - - - -> Condicionantes  
(coordinadoras, des/reguladoras, promotoras, protectoras)
- ↔ Interdependientes  
(retroalimentación)
- ▼ **Dimensión micro:**  
Mundos Cinematográficos  
(Prod/Distr/Cons)



La conjunción de estos elementos sugiere que el mercado y las modalidades de regulación global son procesos económicos y extraeconómicos complejos. El mercado no es una instancia abstracta, auto-reguladora y socialmente eficiente que funciona independientemente de ciertos fundamentos sociales y simbólicos, por lo tanto, la relación entre lo social y lo económico es fundamental. Entonces se vuelve necesario el estudio de los principios de sociabilidad que permiten codificar y homogeneizar los comportamientos económicos.<sup>58</sup>

Con ayuda de estos supuestos teóricos, la EPC puede articular los análisis sobre: la naturaleza de los productos culturales; sus formas de producción, circulación y consumo; las estructuras del mercado, de la fuerza laboral, de la división social del trabajo y de la acumulación del capital en los sectores de las industrias culturales; así como el papel de las formas alternativas, informales o ilegales de producción y comercialización; y por último, los efectos de dichas dinámicas económicas y extraeconómicas sobre las relaciones socio-culturales.

Es necesario aclarar que, para esta escuela, las industrias culturales son instituciones sociales que emplean las características de producción y organización de las corporaciones industriales para producir y diseminar símbolos en la forma de bienes y servicios culturales aunque no exclusivamente como productos comerciales. Las industrias culturales se producen también por medios tradicionales o preindustriales.<sup>59</sup> Aun así, es menester hacer de las industrias culturales un objeto de análisis dentro del modo capitalista de producción.

Bajo este enfoque, el estudio del desarrollo de las cinematografías no debe olvidar la importancia del poder de las dinámicas corporativas en las áreas clave de distribución, exhibición y financiamiento. Por esta razón consideran que la reestructuración de Hollywood, a partir de los años 50, implica fuerzas no reconocidas en la tesis de la industrialización geográfica y su modo de ver la especialización flexible.

Mientras que la escuela de California plantea la especialización flexible como la base de una vinculación complementaria y colaborativa entre las grandes empresas y las pequeñas y medianas empresas independientes, la escuela de la Economía Política considera que están en juego relaciones de subordinación donde las independientes absorben los impactos riesgosos de las grandes. En realidad, ambos casos existen y para ello es necesario recurrir a la evidencia empírica.

La propia escuela de California reconoce que “el oligopolio está instalado de manera segura, incluso en la industria flexible del cine”<sup>60</sup> y que actualmente existe un proceso de reintegración de toda la cadena de valor (producción, distribución y exhibición) por parte de las

<sup>58</sup> Herscovici, “Economía de la comunicación... *Op. cit.*”

<sup>59</sup> Garnham, *Capitalism and Communication*, London, SAGE, 1990. p. 156.

<sup>60</sup> Storper, “The transition to flexible specialization in the US film industry, external economies, the division of labor and the crossing of industrial divides,” *Cambridge Journal of Economics*, vol. 13, Núm. 2, 1989. p. 301.

grandes corporaciones. Los autores de la Economía Política redimensionan la importancia del poder de las grandes corporaciones hollywoodenses.

Geoff Hodgson plantea que las empresas no tienen simplemente la función de reducir los costos, sino proveer un marco institucional:

La firma es una estructura defensiva, [...] una especie de enclave protector del potencial volátil y a veces destructora de la especulación devastadora del mercado competitivo. [...] No sólo hay cuestiones de racionalidad y eficiencia sino de poder: la firma es una institución de poder más que de sobrevivencia mediante la reducción de costos.<sup>61</sup>

Dicho poder moldea las dinámicas al interior de la compañía y su postura frente a otras empresas. Por esta razón, las relaciones de dominio y subordinación están presentes. Las *majors* desarrollan una estructura de poder para lidiar con las relaciones entre ellas mismas, y entre ellas y los proveedores subcontratados. Esta organización jerárquica implica que las empresas independientes no representan un reto a la fuerza de las corporaciones dominantes, su relación ha sido, como dice Wasko, de “alineación o de conformarse con las sobras de la taquilla.”<sup>62</sup>

Garnham y Askoy enmarcan el estado de la industria cinematográfica mundial en el contexto de la competencia imperfecta<sup>63</sup> y el oligopolio<sup>64</sup> asumidos, por las teorías poskeynesianas y marxistas como estructuras fundamentales de los mercados contemporáneos.

Estos autores consideran que en las industrias culturales, “la distribución cultural y no la producción cultural (es) la clave del poder y las ganancias”<sup>65</sup>. Los altos niveles de concentración manejados por los oligopolios se deben a su control del poder de compra, de las logísticas de distribución, de las políticas locales, del control del stock, de la mercadotecnia y la publicidad que determinan el patrón de lo que está disponible y del consumo.

Si la competencia se define en términos de la libre entrada al mercado: *los mercados en condiciones no competitivas son aquellos en los que la libre entrada es difícil.*<sup>66</sup> Es decir, donde es inexistente la competencia en la que la mano invisible genera automáticamente precios bajos, innovaciones, nuevos productos y servicios o cambios en los ya existentes en beneficio del

<sup>61</sup> Askoy, “Hollywood for the 21st century: global competition for critical mass in image markets”, *Cambridge Journal of Economics*, vol. 16, 1992, p. 7. (Traducción propia).

<sup>62</sup> Wasko, *Movies and Money, Financing the American Film Industry*, EUA, Norwood, 1982, p. 219.

<sup>63</sup> Definida por el diccionario económico como: “situación del mercado en la que no existe un comportamiento competitivo de los agentes, fundamentalmente de los vendedores. Nombre colectivo para referirse a la competencia monopolista y al oligopolio”. Diccionario Espasa, *Economía y negocios*, Andersen Arthur, México, Espasa, 1997.

<sup>64</sup> Definido por el diccionario económico como: “situación del mercado caracterizada por la existencia de un reducido grupo de oferentes junto con un gran número de demandantes”. v. *Ibid.*

<sup>65</sup> Garnham, *Capitalism and communication*, *Op. cit.*, p. 161-162.

<sup>66</sup> Montoya, “Paolo Sylos Labini, Semblanza Biográfica”, *Cuadernos de trabajo, Cátedra extraordinaria Antonio Sacristán Colás, serie docencia*, México, Facultad de Economía-UNAM, 1999.

consumidor. La industria cinematográfica se presenta como un mercado en condiciones no competitivas.

Los economistas clasifican a las industrias como oligopólicas cuando cumplen con las siguientes características:<sup>67</sup> 1) presentan barreras de entrada,<sup>68</sup> 2) tienen altos cocientes de concentración del capital estimulado por las economías de escala, 3) tienen una integración horizontal (las corporaciones transnacionales son intersectoriales –música, electrónicos, TV, cine, industria editorial-), y 4) presentan un amplio alcance del mercado gracias al control de las redes de distribución que determinan “el control del tráfico” o “son el cuello de botella”<sup>69</sup> donde se genera la mayor ganancia y concentración de capital (manejan el almacenamiento, el surtido, el comercio, la publicidad y el patrón de consumo).

En estos mercados, algunos *obstáculos a la entrada* vienen generados por *amplios gastos de promoción de ventas y campañas de publicidad*.<sup>70</sup> Otra de las características del oligopolio, dicen los teóricos, es que los precios implican un margen de ganancia proporcional sobre los costos, y la rigidez de los precios tiene que ver con la poca sensibilidad de estos a la variación de mayor o menor oferta/demanda.<sup>71</sup> Por último, otra de las barreras de entrada que presenta esta industria tiene que ver con el poder de organizaciones cabilderas que representan los intereses de las *majors* en la configuración de políticas en los Estados-nacionales y en organismos internacionales.

Las diferentes etapas de los negocios de información han sido clasificadas por Asu Askoy de la siguiente manera.<sup>72</sup> En el primer nivel, Producción/Innovación/Creación, se encuentran involucrados los artistas creativos, profesionistas, técnicos y algunas firmas. En la segunda etapa, Empacado/Publicación/Reproducción, se encuentran grandes firmas que compiten por obtener derechos del material producido por el primer estadio de los negocios de información. La tercera etapa, Distribución/Transmisión/Difusión, está caracterizada por gran gasto de capital en telecomunicaciones. El cuarto nivel corresponde a Facilidades/Integración/Servicios, donde encontramos un elevado número de compañías en informática y mercadotecnia.

Las estrategias corporativas combinan *concentración* (fusiones de firmas que participan en el mismo nivel) e *integración* (participación de empresas a lo largo de los cuatro diferentes niveles).

En el mencionado tercer nivel, referente a la distribución y difusión, es donde yace el poder real y donde el tamaño financiero absoluto es más significativo. Por ello, se hizo posible que el

<sup>67</sup> V. Parkin, *Microeconomía*, EUA, Addison Wesley Longman de México, 1998.

<sup>68</sup> La economía de medios habla de dos tipos de barreras de entrada en las industrias culturales: hacia nuevos negocios y hacia firmas preexistentes que desean expandir sus mercados.

<sup>69</sup> Garnham, *Emancipation, the Media and Modernity...*, *Op. cit.*

<sup>70</sup> Montoya, *Op. cit.*, p. 20.

<sup>71</sup> *Ibid.*, p.14-16.

<sup>72</sup> Scott, *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries*, Gran Bretaña, SAGE Publications, 2000.

primer nivel y su tipo de actividades, fuera llevado a cabo por pequeñas compañías independientes, mientras que el compromiso de escala financiera requerido por el tercer nivel conllevó a incrementar la *integración* y la subsiguiente *concentración*.<sup>73</sup>

Nicholas Garnham menciona la existencia de puntos clave para los grandes negocios en las complejas cadenas de valor: 1) Los contratos con el trabajo creativo que determinan la distribución de ganancias entre varios propietarios de derechos los cuales negocian en condiciones desiguales de poder (licencias de distribución, derechos de autor, regalías y residuos); 2) El control de la inversión en la producción y; 3) El control de la distribución.<sup>74</sup> El dominio de esos tres factores le ha permitido a las grandes exprimir a las compañías independientes mediante la especialización flexible. Las pequeñas y medianas independientes: 1) Ayudan a aparentar diversidad y competencia, 2) Atraen capital riesgoso, 3) Innovan y atraen talento creativo y 4) Exploran mercados potenciales.<sup>75</sup>

La relación entre las grandes corporaciones y algunas pequeñas y medianas empresas subcontratadas se basa en la lógica de dispersar el riesgo sobre una amplia gama de productos, la habilidad de producir más de ellos y distribuirlos significa a mediano y largo plazo que el gran operador siempre derrotará al pequeño.

Cabe preguntarse qué consecuencias socioculturales se derivan de esta estructura económica. ¿Qué efectos sociales genera un mercado oligopólico en el que un pequeño número de grandes empresas acumula el suficiente poder de mercado para manipularlo a su favor a expensas de otros productores de menor tamaño, y del consumidor?

La eliminación de la competencia favorece las barreras de entrada generando problemas de acceso a la producción por parte de nuevos empresarios, talentos, creativos y técnicos. El poder de control del mercado cuyo objetivo es la creación artificial de escasez de los productos puede crear problemas de acceso al consumo.<sup>76</sup>

En el ámbito de los productos culturales los efectos de estos problemas de acceso adquieren una mayor dimensión: afectan al pluralismo y la diversidad cultural. Mermar el mercado de ideas y símbolos implica afectar un derecho inalienable del ser humano, el derecho cultural a la creación, expresión, difusión, educación, identidad y participación en la vida cultural, así como, al ejercicio de las propias prácticas culturales.

---

<sup>73</sup> *Ibid.*

<sup>74</sup> Garnham, "From Cultural to Creative Industries. An Analysis of the Implications of the Creative Industries Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, 2005. pp. 15-29.

<sup>75</sup> Askoy, *Op. cit.*

<sup>76</sup> En la estructura oligopólica no hay una relación calculable entre los costos de producción y las ganancias recibidas por un producto, es decir, las grandes empresas no compiten con el precio. La concentración actúa en detrimento del nivel de bienestar social que incluso ha fomentado el florecimiento de la piratería.

Por estas razones, la Economía Política de la Cultura, considera necesaria la regulación estatal de la economía de los medios de comunicación y las industrias culturales.

En el segundo capítulo de esta investigación ejemplificaremos con casos concretos en las cinematografías de América del Norte la trascendencia de las piezas fundamentales para el control oligopólico como propone la Economía Política.

## 1.2 LAS INDUSTRIAS CULTURALES

### 1.2.1 DEFINICION CONCEPTUAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

El término *industria cultural*, en singular, fue utilizado por Adorno y Horkheimer en 1944 para referirse a la comercialización y homogeneización de la cultura en forma despectiva.

Trabajos posteriores definen a las *industrias culturales* como productos, manufacturas o servicios, que pueden ser fuente de entretenimiento, distracción, aprendizaje e información; pueden consistir en ornamentos personales y de presentación social. Su común denominador es que son artefactos que tienen, para el consumidor, un valor simbólico relativamente más alto que el de sus propósitos prácticos, y como tal forman parte de las construcciones y relaciones sociales.<sup>77</sup>

Por razones esenciales y de estudio dejamos fuera de la definición anterior a la *cultura tradicional* que se ha sostenido sobre soportes relativamente estables, las denominadas “bellas artes” o “alta cultura”: la pintura, el teatro, la danza y la escultura. A pesar de que estas últimas se han integrado recientemente al mercado, se resisten generalmente a la industrialización dado que la naturaleza de su disfrute e intercambio está ligada al valor original único. Las industrias culturales, en cambio designan “una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias, en soportes materiales o inmateriales, van al encuentro de sus receptores.”<sup>78</sup>

Los especialistas explican las razones por las cuales la noción de *industrias culturales* fue reconocida tardíamente por los académicos: existió un fuerte debate sobre la distinción de lo que era “realmente arte” y lo que era “sólo industria”. En pro de una supuesta edad de oro de la creación cultural se rechazó la segunda opción. Mientras tanto, como dice Martín Barbero, las industrias culturales y comunicativas se iban conformando no solamente como simples difusores de la cultura e intermediarios entre el creador y el consumidor, sino como constitutivas de la cultura mayoritaria en la sociedad industrial.<sup>79</sup>

<sup>77</sup> Scott, *The cultural economy of cities...*, *Op. cit.*

<sup>78</sup> Bustamante, *Hacia un nuevo sistema de la comunicación: Las industrias culturales en la era digital*. España, Gedisa, 2003. p.21.

<sup>79</sup> Barbero cit. en Bustamante, *Ibid.*



El concepto de *industrias culturales* es además más amplio que la denominación de *medios masivos*, éstos definidos como “la emisión simultánea de mensajes punto a masa (de un emisor a muchos receptores),”<sup>80</sup> lo cual implica dejar fuera al libro, al disco y a la prensa escrita.

El concepto de *industrias culturales* unifica el campo de la cultura industrializada con la de los medios informativos o bien, dice Bustamante, restituye la unidad e interrelaciones que mantienen ambos en la práctica. No existe difusión masiva de la cultura sin un modelo comunicativo subyacente y no es posible una comunicación masiva que no actúe al mismo tiempo como una máquina sistemática de difusión (y re-producción) de la cultura.

Las *industrias culturales* tienen un doble componente: por un lado, el industrial y mercantil, por otro, el cultural. Dadas sus características económicas han tenido una propagación de gran alcance llegando a ocupar la porción más amplia de la cultura contemporánea y la de mayor trascendencia e influencia social. La industrialización implica una significativa inversión de capital y una división del trabajo: “La integración capitalista de las producciones culturales no deja de modelar a la vez las condiciones del trabajo artístico, los contenidos ideológicos de las obras, las condiciones de uso de los productos.”<sup>81</sup>

Dentro de las características de las *industrias culturales* están: la reproductibilidad; la inserción de trabajo simbólico, la materia prima de dichas industrias, en la mercancía; el valor de uso ligado a la personalidad de los creadores; el proceso de producción implica transformar el valor simbólico en valor económico; la necesidad de renovación constante (más que cualquier otro producto) que choca con la estandarización obligada de la industria; los elevados costos fijos del prototipo o máster, los costes variables relativamente reducidos de la distribución y comercialización, así como, los costes marginales nulos o reducidos por consumidor complementario.

La valorización de las industrias culturales es riesgosa en la medida en que su valor simbólico es aleatorio. Es decir, como ilustran los estudios de Pierre Bourdieu, la distinción o diferenciación social implica la selección y “lectura” de todo bien simbólico a partir del capital cultural -familiar, escolar- de cada individuo. Es por eso que los valores culturales de cada tiempo, lugar, generación o grupo social en general, están determinados socialmente de manera multifactorial.

Hace falta aclarar que cada industria cultural como el cine, la industria editorial, la industria discográfica, la televisión, la radio o la prensa, tienen distintas modalidades: diversos tipos de creación, soportes, técnicas reproductivas, prácticas de consumo y modos de financiación.

---

<sup>80</sup> *Ibid.* p.22.

<sup>81</sup> Huet cit. por Bustamante, *Ibid.*

Los estudios estadounidenses clásicos han utilizado el término de *industrias del entretenimiento* de manera amplia y pragmática “pero nada inocente”, aclara Enrique Bustamante. Algo similar ocurre con el término *industrias creativas* utilizado por los gobiernos laboristas británicos de centro con el fin de distanciarse del vocabulario de los consejos metropolitanos de izquierda. Críticos como Garnham comentan que la adopción de ese concepto persigue promover el desarrollo de industrias basadas en la explotación de la propiedad intelectual. Es decir, mientras que la denotación de *industrias culturales* apela a lo que se produce y le confiere un carácter colectivo a los procesos de producción, la denominación de *industrias creativas* hace referencia a lo que como industrias consumen a partir del trabajo individual de los creadores. Esta distinción surge en el contexto del debate sobre la mercantilización y explotación de los derechos intelectuales, en otras palabras, en el marco de la posible venta a perpetuidad de la propiedad intelectual a actores económicos distintos al creador, como es el caso de los grandes conglomerados mediáticos.<sup>82</sup>

### 1.2.2 ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

Cada una de las industrias culturales tiene características económicas propias que es necesario tener en cuenta para entender las formas en las que pueden ser producidas, distribuidas y consumidas. Se ha mencionado ya que la industrialización de los productos culturales es llevada a cabo por empresas de identidad diversa: privada o pública, comercial o no comercial. Estas empresas, de cualquier manera, se enfrentan a fuerzas económicas y financieras, por lo tanto, deben ser operadas como entidades de negocios.<sup>83</sup> En este apartado se describirán las características económicas de la industria cinematográfica.

#### 1.2.2.1 Características del producto

Bernard Miege<sup>84</sup> ha sistematizado una tipología básica de las industrias culturales. Distingue entre dos modelos principales:

- A) La cultura de flujo: como la TV y la radio que trabajan “en paquetes de creaciones reproducidas en continuidad sobre soportes inmateriales, difundidos simultáneamente, bajo

<sup>82</sup> Hesmondhalgh, “Cultural Industries and Cultural Policy”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, Routledge, No. 1, 2005.

<sup>83</sup> Picard, *The economics and financing of media companies*, New York, Fordham University Press, 2002. p. 1

<sup>84</sup> Bustamante, *Op. cit.*, p. 26.

financiación indirecta (impuestos, subvenciones públicas, publicidad) a un público tradicionalmente de masas e indiferenciado.”<sup>85</sup>

- B) Los productos editoriales o mercancías culturales: A este modelo pertenece el cine-video, la edición de libros y la fonografía: “Son prototipos creativos individualizados, reproducidos sobre soportes materiales, en copias adquiridas privativamente financiados por el pago del consumidor.”<sup>86</sup>

Bajo los criterios de esta tipología, los productos cinematográficos son catalogados entonces como “productos editoriales” cuando se presentan en video, DVD o descarga en línea. La recepción cinematográfica en estos soportes difiere de la tradicional exhibición en salas que parte de una copia para ser proyectada a una audiencia. Aunque en esta forma la experiencia se comparte, las entradas son vendidas individualmente y la proyección parte de un producto editado.

Una de las características de los “productos editoriales” es que tienen un ciclo de vida mayor que el de “la cultura de flujo”. Las películas cinematográficas suelen estrenarse en las salas de exhibición siendo esa la primera fase de recaudación, después de unas semanas (y dependiendo de su éxito, el número de copias y el apoyo publicitario) salen de cartelera. Después entran en acción mercados secundarios.<sup>87</sup> Su realización en formato de video o DVD representa la segunda ronda de comercialización. Actualmente podemos incorporar su venta en internet. Posteriormente, las películas se venden a cadenas de cable y satélite. Finalmente se venden los derechos para su transmisión televisiva en abierto.

Esta larga vida comercial implica que la recaudación de ganancias es lenta. Dentro de cada una de esas ventanas de comercialización hay además cuatro periodos: introductorio, de crecimiento, de madurez y, finalmente de declive; ello implica que en cada etapa exista variedad en las ventas, costos, ganancias, consumidores y competidores.<sup>88</sup>

El cine en la forma de mercancía, ya sean las descargas por internet, en video o DVD, tiene la característica de no terminarse en el consumo, por lo tanto es difícil mantener una demanda exclusiva, es decir, puede cobrarse el uso a una persona cuando lo consume pero al ser un producto

---

<sup>85</sup> *Ibid.*

<sup>86</sup> *Ibid.*

<sup>87</sup> Cable, video, TV. V. Picard, *The economics and financing...*, Op. cit. p.16

<sup>88</sup> *Ibid.*

inagotable no puede impedirse que alguien más tenga acceso al bien. Lo anterior lleva a un estado de subconsumo que tiene repercusiones en pérdidas y en la estructura de los precios.<sup>89</sup>

El carácter de inagotabilidad de las películas como mercancías individuales genera una contradicción para las compañías comerciales: por un lado, tratan de maximizar las audiencias y las ganancias, por otro intentan limitar el acceso artificialmente para asegurar su venta individual (en forma de bienes privados) o como ocurre con la exhibición tradicional en las salas de cine (en forma de taquilla).<sup>90</sup>

### 1.2.2.2 Características del mercado

En términos generales, la demanda de las industrias culturales es procíclica, es decir, aumenta en los periodos de expansión económica y decrece en los de recesión. La elasticidad precio de la demanda suele ser mayor a uno, dicho de otra manera: el aumento en el precio de 1% hace que el consumo disminuya en más del 1%.<sup>91</sup>

Los mercados de la industria fílmica son nacionales y globales con un alto nivel de competencia directa y un grado alto de sustitución, es decir, con grandes posibilidades de que el consumidor los reemplace por otros productos de la industria del cine o de otras industrias culturales.<sup>92</sup> Sin embargo, los “nuevos medios” o “medios adicionales” (TV-DVD-Internet) han producido una especialización y ampliación de las opciones de los consumidores más que una completa sustitución y desaparición de los antiguos (como el cine). Por su relación con la demanda los productos cinematográficos son considerados bienes de lujo y suelen estar enfocados en las necesidades de la audiencia.<sup>93</sup> Grandes gastos en marketing y publicidad, así como los géneros cinematográficos, los actores o estrellas de cine y en ocasiones los autores suelen influir en la demanda. La demanda se ve afectada por los precios, los costos que paga la gente para transportarse y el costo de oportunidad del tiempo de visita a las salas.

Los factores anteriores se suman al hecho de que ni los productores ni los consumidores saben de antemano lo que quieren y lo que les va a gustar. De ahí la frase “nadie sabe” (nobody

<sup>89</sup> Garnham, “From cultural to creative industries...”, *Op. cit.*, p. 19

<sup>90</sup> *Ibid.* Y Garnham, *Capitalism and Communication...*, *Op. cit.*

<sup>91</sup> Piedras, *Op. cit.*, p.58.

<sup>92</sup> Picard, *The economics and financing...*, *Op. cit.*

<sup>93</sup> Eso es relativo si tomamos en cuenta que las audiencias pueden ser muy diversas y también son construidas a través del tiempo por los medios.

knows).<sup>94</sup> Mientras que hay audiencias con patrones de consumo relativamente estables como el caso de los periódicos, las revistas, las emisiones radiofónicas y televisivas, industrias como la cinematográfica, la edición de libros y la fonográfica suelen variar más sus contenidos de producto en producto y los hábitos de consumo tienden a ser inestables, haciendo difícil saber si las audiencias los recibirán favorablemente.<sup>95</sup> El mercado cinematográfico es entonces un mercado con un alto grado de incertidumbre en la demanda.

### 1.2.2.3 Características de costos y financieras

En cuanto a la estructura de costos fijos y variables, la industria cinematográfica presenta altos costos de producción de la primera copia o prototipo (altos costos fijos), sin embargo, los costos marginales (por unidad) de reproducción y distribución suelen ser muy bajos o nulos (por ejemplo en el caso de la digitalización). En otras palabras al aumentar la cantidad producida disminuyen los costos medios (promedio) de producción. En este sentido, mientras una empresa produzca mayor cantidad aumentará su productividad hasta cierto punto. Con ello, se favorecen las economías de escala o la producción masiva, se maximizan las audiencias y la acumulación de capital puede derivar en la concentración vertical y horizontal.<sup>96</sup> Las economías de escala pueden influir en la construcción de oligopolios.

Como se mencionó en el apartado anterior hay productos con patrones de consumo relativamente estables y otros que son relativamente inestables, los primeros presentan menor riesgo y los segundos un alto riesgo. Esto se ve reflejado en las estructuras de inversión.

Los altos riesgos en la inversión del sector están relacionados no sólo con la incertidumbre de la demanda sino con el hecho de que se requiere un capital inicial muy alto. Ya sea en películas de bajo presupuesto o de grandes producciones el costo de producción en el cine suele ser relativo y de cualquier manera elevado, lo mismo ocurre con el costo del marketing.

Lo esperado es recuperar las inversiones iniciales de los proyectos y poder mantener un ciclo de autofinanciamiento. Como ya mencionamos las ventas finales de los productos cinematográficos se llevan a cabo en un largo periodo y existe un desfase negativo entre la compra

---

<sup>94</sup> Por supuesto que esto también es relativo pues como explicaremos en el apartado de características de la oferta, las estrategias de las corporaciones tratan de disminuir y controlar la incertidumbre con cierto éxito.

<sup>95</sup> Picard, *The economics and financing...*, *Op cit.*

<sup>96</sup> Garnham, "From cultural to creative industries...", *Op. cit.*

de insumos y los ingresos derivados de comercialización, esto repercute en el financiamiento y en general, en las oportunidades de expansión del sector.<sup>97</sup>

De modo que el sector acostumbra depender de fuentes de financiamiento externas y la confianza de éstas para apoyar a la producción varía de empresa en empresa, de industria fílmica en industria fílmica y de país en país.

Algunas industrias cinematográficas se enfrentan a una escasez de financiamiento por la inexistente disponibilidad de fondos: “Por ejemplo, en la banca comercial, simplemente no existe interés por este tipo de proyectos productivos. En general, pequeñas empresas relacionadas con [...] la industria cinematográfica [...] corren un gran riesgo al comienzo, por lo que difícilmente encuentran financiamiento en el mercado, haciendo imposible su solo establecimiento”.<sup>98</sup>

Son las grandes corporaciones altamente capitalizadas las que pueden lidiar con este factor de incertidumbre no sólo porque en general cuentan con un mayor respaldo de instituciones bancarias y crediticias sino porque muchas veces ellas mismas tienen brazos financieros destinados a apoyar sus producciones. Incluso existen actualmente formas complejas y alternativas de financiamiento como la inversión en mercados bursátiles y venta de acciones.<sup>99</sup>

#### 1.2.2.4 Características de la oferta

La producción ofertada depende de múltiples factores contextuales internos y externos: la demanda, la inversión, los insumos, la tecnología, los costes, la distribución, la publicidad, la competencia, los mercados laborales, los marcos institucionales y legales del sector, etc.<sup>100</sup>

Las compañías se ven afectadas por sus estructuras de propiedad: financiamiento público, únicos propietarios, sociedades, corporaciones complejas incorporadas, simples, etc. Además las empresas tienen la necesidad de producir los rendimientos adecuados para poder reinvertir en condiciones de riesgo, es decir, de incertidumbre sobre el futuro y las decisiones que deben tomarse en el presente.<sup>101</sup>

---

<sup>97</sup> Piedras, *Op. cit.*

<sup>98</sup> *Ibid.*, p. 57.

<sup>99</sup> “Hollywood’s new model”, *The Economist*, 15 de marzo, 2007.

<sup>100</sup> Piedras, *Op. cit.*

<sup>101</sup> Picard, *The economics and financing...*, *Op. cit.*

Para lidiar con la incertidumbre del mercado (en la demanda, en la inversión, en la producción, las transacciones y el juego de otros competidores), las empresas adquieren un papel importante generando estrategias y desarrollando ciertas características operativas. El objetivo es crear una relación estable con las audiencias.

Entre las *estrategias de mercado* se distingue desde la planeación de las fechas de estreno hasta la estrategia de repertorio o catálogo que algunos investigadores<sup>102</sup> han considerado la manera lógica en la que las empresas disminuyen la incertidumbre. El trabajo por catálogo desarrolla una amplia cantidad de proyectos, de los cuales muy pocos son exitosos en taquilla y una gran cantidad no lo son, de manera que los exitosos recompensan las pérdidas. Sin embargo, actualmente los grandes estudios han decidido reducir por mucho la cantidad de películas realizadas al año y hacer superproducciones en términos de presupuesto.

De hecho, los presupuestos de producción suelen equiparar a los de las *estrategias de marketing y publicidad* a nivel global. Las grandes campañas publicitarias están también vinculadas a la integración horizontal, es decir, la adquisición de otras industrias. Actualmente los grandes conglomerados transnacionales tienen intereses en varias industrias culturales, en el sector de los electrónicos, la informática o las telecomunicaciones. La situación ha aumentado con las fusiones empresariales y la convergencia tecnológica. Ser dueños de varios medios de comunicación: revistas, canales de televisión y radio, portales de internet, sellos discográficos, etc., le permite a las empresas reducir la planta laboral, lanzar campañas de publicidad cruzada para promover una película y al mismo tiempo generar economías derivadas en las otras industrias.

Están por supuesto las *estrategias de producto* donde las imitaciones, las fórmulas de estilos narrativos y estéticos, el sistema de estrellas y de géneros, las franquicias (sagas o películas en secuencias) son algunas formas frecuentemente usadas para reducir el grado de incertidumbre. Una primera contradicción que tienen las compañías es la necesidad de innovar y diferenciar los productos con el fin de no perder competitividad, lo que implica aumentar los costos de producción. Por otro lado, está la necesidad de homogeneizar los productos para reducir los costos de producción, generar economías de escala y maximizar audiencias.<sup>103</sup> El modo actual de especialización flexible parece resolver en cierta manera esta necesidad de generar economías de enfoque<sup>104</sup> por un lado y de escala por otro lado.

---

<sup>102</sup> Como Nicholas Garnham, Robert Picard y Allen Scott.

<sup>103</sup> Garnham, *Capitalism and Communication...*, *Op. cit.*

<sup>104</sup> Es decir, economías diversificadas y especializadas.

Mencionamos anteriormente el carácter de inagotabilidad del producto cinematográfico, es decir, el hecho de que no se destruye en el proceso de consumo y puede volver a circular. La contradicción que enfrentan las compañías comerciales tiene que ver con la necesidad de maximizar audiencias por un lado y de limitar el acceso para crear artificialmente escasez, por otro lado. La contradicción se genera entre el hardware, el software que facilitan la reproducción y circulación baratas y las necesidades de las empresas comerciales de obtener el mayor beneficio económico. Esto está relacionado con las *estrategias de precios*, entre otras con el establecimiento de precios muy por encima de los costes reales de producción y distribución.<sup>105</sup> Las estructuras oligopólicas facilitan este tipo de estrategias dado el poder de control derivado de la concentración de capital y el grado de reducción de la competencia o establecimiento de alianzas informales entre pocas grandes compañías.

Por último podemos mencionar algunas estrategias organizativas que tienen la función de hacer más eficiente y productiva a la empresa, se trata de la integración o la desintegración vertical. Esta última permite dispersar los riesgos mediante la especialización flexible. Es decir la empresa se involucra en contratos con socios o proveedores, contrae alianzas con competidores y múltiples modalidades de asociación.

Cabe mencionar que las estrategias únicamente basadas en evadir riesgos ponen en peligro a las firmas de caer ante ventajas competitivas de otras que sí toman los riesgos.

#### 1.2.2.5 La cadena de valor en la industria cinematográfica

A nivel abstracto podemos hablar de una cadena de valor en la que en cada etapa de producción se agrega valor al producto cinematográfico: producción, circulación y consumo.

Las empresas cinematográficas pueden presentar una división técnica y social del trabajo<sup>106</sup> entre las distintas fases de la cadena de valor. Existen las modalidades de integración (propiedad) o desintegración (subcontratación) vertical a lo largo de la cadena. Esa estructuración industrial depende de estrategias organizacionales.

La producción está compuesta por una etapa de preproducción, es decir, la fase de creación: de realización del guión cinematográfico, la planeación de la producción, la organización

<sup>105</sup> Relacionado a su vez con la piratería (la economía ilegal).

<sup>106</sup> División del trabajo al interior de la firma (división técnica del trabajo) o al exterior de la firma, es decir, entre distintas firmas (división social del trabajo).



de logísticas “hacia dentro”, aprovisionamiento de insumos como la búsqueda de locaciones, utilería, talento (guionistas, directores, actores, etc.) y financiamiento. La etapa de producción conlleva la realización del rodaje con todo el despliegue de especialización laboral entre técnicos y creativos. La fase de postproducción involucra diversas actividades de edición. Cabe mencionar que en esta fase sobreviven formas artesanales y subcontrataciones (*free-lance*) de insumos laborales creativos junto con formas asalariadas.

La circulación tiene que ver con las logísticas externas vinculadas al marketing y las ventas. El flujo de los productos es controlado a través de sistemas de redes de distribución. En esta etapa se determina el patrón de lo que está disponible para su comercialización de acuerdo a las estrategias de las investigaciones de mercado, la publicidad, el control del stock, y los flujos financieros. Las redes de distribución, dice Garnham, son en esencia instituciones sociales colaborativas que manejan flujos de producto y dinero entre agentes económicos. Por su capacidad de controlar el acceso y los precios funcionan como “cuellos de botella” y “porteros” (*gate keepers*) que han sido cruciales históricamente para la estructuración y desarrollo de las industrias. Las redes son concentradoras de tráfico que involucran altos niveles de inversión fija, sin embargo, los costos fijos se esparcen a través de la cantidad de usuarios. La reducción de costos marginales en la distribución expande el negocio a escala y tiende a generar concentración del capital y orientar hacia la existencia de oligopolios.<sup>107</sup>

En la etapa final de comercialización y exhibición se vende el producto al consumidor. El poder de esta fase reside en su contacto directo con el consumidor (incluyendo cadenas de cable, satelitales o de TV abierta) y la recaudación directa de ganancias. La cadena de valor no necesariamente finaliza ahí, deben incluirse los usos subsecuentes por parte del consumidor.

Generalmente las compañías cinematográficas dependiendo de su tamaño y capacidad suelen centrar sus operaciones en:

- 1) La fase de producción: adquisición y creación de contenido, organización y procesamiento de contenido, producción, manufactura y transformación del contenido en una forma distribuible.
- 2) La fase de circulación: distribución, mercadeo, publicidad y promoción.

---

<sup>107</sup> Garnham, *Emancipation, the Media and Modernity...*, *Op. cit.*

Algunas micro, pequeñas y medianas empresas no pueden involucrarse en la fase de distribución, pero si en la producción.

Las características económicas de la industria cinematográfica descritas anteriormente no son consecuencia “natural” del tipo de producto que generan. Estas características económicas surgen en un contexto social e institucional que permite y limita su existencia. Los rasgos económicos descritos, afectan también la estructura histórico-económica particular en la que se desarrollan, es decir ambos son mutuamente constitutivos.

## 1.2 CONTEXTO HISTÓRICO: LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

### 1.3.1 La internacionalización de las industrias culturales

El objetivo central de este apartado es presentar el panorama actual en el que las industrias culturales se desarrollan. Se parte de la existencia de diversas modalidades del capitalismo<sup>108</sup> en el mundo contemporáneo pero también de ciertas tendencias que llamamos características de la globalización.

La llamada “era de la globalización” que inicia en los años 90 del siglo XX ha sido la forma de caracterizar la reestructuración del sistema mundial a partir de la lenta desintegración del establecimiento económico de la postguerra y el dismantelamiento de la arquitectura internacional.<sup>109</sup> La globalización es el resultado de las tendencias orgánicas de la expansión del capitalismo, entre las que se encuentran la transnacionalización, la internacionalización y la integración de la economía mundial. A estas tendencias estructurales se suman las coyunturales e históricas: los fenómenos de desindustrialización y el postfordismo, las crisis mundiales, el fin del orden bipolar, etc.<sup>110</sup>

Las características del mundo globalizado inciden en la conformación de un nuevo escenario económico-cultural: el desarrollo tecnológico (digitalización, señales vía satélite,

---

<sup>108</sup> Además de los procesos históricos en general, el papel de la intervención pública, los procesos políticos y las formas institucionales han influido en las variaciones del capitalismo ya sea en su forma guiada por el mercado o en las diferentes formas de intervención estatal. Boyer “How and why capitalisms differ...”, *Op. cit.* Y O’Riain, “States and markets in an era of globalization”, *Annual Review of Sociology*, 26, 2000. Pp. 187-213.

<sup>109</sup> Del keynesianismo, de Bretton Woods, de la descolonización y la bipolaridad.

<sup>110</sup> Rosenberg, *Globalization theory: A Post Mortem*, UK, Palgrave- MacMillian Ltd, 2005.

internet), las tendencias hacia la disminución de la intervención pública, hacia la privatización, hacia la neo-regulación que elimina restricciones de propiedad y liberaliza mercados, han potenciado la difusión global de formas culturales. Esto no significa necesariamente la democratización global de la cultura. De hecho, la estructura organizacional industrial se caracteriza por una internacionalización tendiente a la concentración y a la convergencia. Esta última toma fuerza tras la interdependencia y fusión de intereses en los medios, la informática y las telecomunicaciones. Sólo aquellas empresas bien posicionadas han podido reestructurarse y beneficiarse de esta manera.<sup>111</sup>

Las industrias culturales no sólo reproducen o cuestionan la identidad cultural,<sup>112</sup> también forjan vínculos sociales, pues a través de ellas circulan los discursos públicos de las sociedades contemporáneas y por todas esas razones transforman sociedades impulsando nuevos significados colectivos.<sup>113</sup> De modo que el acceso, la propiedad, la diversidad y la calidad de las industrias culturales tienen, sin duda, consecuencias políticas.<sup>114</sup>

En la sección anterior mencionamos las características económicas de la industria cinematográfica, algunas de ellas son compartidas con otros bienes culturales producidos industrialmente y es importante destacarlas para entender cuáles han sido sus efectos sociales en la época en que vivimos. Por un lado, las industrias culturales tienen altos costos fijos de producción para generar la primera copia. Sin embargo, los costos marginales de reproducción y distribución son muy bajos, en ocasiones nulos, lo que facilita la producción en masa y la maximización del consumo (economías de escala).<sup>115</sup> Por otro lado, las industrias culturales comparten también la organización en una cadena de valor de varias etapas: la producción (creación), la circulación (reproducción, distribución, comercialización, exhibición, emisión) y el consumo. Aun así se mantienen formas “precapitalistas” de producción y de trabajo artesanales.<sup>116</sup>

Históricamente las economías de escala aunadas a políticas públicas económicas que no regulan la concentración vertical y horizontal de capital han favorecido la consolidación oligopólica, condición imperfecta de mercado en la que se encuentran la mayoría de las industrias culturales. La rápida y poderosa expansión de esas economías de escala ha determinado la tendencia hacia la

---

<sup>111</sup> Arizpe, *Op. cit.*

<sup>112</sup> Es decir, pueden construir o deconstruir identidades, ambos mecanismos sanos en los procesos históricos adaptativos de las sociedades.

<sup>113</sup> Arizpe, *Op. cit.*

<sup>114</sup> Galperin, “Cultural Industries Policy in Regional Trade Agreements: the cases of NAFTA, the EU and Mercosur”, *Media Culture and Society*, SAGE Publications, Vol. 21, 1999. pp.627-648.

<sup>115</sup> Garnham, “From Cultural to Creative Industries...”, *Op. cit.*

<sup>116</sup> Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, Gran Bretaña, SAGE, 2002.

internacionalización de las industrias culturales que, como dice Bustamante<sup>117</sup>, han sido pioneras en dicho proceso.<sup>118</sup> La internacionalización de las industrias culturales incluye el movimiento en términos de comercio, inversiones, trabajadores y contenidos creativos.

Las características económicas de mínimos costos de distribución y no agotamiento del consumo exacerbaron las ventajas de productores en países con grandes mercados e hicieron atractivas las ventas en el extranjero. Pero es a partir de la década de 1980, con ayuda de los avances tecnológicos y el ambiente político neoliberal, que el comercio internacional de industrias culturales ha crecido exponencialmente<sup>119</sup> favorecido por la apertura “de fronteras a los bienes y contenidos culturales de otros países.”<sup>120</sup>

De 1980 a 1998, el comercio internacional de las industrias culturales se multiplicó por 4. De 95 mil 345 millones de dólares a 387 mil 927 millones. Las industrias culturales representan los sectores de crecimiento más dinámicos de las economías de primer mundo, la OCDE reporta que las industrias culturales contribuyen en promedio al 4 % del PIB en sus países miembros.<sup>121</sup>

Una visión optimista de los cambios actuales de internacionalización considera que la apertura de nuevos nichos de mercado, las innovaciones tecnológicas, el incremento en la capacidad de compra y del tiempo libre son generadores de una ventana de oportunidad hacia la transformación de hábitos creativos, productivos y de consumo tendientes a reequilibrar las asimetrías entre los países del orbe. Pero, la internacionalización de las industrias culturales es un fenómeno más complejo, como veremos a continuación.

---

<sup>117</sup> Bustamante, *Op. cit.*

<sup>118</sup> La internacionalización de las industrias culturales tiene sus antecedentes en las agencias imperiales de noticias francesas e inglesas de fines del siglo XIX y en el rápido cautiverio del mercado mundial del cine hollywoodense de 1914 a 1930. El siglo XX ve desarrollarse la etapa “corporativa profesional” donde la producción cultural experimenta un crecimiento y dinamismo económico importante además de una compleja división del trabajo, la profesionalización y la introducción de intermediarios altamente capitalizados que hoy en día pueden llegar a ser grandes conglomerados mediáticos. V. Hesmondhalgh, *Op. cit.*

<sup>119</sup> Galperin, *Op. cit.*

<sup>120</sup> Arizpe, *Op. cit.*, p. 2.

<sup>121</sup> Datos de la UNESCO y la OCDE cit. por Arizpe, *Op. cit.*

### 1.3.1.1 La hegemonía estadounidense

En el marco de la globalización es evidente la posición hegemónica de Estados Unidos por su fuerte economía en general y sus fuertes industrias culturales en particular. La situación genera una asimetría internacional. Se observan también las siguientes contradicciones:

- 1) EU ha ejercitado históricamente un tipo de proteccionismo y lo sigue haciendo incluso al promover el libre mercado a nivel internacional.
- 2) La supuesta libre concurrencia varía de región en región y el mercado mundial parece más bien estructurarse con base en la competencia imperfecta. Incluso al interior de EU donde parece haber una mayor competencia, unas cuantas compañías dominan el mercado.

El flujo internacional de industrias culturales durante el siglo XX y hasta nuestros días ha emanado predominantemente de Estados Unidos, esto ha sido posible gracias a la combinación de los siguientes factores históricos:<sup>122</sup> a la existencia de un ambiente interno capitalista temprano, industrializador, urbanizador y expansionista; a la naturaleza de su mercado interno masivo, de una sociedad con altos ingresos y tiempo de ocio suficiente en comparación con el resto del mundo; el país tuvo además la ventaja del primer motor en muchas de las industrias culturales, es decir, fue de los primeros lugares en desarrollar esas industrias en particular; la temprana profesionalización laboral; el avance tecnológico e innovador; los factores histórico-coyunturales como las dos guerras mundiales que debilitaron la competencia de las industrias culturales europeas; el proteccionismo gubernamental al interior del país y la ofensiva comercial hacia el resto del mundo; el que gozara de un mercado mundial cautivo; la generación de un marco institucional de asociaciones poderosas que representan los intereses de los sectores en cuestión a nivel nacional e internacional; el surgimiento de grandes compañías de base estadounidense altamente capitalizadas con una gran participación en el mercado, amplias redes de distribución, con formas organizativas dinámicas de alcance transnacional dirigidas desde la perspectiva estadounidense y cuyos intereses son correlativos a los intereses financieros y corporativos que el Estado resguarda; y finalmente, la “americanización” de los estilos de vida y la cultura popular a nivel mundial.

Si bien el Estado no ha implementado constantemente políticas directas de apoyo a la cultura (aunque sí intermitentemente, ver capítulo 2), ha promovido de manera continua y persistente la apertura comercial y la defensa de su comercio internacional, además de haber creado una infraestructura en telecomunicaciones, investigación y desarrollo tecnológico.

---

<sup>122</sup> Lista realizada con ayuda de los trabajos de Sánchez Ruiz, *Hollywood y su Hegemonía Planetaria: Una Aproximación Histórico-Estructural*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 2003. (La Colección de Babel, Núm. 28), Hesmondhalgh, *Op.cit.* y elaboraciones propias.

Actualmente EU controla el 75% del comercio internacional de productos culturales.<sup>123</sup> El cine es su segundo producto de exportación por abajo del armamento.<sup>124</sup> Según datos de la UNESCO, el 85% de las películas proyectadas en el mundo son estadounidenses con una producción promedio de 385 películas al año.<sup>125</sup>

Para EU el desarrollo del comercio exterior continúa siendo la solución menos onerosa política y financieramente hablando. Es una cuestión de mantenimiento del empleo y del nivel de vida de la nación. [...] Aunque parece que los capitales cambian de nacionalidad con las multinacionales, los productos siguen sometidos a las normas estadounidenses.<sup>126</sup>

La balanza comercial estadounidense en productos audiovisuales es con un gran margen de diferencia, positiva. La importación de industrias culturales es reducida y por ello eliminar las barreras arancelarias no es una amenaza sino una prioridad.<sup>127</sup>

#### 1.3.1.2 La problemática internacional entorno a las industrias culturales

Las discusiones académicas e ideológicas han debatido acerca del estado de la economía cultural global. Las visiones varían: la globalización como homogeneización cultural, la globalización como hibridación, la globalización como americanización, la globalización como imitación, etc. Un modelo integrador de las versiones considera improbable la existencia de una cultura global homogénea dada la diversidad en las formas de recepción de las audiencias locales, su descontextualización en tiempo y lugar (desterritorialización) y en consecuencia la construcción de nuevas cosmovisiones.<sup>128</sup>

Los distintos grados y tipos de desarrollo capitalista entre los países, así como la hegemonía económica estadounidense han generado la existencia, entre los estados-nación, de asimetrías en los niveles de producción, desigualdad en los flujos de intercambio, inequidad en el acceso al consumo y desequilibrio en el origen de los contenidos de las industrias culturales. Y como consecuencia de

---

<sup>123</sup> Galperin, *Op. cit.*

<sup>124</sup> Frau-Meigs, "'Excepción cultural', políticas nacionales y globalización." en *Estudios Cinematográficos*, México, CUEC-UNAM, año 11, Núm. 29, febrero-abril, 2006.

<sup>125</sup> Sánchez Ruiz, *Hollywood y su hegemonía...*, *Op. cit.*, p. 15.

<sup>126</sup> Frau Meigs, *Op. cit.*, p. 87.

<sup>127</sup> Galperin, *Op. cit.*

<sup>128</sup> Arizpe, *Op.cit.*

ello: el desplazamiento de sectores industriales culturales, la pérdida de empleos, de crecimiento económico, de que distintas culturas tengan medios a través de los cuales pensarse y reinventarse.

Pero el problema no puede ser visto sólo dentro de las fronteras nacionales. El ámbito internacional cobra sentido cuando se considera como lo hace O’Riain que “el Estado Nacional sigue jugando un papel crítico en moldear los mercados mediando las conexiones entre lo local y lo global e influyendo en cómo los objetivos locales específicos son movilizados dentro de un rango de oportunidades disponibles en la economía global.”<sup>129</sup> De ahí la pertinencia de recordar la posible injerencia en los asuntos económicos.

La internacionalización de la cultura posiciona a ésta dentro de la agenda internacional en la que todos los países se ven de una u otra manera involucrados.<sup>130</sup> El conflicto entre la faceta económica y cultural de las industrias culturales se exagera con el comercio transfronterizo.<sup>131</sup> La rápida movilidad de los nuevos productos culturales puede ser percibida como excitante, inquietante e incluso riesgosa por distintos grupos sociales. Algunos gobiernos nacionales han expuesto una voluntad deliberada para re-posicionar su economía y cultura en el nuevo mapa internacional ya sea de manera ofensiva o defensiva, otros son indiferentes u omiten la elección de una postura contundente.<sup>132</sup>

Los acuerdos comerciales regionales han sido soportes de las discusiones y las acciones entre los Estados miembros en su intento por reconciliar la tensión economía-cultura. *El debate sobre la internacionalización de las industrias culturales en los años noventa surge básicamente de la duda acerca de la conveniencia o no de tratar las industrias culturales como cualquier otro bien o servicio en los foros de liberalización comercial.* Esta primera disyuntiva conlleva la reflexión acerca de las posibles consecuencias económicas sobre los sectores locales de industrias culturales, así como, los efectos socioculturales relacionados con la identidad, el patrimonio y el impacto cultural de los contenidos en relación a la diversidad cultural.

Las estructuras de consumo de la cultura no son solamente cuestión de elección personal, sino también e inevitablemente, cargadas de un significado político más amplio. Esto se concluye si aceptamos la idea de que la conciencia humana se moldea de varias maneras mediante una larga y repetida exposición a fuerzas culturales externas [...] que implica la manera en la que se practican las relaciones sociales [...] Debemos reconocer que hay algo más en el conflicto de los países al

---

<sup>129</sup> O’Riain, *Op. cit.*, p. 203.

<sup>130</sup> Arizpe, *Op.cit.*

<sup>131</sup> *Ibid.*

<sup>132</sup> *Ibid.*

tratar con las incursiones culturales externas que sólo la oposición irracional a la universal benevolencia del mercado.<sup>133</sup>

### 1.3.2 El debate de la excepción cultural

La discusión conocida como “el debate de la excepción cultural” es el marco en el que los países a través de sus sectores público, privado y civil buscan en la medida de lo posible colocarse en la estructura internacional construyendo y aplicando alianzas estratégicas con el fin de incidir en el capitalismo, regulando ciertos aspectos de éste.

La excepción cultural, nos dice Frau-Meigs, “apunta a legitimar la intervención reglamentaria y financiera de los poderes públicos con el fin de corregir las distorsiones internacionales que se desprenden de la economía de mercado.”<sup>134</sup>

Paradójicamente, la excepción cultural fue por primera vez invocada por EU a principios de los años 50 en el Acuerdo de Florencia de la UNESCO, el primer acuerdo de comercio multilateral de bienes culturales. En el Anexo se “estipulaba la posibilidad de cerrarse a las exportaciones en el caso de que la producción nacional se viera amenazada.”<sup>135</sup> En la postguerra, las industrias culturales europeas eran débiles y la oferta estadounidense se había acumulado tanto como para inundar el mercado europeo, de modo que países como Francia resistieron su incorporación con base en el argumento de excepción cultural. El GATT, que omitió la liberalización de los servicios, excepto a la industria fílmica, permitió mantener cuotas de pantalla (Art. IV). Más tarde Estados Unidos fracasó en su intento por eliminar restricciones en la programación de TV (1962) y por incluir los servicios en el acuerdo de liberalización (Ronda de Tokio, 1979).<sup>136</sup> Actualmente, Francia, Canadá y la Unión Europea (aunque hay posturas divergentes al interior de ésta) recurren a la excepción cultural como eje diplomático en las negociaciones internacionales y como eje sociocultural es una estrategia de resistencia que les permite implementar medidas de apoyo a la creación y a la producción local para proteger sus industrias.

Es en 1993, cuando se discute en el seno de las negociaciones de la OMC la incorporación de los servicios al GATT, que surgen la controversia y el enfrentamiento ideológico entre dos bandos: aquellos que abanderados por Estados Unidos defienden el concepto de “libre flujo de información” que epitomiza el libre comercio de las industrias culturales y aquellos que, liderados

---

<sup>133</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p.167.

<sup>134</sup> Frau-Meigs, *Op. cit.*

<sup>135</sup> Arizpe, *Op. cit.*, p. 9.

<sup>136</sup> *Ibid.*



por Francia y Canadá, abogan por “la excepción cultural”, es decir, por el trato a las industrias culturales como bienes o servicios distintos a otros bienes de consumo.

**Cuadro 3. Las posturas del debate**

LIBRECAMBISTAS	EXCEPCIONISTAS
Países representantes en el debate: EUA, Gran Bretaña	Países representantes en el debate: Canadá y Francia (UE)
Actores: dirigentes empresariales y políticos	Actores: Organizaciones sindicales, profesionales, intelectuales, políticos, etc.
Pregonan el abandono total de las medidas de protección	Proteccionismo selectivo que desea mantener las industrias nacionales sin cerrar herméticamente las fronteras
Rechazan las políticas nacionales de protección cultural	Los Estados tienen derecho a conducir políticas públicas nacionales destinadas a industrias culturales.
Portavoces: Jack Valenti (MPAA)	Portavoces: Jack Lang, Daniel Toscan Du Plantier, Catherine Trautman.

Fuente: Realización propia con información de Frau Meigs, *Op. cit.*

Los actores que participan en el debate son diversos, entre ellos están: los directivos empresariales, cabilderos representantes de las industrias y empresarios; la opinión pública como la prensa y organizaciones no gubernamentales; los gobiernos y sus negociaciones en acuerdos, multilaterales, bilaterales, regionales, organismos internacionales u organizaciones comerciales; los gremios de sectores industriales y los académicos.

Los argumentos y contraargumentos esgrimidos pueden resumirse en dos posturas que expongo en el siguiente cuadro.

**Cuadro 4. Argumentos librecambistas y excepcionistas**

POSTURA OFENSIVA Libre mercado (librecambistas)	POSTURA DEFENSIVA Proteccionismo (excepcionistas)
Punto de partida argumentativo: económico Las IC son un bien mercantil; la cultura y la economía pertenecen a un mismo ámbito.	Punto de partida argumentativo: sociocultural Las IC son un bien cultural; la cultura y la economía son dos ámbitos separados.
Propuestas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrogación de las barreras aduaneras y subsidios a productores.</li> <li>• Principio de no discriminación. Libre acceso al mercado; supresión de cuotas.</li> <li>• Trato nacional. Las firmas del país socio deben beneficiarse de la misma manera en que se benefician las firmas nacionales.</li> <li>• País más favorecido. Un país da a otro ventajas favorables cuando multilateraliza cláusulas bilaterales del pasado.</li> </ul>	Propuestas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección selectiva de algunos sectores.</li> <li>• Las IC no son simples industrias del entretenimiento, son cultura y forman parte del patrimonio.</li> <li>• Utilización de subsidios, cuotas (discriminación positiva), fondos, exenciones impositivas para fomentarlas.</li> </ul>
El proteccionismo lleva al malgasto de los fondos públicos; contraviene la libertad expresión y de consumo. La excepción es <i>elitista</i> pues los asistidos son un obstáculo a la competencia.	La protección trata de proteger económicamente de la invasión rápida de productos audiovisuales estadounidenses y afirmar la autonomía y la diferencia. Los poderes públicos tienen derecho a reequilibrar los extremos del mercado y corregir riesgos financieros. El mercado no garantiza que cada pueblo tenga derecho a su propia cultura, la libertad de creación y de recepción debe ser <i>plural</i> .
Apertura a la inversión y propiedad. De no ser así, se limita la expansión de los negocios y se reducen las ganancias corporativas.	Restricciones de propiedad. Mecanismos para prevenir la concentración y conglomeración en defensa de la diversidad cultural.

El libre mercado contribuye al crecimiento económico.	El libre mercado sólo favorece a una minoría de individuos ricos del mundo. La discriminación positiva ayuda a superar la desventaja frente a EU.
Contribuye a la paz mundial. La identidad nacionalista puede ser temerosa, retrógrada, aislacionista, un reconocimiento de debilidad e impotencia.	La representación de la identidad de un país no puede dejarse a un tercero.
Incrementa la elección personal.	La no regulación uniformiza los contenidos. La lógica de mercado no garantiza por sí misma la diversidad cultural.
El libre flujo genera un pluralismo guiado por el mercado.	El mercado mundial es un falso mercado dominado por pocas empresas multinacionales capitaneadas por EU.
El proteccionismo mina la competencia y amenaza la mejora del nivel de vida.	Las IC locales contribuyen a la socialización de los individuos en su cultura y ayuda a las necesidades de inserción de la población nacional.
El proteccionismo mina la competencia y los avances tecnológicos que genere la libre competencia en otros lugares convertirán en caducas las políticas nacionales. Ejemplo: la digitalización.	El determinismo tecnológico pretende que es la tecnología y no las sociedades las que marcan el rumbo de las actividades humanas justificando posturas hiperliberales que benefician a una clase global corporativa.

Fuente: Realización propia con información de Frau Meigs, *Op. cit.*

Después de la Declaración Ministerial de la Ronda de Uruguay, en los anexos de Marrakesh (OMC) 1994, las industrias audiovisuales, fueron catalogadas como “servicios” y como tal les fueron aplicadas las normas del GATT aunque se permitió la derogación de ciertas reglas ordinarias. En la discusión los europeos optaron por la postura que les permitiera derogar ciertas obligaciones: la excepción.<sup>137</sup>

El objetivo europeo y canadiense era difundir que su postura no era opuesta a la liberalización del mercado (como se escuchó en los medios de comunicación), sino que la liberalización no podía realizarse sin tomar en cuenta las distintas velocidades regionales y expectativas nacionales: “Su oposición tenía un valor demarcativo”.<sup>138</sup>

El objetivo estadounidense era “estratégico”: probar la reacción de los países. Presentar una amenaza a los países que otorgan ayudas públicas y privadas como Francia y Canadá; presionar a otros países a que no tomen esas medidas. Su intención de pasar una frase transitoria de suspensión de las ayudas significaba congelar las prácticas en curso.<sup>139</sup>

La evolución argumentativa del debate ha llevado a que actualmente ambas posturas se flexibilicen. De la “excepción cultural” se ha pasado a “la diversidad cultural”. Si bien éste término puede debilitar las posiciones excepcionistas, tiene la ventaja de desterrar la crítica hecha a su elitismo.<sup>140</sup> Galperín percibe también un clima más conciliador entre la postura de EU y la de la UE.

<sup>137</sup> Frau-Meigs, *Op. cit.*

<sup>138</sup> *Ibid.*

<sup>139</sup> *Ibid.*

<sup>140</sup> *Ibid.*

### 1.3.3 LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LOS REGIMENES INTERNACIONALES

El debate estuvo presente en las negociaciones internacionales como la firma de acuerdos comerciales, acuerdos regionales, acuerdos laborales y acuerdos relativos a los derechos de autor o bien en los foros de organizaciones mundiales. Tal es el caso de FTA, NAFTA, UE, Mercosur, la OMC y la UNESCO, que fungen según teorizó Krasner como regímenes internacionales, es decir, como normas implícitas o explícitas, reglas y procedimientos de toma de decisión alrededor de las cuales convergen las expectativas de actores en un área dada de las relaciones internacionales.<sup>141</sup>

**Cuadro 5. Acuerdos regionales y regímenes internacionales que afectan a América del Norte**

REGIMEN	CA	MX	EU	EXTENSIÓN	IMPLICACIONES PARA LAS INDUSTRIAS AUDIOVISUALES
OCDE	x	x	x	Multilateral  El impacto de los códigos es reducido pues son compromisos simbólicos a la liberalización. Aun así pueden afectar el comportamiento y catalizar los arreglos regionales.	<i>Código de Invisibles</i> (comercio de servicios):  Permite el apoyo a la producción siempre y cuando no se distorsione el mercado.  Cuotas de pantalla permitidas siempre y cuando no sean específicas a un país.  No debe haber impuestos que discriminen películas de importación.  <i>Código de Capital</i> (Inversión Internacional en servicios)  Cláusulas de derogación o reservas a la inversión directa en ciertas actividades.  <i>Declaración sobre las empresas multinacionales.</i>  Excepciones al tratamiento nacional llenado por cada país. Listas de países que exceptúan sus IC con medidas relacionadas a 1) subsidios, 2) deducciones de impuestos, 3) recaudaciones de impuestos, 4) restricciones a la propiedad.  <i>Acuerdo Multilateral de Inversiones (AMI)</i>  Tratamiento nacional a inversores. Eliminaba la distinción de nacionalidad del inversor o no permitía tratos preferenciales a los inversores nacionales. Discutido 1995-1998 y rechazado: "Algunos de los países que negociaban el AMI pensaron que la referencia al interés público nacional era necesaria y lucharon a favor de la posibilidad de introducir «excepciones» o «reservas», para proteger la cultura, la salud pública, el medio ambiente y los derechos sociales." <sup>142</sup>
OMC  GATT	x	x	x	Multilateral  Cada país compromete sectores específicos para	<i>General Agreement on Trade and Services (GATS)</i>  Obligaciones:  Transparencia en los procesos legales y administrativos,

<sup>141</sup> Acheson, "International Regimes for Trade, Investment, and Labor Mobility in the Cultural Industries", *Canadian Journal of Communications*, Vol.19, Núm. 3/4, 1994.

<sup>142</sup> Alonso, "El AMI ¿En el umbral de una guerra cultural?" Informe Mundial de Cultura, UNESCO, 2001. Consultado en <http://www.crim.unam.mx/cultura>

				<p>liberalizar, pero tarde o temprano se ven forzados a intercambiar algunos sectores por otros en rondas siguientes de negociación. Existen sanciones equivalentes al daño por el no cumplimiento de compromisos.</p>	<p>compromisos en procedimientos regulatorios y subsidios que distorsionen el comercio.</p> <p>Nación Más Favorecida: requiere que cada miembro acuerde que proveedores de otro país miembro tengan preferencia a los de otros países no miembros. Las exenciones deben hacerse explícitas, limitarse a 10 años y renegociarse en siguientes rondas.</p> <p>Acceso al mercado: no cuotas a proveedores ni a negocios de transacción, no limitar el empleo del proveedor, no limitar la forma organizacional que adopte un proveedor, no restringir la propiedad o inversión extranjera.</p> <p>Tratamiento Nacional: El tratamiento que se les dé a proveedores de otros países miembros no debe ser diferente o menos favorable al tratamiento dado a los proveedores nacionales.</p> <p><i>Agreement on Trade and Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)</i></p> <p>Asegura que las disputas se resuelvan bajo los procedimientos y sanciones de la OMC.</p>
TLCAN	x	x	x	<p>Regional</p> <p>Objetivo de crear una zona de libre comercio.</p>	<p>Canadá exentó sus industrias culturales. México y Estados Unidos no.</p> <p>Los tres países tienen restricciones de propiedad en el capítulo de inversiones exceptuando su tratamiento nacional.</p> <p>El Art. 1103 La nación más favorecida. Hace automáticos los arreglos de los tres países con otros aplicándose a los miembros. No aplica para Canadá. México no lo hizo retroactivo pero si aplica para acuerdos posteriores a la firma del TLCAN.</p>
Tratados de coproducción cinematográfica	22 tratados	20 tratados	No tiene tratados	<p>Tratados especiales</p> <p>Fomentan la cooperación en la producción sin drenar las reservas de dólares.</p> <p>Restricciones: contribuciones financieras, nacionalidad del personal.</p>	<p>Beneficios: fondos conjuntos, acceso a subsidios, ser considerados productos nacionales para cuotas, acceso a mayor personal.</p> <p>México: Convenio de Integración Cinematográfica Iberoamericana y en el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica</p>
Org. Privadas, Sindicatos, ONG's, Asociaciones				<p>Locales</p>	<p>Representan intereses gremiales o particulares, catalizan esfuerzos, facilitan las negociaciones y el vínculo entre los individuos, las empresas, los gobiernos, instituciones locales o internacionales.</p>
UNESCO	x	x		<p>Multilateral</p> <p>En conjunción con el International Council for Film, TV and Audiovisual Communication. Su presupuesto apoya escuelas, institutos, capacitación en países en desarrollo,</p>	<p>1982 "Nuevo orden de Información y comunicación mundial"</p> <p>2005 Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural</p> <p>La diversidad cultural se considera patrimonio común de la humanidad; El pluralismo cultural es una política que responde a la diversidad cultural; La diversidad cultural es factor de desarrollo; los derechos culturales son derechos humanos; Debe garantizarse la accesibilidad, la valorización de la creatividad, la difusión mundial y el carácter de los productos culturales como mercancías distintas a</p>

				el intercambio profesional, la circulación de materiales, el despegue de festivales regionales.	<p>las demás. Para ello debe asegurarse la cooperación entre los sectores públicos, privados y civiles. Es obligación internacional de los Estados definir y aplicar sus políticas culturales mediante apoyos concretos o marcos regulatorios que considere apropiados.</p> <p><i>Convenciones y acuerdos</i></p> <p>2005 - Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales</p> <p>2003 - Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial</p> <p>2001 - Convención sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático</p> <p>1972 - Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural</p> <p>1970 - Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales</p> <p>1954 - Convención sobre la Protección del Patrimonio Cultural en caso de Conflicto Armado</p> <p>1952 - Convención Universal sobre Derecho de Autor</p> <p>1950 - Acuerdo sobre la Importación de Objetos de Carácter Educativo, Científico y Cultural ("Acuerdo de Florencia") y su Protocolo de Nairobi de 1976</p> <p><i>Recomendaciones</i></p> <p>2003 - Recommendation concerning the Promotion and Use of Multilingualism and Universal Access to Cyberspace</p> <p>1989 - Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular</p> <p>1980 - Recomendación relativa a la Condición del Artista</p> <p><i>Declaraciones</i></p> <p>2001 - Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural</p> <p>1978 - Declaration on Race and Racial Prejudice</p> <p>1966 - Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional</p>
ILO International Labour Organisation	x	x	x	Multilateral  Canaliza los intereses laborales	<p>Geneva 1992 Conditions of Employment and Work of Performers.</p> <p>Es un marco que uniformiza las condiciones sobre las cuales negociar derechos de sindicalizados, determinar las condiciones de empleo, relaciones laborales, jornada laboral, salarios, usos secundarios de interpretaciones, impuestos, seguridad social, salud, ambiente laboral y empleo en diferentes países.</p> <p>Los acuerdos de la ILO se inscriben también con los productores de los países y forman la base de recomendaciones para las autoridades migratorias para dar permisos a trabajadores extranjeros.</p>

Fuente: Realización propia.

Por su mayor incidencia, se hará una rápida revisión de las implicaciones de lo acordado en los foros de la OMC y en las negociaciones del TLCAN.

### 1.3.3.1 Las industrias culturales en la Organización Mundial de Comercio

Como se mencionó anteriormente el GATT, General Agreement on Trade and Tariffs, original omitía a los servicios. Sólo incluía la posibilidad de establecer cuotas de pantalla en lo que a la industria cinematográfica se refería. Y como también se dijo, en 1979 durante la Ronda de Tokio

EU fracasó en su intento por incorporar los servicios al libre mercado. No ocurrió lo mismo en la Ronda de Uruguay.

Entonces los servicios fueron considerados como susceptibles a ser liberalizados en el General Agreement on Trade in Services. Las dos cláusulas liberalizantes son: 1) La apertura del mercado (Art. XVI) y 2) El Tratamiento Nacional (Art. XVII). Las obligaciones Generales impuestas por el GATS son: no discriminar proveedores foráneos; minimizar la regulación interna (Art. VI); evitar subsidios con efectos de distorsión de mercado (Art. XV).<sup>143</sup>

Francia fue determinante en el mantenimiento de la protección a sus industrias culturales. Se permitió a los Estados miembros no hacer compromisos concernientes a la liberalización de sus industrias audiovisuales. Finalmente la excepción cultural en un principio excluida fue aceptada *de facto* temporalmente posponiendo la solución a próximas rondas de negociación.

A pesar de la existencia de un marco internacional para los derechos de autor, la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), la OMC reforzó el tratamiento de éstos con la firma del Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). Con dicho acuerdo se aseguró que las disputas se resolvieran bajo los procedimientos y sanciones de la OMC. Para Desmond Freedman, el TRIPS es un medio efectivo que beneficia a los grandes propietarios de derechos y facilita la acción legal contra países pequeños.<sup>144</sup>

En 1997, 69 países de la OMC acordaron liberalizar las telecomunicaciones y abrir los mercados nacionales en el contexto de la convergencia de plataformas digitales. En el 2001, sólo 22 países habían hecho compromisos en una o dos de las seis subcategorías del subsector audiovisual. Sólo EU y la República Africana Central hicieron compromisos en las todas las subcategorías. La UE sigue sin hacer compromisos.<sup>145</sup>

Aunque se ha logrado frenar la “gattización” de las industrias culturales, los oficiales de la OMC continúan intentando aplicar las reglas de liberalización a la cultura. De hecho, EU ha negado la adhesión de países a la OMC so pretexto de que conservan políticas audiovisuales proteccionistas.

---

<sup>143</sup> Acheson, “International Regimes...”, *Op. cit.*

<sup>144</sup> *Ibid.*

<sup>145</sup> *Ibid.*

### 1.3.3.2 El contrapeso de la UNESCO

En el 2001, la UNESCO promulgó la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural.<sup>146</sup> En él se reconocen los desequilibrios en materia de economía cultural que hacen necesario el reforzamiento de la cooperación y solidaridad internacionales dado que: “Las fuerzas del mercado por sí solas no pueden garantizar la preservación y promoción de la diversidad cultural”. La UNESCO contempla la diversidad cultural como patrimonio dinámico y no estático de la humanidad y como un derecho humano, “como imperativo ético indisociable del respeto de la dignidad de la persona.”<sup>147</sup> La Declaración propone fortalecer la cooperación entre los sectores privados, públicos y civiles.

Los derechos culturales del ser humano contemplan la creación, la expresión, la difusión, la lengua, la educación, la identidad, la participación en la vida cultural y el ejercicio de las propias prácticas culturales. Por ello, la diversidad cultural favorece existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria, así como ser un factor más de desarrollo económico.

Es deber de los Estados, garantizar el acceso plural e igualitario a la expresión y circulación de bienes y servicios culturales que tienen un carácter específico como mercancías distintas a otros bienes de consumo por sus implicaciones socioculturales: “cada Estado debe, respetando sus obligaciones internacionales, definir su política cultural y aplicarla, utilizando para ello los medios de acción que juzgue más adecuados, ya se trate de apoyos concretos o de marcos reglamentarios apropiados”.<sup>148</sup> Por su parte la UNESCO tiene la responsabilidad de: promover los principios; ser un instrumento de referencia y concertación entre los estados; proseguir con su acción normativa y; facilitar la aplicación del Plan de Acción.

Sin embargo, Estados Unidos no forma parte de la UNESCO, además de que las acciones de dicho organismo internacional no tienen carácter coercitivo sino únicamente simbólico.

---

<sup>146</sup> El documento tiene tres partes. La primera aborda los antecedentes y definiciones conceptuales de los argumentos y palabras clave, así como, el contexto contemporáneo en el que se proclama la declaración. La segunda parte contiene doce artículos en los que se explican los diferentes aspectos de la diversidad cultural. Una tercera parte contiene consideraciones para planes de acción relativos a la diversidad cultural.

<sup>147</sup> Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, adoptada por la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO en París, el 2 de febrero de 2001. Reproducida en *Estudios Cinematográficos*, México, CUEC-UNAM, año 11, Núm. 29, febrero-abril, 2006.

<sup>148</sup> *Ibid.*, p.92.

### 1.3.3.3 El Tratado de Libre Comercio de América del Norte

Los investigadores coinciden en señalar que la apertura de México y Canadá a la economía estadounidense comenzó desde la década de los ochenta, antes de la formalización que le confiere la firma del tratado comercial entre los tres países de la región.<sup>149</sup> Sin embargo, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es importante porque constituye un marco de normatividad en un proceso deliberado de integración económica.

La integración de las relaciones económicas en América del Norte comenzó a fines del siglo XIX con la expansión de las empresas estadounidenses a territorios mexicanos y canadienses. Pero no fue hasta los años veinte del siglo XX que las corporaciones estadounidenses en México y Canadá predominaron sobre las de países europeos. En el contexto de la postguerra, Estados Unidos ocupó un papel hegemónico en la economía mundial y el proceso de integración silenciosa continuó con el despliegue de sus corporaciones y el predominio sobre la inversión extranjera directa a través de sus plantas subsidiarias y el comercio intrafirma en Canadá y México. En esta época se inició la liberalización del comercio a nivel mundial con el General Agreement on Trade and Tariffs. Los años setenta, sin embargo, se caracterizaron por profundas transformaciones en la economía internacional dada la crisis mundial capitalista, el surgimiento de la importancia de las barreras no arancelarias<sup>150</sup> en un nuevo tipo de proteccionismo practicado por países industrializados que no ha implicado la disminución de los flujos de comercio y de nuevos procesos de integración económica regional. Éstos últimos serían formalizados bajo los acuerdos institucionales de comercio preferencial cuyo auge caracterizó la década de los noventa.<sup>151</sup>

En 1994, los mandatarios de México, Estados Unidos y Canadá (Salinas, Bush y Murloney) firmaron el TLCAN que consiste en la creación de un área de libre comercio con el objetivo a largo plazo de integrar la economía de la región. Por esta razón, el perfil del tratado se limita a: el desmantelamiento arancelario, la estipulación de reglas de origen de acceso preferencial y la creación de comisiones de arbitraje de controversias comerciales. Sin embargo, no contempla mecanismos de cooperación, instituciones comunes, un mercado común ni el libre flujo de fuerza de trabajo.

La capacidad de negociación dentro de este régimen internacional es desigual dado el papel de Estados Unidos como potencia hegemónica en la economía internacional, como país central que

<sup>149</sup> De la Reza (2004), Aguilar (2001), Gazol (2004), García Canclini (1999), Duzel (2004), etc. Coinciden en que el TLCAN significa el reconocimiento –no la causa- de la tendencia a la liberalización comercial en la región que se había venido gestando con anterioridad.

<sup>150</sup> Las medidas contingentes, medidas fitosanitarias y los estándares medioambientales.

<sup>151</sup> Aguilar Huerta, *Integración y globalización en América del Norte*, México, Universidad Autónoma de Puebla, 2001.



encabeza el proceso de integración regional. Su mayor capacidad para influir en el curso del bloque sesga el poder de negociación de los demás socios con economías más débiles.<sup>152</sup>

En cuanto a la diversificación económica, el comercio de México y Canadá dependen del 80 % del mercado estadounidense, mientras que Estados Unidos presenta un mayor grado de diversificación con la Unión Europea, Asia y América Latina.

El TLCAN es un acuerdo híbrido entre países con desarrollo y dotación de factores productivos desigual, como Estados Unidos y México, entre países con desarrollo y dotación de factores comparables, como Estados Unidos y Canadá.

El tipo de comercio predominante entre Estados Unidos y México es intraindustrial, se da al interior de las ramas o de las empresas mismas, los costos y beneficios en este caso son menos visibles y moderados, asimismo, el nivel de integración tiene menor importancia. En el comercio interindustrial la integración suele ser más amplia y competitiva pues involucra a ramas enteras de producción.

La integración económica bajo un tratado de libre comercio tiene como meta favorecer el incremento de las exportaciones e impulsar los factores productivos. Ninguna de las dos se ha cumplido para el caso de México como muestran los estudios de evaluación del tratado después de una década de su entrada en vigor, tema que retomaremos en el capítulo cuarto.

#### 1.3.3.3.1 Las industrias culturales en el antecedente del TLCAN

En 1989 entró en vigor el Free Trade Agreement (FTA) entre Estados Unidos y Canadá. Los productos canadienses tenían una posición débil frente a su propio mercado interno; los canadienses solían importar el 80% de los productos que requerían y la cercanía geográfica y lingüística con su poderoso vecino del sur acentuaban la dependencia. El estado de las cosas se reflejaba también en el cine.

En Canadá, el debate de la excepción cultural ha tenido un eco importante. Las razones son diversas: Canadá ha vivido una historia de dominación oligopólica estadounidense desde los años veinte del siglo XX, que no ha podido ser contrarrestada. Sin embargo, esta situación ha proporcionado a los canadienses la experiencia y la conciencia de la necesidad de regular sus

<sup>152</sup> De la Reza, *México más allá TLCAN, competitividad y diversificación de mercados*, México, UAM-Azcapotzalco, Plaza Valdez y Editores, 2004.

nuevas industrias culturales, de ahí su fuerte tradición en medios públicos, subsidios y apoyos gubernamentales. Por otro lado, la identidad quebequense (francoparlante) es más crítica y sensible a la penetración cultural de EU y está también más cercana a los ideales de excepción cultural abanderados por Francia.

En el artículo 2005 párrafo 1 del FTA, Canadá exentó a sus industrias culturales. Sin embargo, se hicieron compromisos específicos que sí afectaron a las industrias culturales. Se eliminaron las tarifas a los bienes insumos de las industrias culturales; se aseguró que cualquier compañía extranjera que tuviera que dividirse por cuestiones de restricción de propiedad recibiera un justo valor en el mercado; se comprometieron al pago de *copyright* en la redistribución por cable; se eliminó la obligación de imprimir revistas necesariamente en territorio canadiense.<sup>153</sup>

A pesar de la excepción, en el párrafo 2 del Artículo 2005, se estipuló la posibilidad de que EU tomara represalias de efecto equivalente en respuesta a acciones inconsistentes con el párrafo 1, es decir, en caso de que EU llegara a considerar que Canadá concedía subsidios ilegítimos a sus industrias culturales. En los vericuetos legales hay dos interpretaciones. La canadiense considera, por ejemplo, que Canadá puede ser objeto de represalias si pone tarifas arancelarias a cámaras o equipo cinematográfico proveniente de Estados Unidos, no si introduce una política de distribución que discrimine a las películas estadounidenses. La estadounidense, que el gobierno de EU puede imponer sanciones contra *cualquier nueva medida* referente a industrias culturales que los afecte adversamente. “Las represalias colocaron a las industrias culturales a la par de cualquier otra mercancía.”<sup>154</sup> Como señalaron Acheson y Maule, en el FTA y posteriormente en el TLCAN no existían procesos de resolución formal para las disputas, por lo tanto, los conflictos fueron politizados y sujetos a presiones.<sup>155</sup>

#### 1.3.3.3.2 EL TLCAN y las industrias culturales

En 1992 se firma el TLCAN. Canadá vuelve a exentar a sus industrias culturales (Anexo 2106) pero México y EU no lo hicieron. México percibió como una ventaja de sus industrias el idioma español para competir en el creciente mercado hispano de EU (sobre todo para el duopolio de la televisión mexicana que está bien posicionado como exportador). El tratado no hizo explícita la excepción de

<sup>153</sup> *Ibid.*

<sup>154</sup> Gómez García, “El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)”, *Tesis doctoral*, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Diciembre 2006. p. 152.

<sup>155</sup> *Ibid.*

las industrias culturales mexicanas, ni mencionó directamente a las industrias audiovisuales, por lo tanto, éstas quedaron automáticamente liberalizadas.<sup>156</sup> Los negociadores oficiales mexicanos consideraron a su vez como una ventaja natural proteccionista la “barrera del lenguaje” que presupone frenaría la penetración de productos en idioma inglés.<sup>157</sup> Los negociadores argumentaron que “dado el patrimonio cultural, México no tiene por qué preocuparse”.<sup>158</sup> Estados Unidos, como era de esperarse, abrió totalmente su mercado.

Un aspecto explícito en la sección de “Reservas” del tratado, es el reconocimiento de la existencia del 30 % de cuota de pantalla del cine mexicano y que, en el documento, carece de un calendario de reducción. Esto implica que el TLCAN admite que México puede establecer su cuota de pantalla hasta del 30%. A pesar de ello, la Ley Federal de Cinematografía de 1992 (anterior a la entrada en vigor del TLCAN, 1994), estipula la autoreducción del 30 hasta el 10 % de dicha cuota. Posteriormente, el artículo 19 de la Ley Federal de Cinematografía de 1998 dice: “Los exhibidores reservarán el 10% del tiempo total de exhibición para la proyección de películas nacionales en sus respectivas salas cinematográficas. Salvo en lo dispuesto en los tratados internacionales en los que México no haya hecho reservas de tiempo.”<sup>159</sup> La salvedad aplica entonces para otros tratados comerciales pero no para el TLCAN donde sí existe una reserva por parte de México.

En el TLCAN, México hizo algunas excepciones respecto a la industrias culturales: exigió el uso del idioma español en la radiodifusión, mantuvo restricciones de nacionalidad en las que la mayoría del personal de producción e interpretación debe ser mexicano, tener un presentador mexicano o extranjeros autorizados. Los anuncios comerciales debían estar en español o tener subtítulos; así mismo, debía eliminarse la publicidad original de los programas extranjeros retransmitidos en México.

Los tres países conservaron restricciones de propiedad (49% de propiedad nacional) en el capítulo de inversiones en la distribución por cable, el teléfono y programación (transmisión radiofónica y de TV). México y Canadá mantuvieron los programas de revisión de adquisición de

---

<sup>156</sup> Covi, “Inequidades del NAFTA/TLCAN: un análisis del sector audiovisual mexicano” en Mastrini, Guillermo, *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*, Argentina, Biblos, 1999.

<sup>157</sup> Acheson, *Op.cit.*

<sup>158</sup> García Canclini, cit. por Galperin, *Op. cit.*

<sup>159</sup> Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Cinematografía, 5 de enero de 1999.

propiedad.<sup>160</sup> Por otro lado, los tres países acordaron la posibilidad de propiedad compartida en señal satelital.

Por último, el artículo 1103 del TLCAN sobre la “Nación Más Favorecida (NMF)” hizo automáticos los arreglos de los tres países miembros con países ajenos al tratado. Al haber exentado sus industrias culturales Canadá dejó fuera del trato con México y EU los acuerdos de coproducción cinematográfica con otros países. Aunque México no hizo el tratado retroactivo a los acuerdos previos, los tratados de coproducción cinematográfica futuros quedarían bajo el trato de la NMF.

Si bien el TLCAN no es en sí causante de los cambios en las trayectorias económicas de las industrias culturales de los países en cuestión, es un marco jurídico que consolida e institucionaliza el poder de los mercados y las firmas transnacionales sobre los sistemas públicos y comunitarios de las industrias culturales. México, por ejemplo, adecua leyes y reglamentos para empatarlos con los intereses de las grandes empresas audiovisuales transnacionales (mexicanas y extranjeras) dejando desprotegida la producción pública e independiente. En el Nuevo Orden Mundial Informático y Comunicativo estadounidense se privilegia el control de los negocios privados sobre la producción y distribución de la cultura y la comunicación.<sup>161</sup>

#### 1.3.3.4 Las verdaderas negociaciones

A raíz del estudio de las negociaciones internacionales, Desmond Freedman concluye la fragilidad de los acuerdos de libre comercio en lo referente a las industrias culturales pero su papel como preparación del terreno ideológico y la futura e inminente incorporación de dichas industrias a la liberalización. Las negociaciones de liberalización señala, se hacen y se harán inicialmente en las salas corporativas y los departamentos gubernamentales.

Como concluye Galperin, el TLCAN no alteró la estructura y funcionamiento de los mercados audiovisuales de la región, Canadá a pesar de haberlos exentado está sujeta a las amenazas estadounidenses; en México el TLCAN fue tan sólo uno de los últimos pasos en la reestructuración de políticas de comunicación, es decir, de una secuencia de privatizaciones, re-

---

<sup>160</sup> En 1995 México modificó su artículo 28 constitucional que permitía inversiones extranjeras mayores al 49%; en 1992 la ley de cinematografía redujo al 10% las cuotas de pantalla del cine y en 1997 la ley federal de propiedad intelectual fue modificada para alinearse a la legislación estadounidense y canadiense.

<sup>161</sup> Gómez, “El impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*

regulaciones neoliberales y disminución de la intervención pública. Aun así y por omisión, el TLCAN “legitimizó la comercialización de la cultura sin sus implicaciones socioculturales”.<sup>162</sup>

En cuanto a la OMC, Freedman por un lado y Pawels por otro, explican que los procedimientos del GATS yacen en el método de “abajo hacia arriba”, donde los estados miembros son libres de elegir los compromisos que contraen. Pero puede ser sólo cuestión de tiempo: con cada ronda se hará más difícil que los países rechacen hacer compromisos y se vean forzados a intercambiar algunos sectores por otros.<sup>163</sup>

A pesar de que los acuerdos de liberalización dicen basarse en el trato comercial igualitario, lo que está en juego es más bien un trato equitativo que tome en cuenta que el estado de las industrias culturales es asimétrico entre los países. La resistencia de los países a la liberalización de sus industrias culturales refleja que el sector no es viable para las negociaciones comerciales multilaterales dado el dominio avasallante de EU.

La importancia del TLCAN y de la OMC no debe subestimarse. Los efectos de esos acuerdos internacionales forman parte de la expansión de la ideología del libre comercio como tendencia “natural e inevitable.” Por otro lado, han propiciado, aunque sea fuera de ellos, espacios para el debate y la resistencia.

El verdadero poder que incide en las políticas económicas internacionales como concluye Freedman, son las presiones de las corporaciones sobre los gobiernos. En el caso de México es evidente que la reforma estructural que ha venido sucediendo desde la década de los 80 ha partido de las decisiones gubernamentales y que los regímenes internacionales de los que forma parte sólo han presionado, reforzado y oficializado el estado de las cosas.

Lo anterior no significa que el resguardo de las industrias culturales y la diversidad cultural sea un asunto de políticas domésticas, lo que en realidad implica es que no puede pasar desapercibido el poder de los nuevos actores internacionales y que es correspondiente con los intereses de algunos países como EU y de algunas élites nacionales en gobiernos del mundo entero. Por esta razón se insiste en la necesidad de tener marcos regulatorios que con miras al bienestar de las sociedades y partiendo del consenso civil hagan el contrapeso a los poderes fácticos económicos corporativos.

---

<sup>162</sup> Galperin, *Op. cit.*

<sup>163</sup> Pawels, “The WTO and the Audiovisual Sector. Economic Free Trade VS. Cultural Horse Trading?”, *European Journal of Communication*, vol. 18 (3) 2003.

De ahí también la importancia de la Declaración sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO y de la labor de este organismo internacional como contrapeso al poder de las grandes empresas y de sus representantes gubernamentales. Queda como tarea social procurar que se cumplan los planes de acción recomendados.

Por último, como apunta Rodrigo Gómez, cabe mencionar la contradicción de países como México cuya política diplomática de adhesión a la UNESCO y aprobación de sus declaraciones se opone a sus políticas nacionales e internacionales comerciales que adopta en el marco del TLCAN y la OMC.

#### 1.4 CONCLUSIONES

En resumen, a lo largo de este primer capítulo, se ha hecho explícito que las consecuencias socioeconómicas y culturales de la desigualdad en el grado de desarrollo e integración de las cinematografías norteamericanas lleva a preguntar por los factores que son esenciales para el desarrollo industrial fílmico.

Consideramos que las posturas teóricas elegidas para dar salida a estas interrogantes son complementarias: la teoría de la industrialización geográfica plantea el análisis de los factores de desarrollo endógenos al distrito cinematográfico y la Economía Política de la Cultura logra ofrecer un panorama de las contradicciones, los factores jerárquicos y vínculos exógenos que impactan al interior del distrito o a su relación con otros centros productivos. Ambas corrientes ingresan a la economía institucional, se fundamentan en pilares regulacionistas y plantean la necesidad de la intervención pública en lo que a la economía y a las industrias culturales se refiere.

Por otro lado, el carácter dicotómico de las industrias culturales como productos culturales y comerciales genera una contradicción no sólo a nivel conceptual sino expresado en el devenir histórico-social de dichas industrias en el mundo contemporáneo. La generación de economías de escala como propiedad fundamental de las industrias culturales (en el tiempo estructural) del capitalismo, se han combinado con el desarrollo tecnológico y las políticas neoliberales mundiales (de tiempo episódico) generándose la expansión y diseminación de dichas industrias en el ámbito internacional. Por sus repercusiones (coyunturales) en las sociedades, esta situación no ha dejado de

generar conflictos, debates y paradojas cuyas dimensiones alcanzan ámbitos regionales y globales.<sup>164</sup>

---

<sup>164</sup> A lo largo de este trabajo se abordarán de manera implícita fenómenos histórico-sociales de corta, mediana y larga duración, es decir, cuyas escalas temporales pueden traslaparse en lo que llamaría Braudel escalas de tiempo coyuntural, episódico y estructural. V.Braudel, *La historia y las Ciencias Sociales*, Madrid, Alianza Editorial, 1995.

## CAPÍTULO 2

### 2.1 LAS CINEMATOGRAFÍAS EN AMÉRICA DEL NORTE

Las industrias fílmicas de México, Estados Unidos y Canadá han seguido distintas trayectorias históricas; actualmente se desarrollan en contextos nacionales particulares que establecen vínculos con tendencias globales.

Uno de los objetivos de este capítulo es mostrar la radiografía del estado de las tres cinematografías sobre los elementos de análisis de la Economía Política de la Cultura (ver capítulo

1). Esta escuela propone estudiar los sectores industriales culturales tomando en cuenta:

- 1) Las tendencias histórico-estructurales<sup>165</sup>
- 2) Las políticas culturales y los marcos jurídico-institucionales
- 3) Las estructuras económicas del sector
  - a. Estado de la competencia y las barreras de entrada
  - b. Las prácticas monopólicas
  - c. La concentración del capital: la propiedad y participación en el mercado. La estructura organizacional: integración o desintegración vertical y horizontal.
- 4) El poder político y cabildero de los agentes económicos y las élites gobernantes

A lo largo del capítulo se hará énfasis en el poder de las grandes corporaciones y en el modo organizacional de especialización flexible que actualmente impera en las tres industrias y que implica la fragmentación de los procesos de producción e incluso la segmentación de las audiencias, sobre este tema profundizaremos más adelante en el tercer capítulo.

Por lo pronto la finalidad del presente apartado es explicar parcialmente las diferencias en los niveles de producción y patrones de consumo cinematográfico en los tres países. Es evidente la asimetría del desarrollo entre las tres cinematografías cuando observamos algunos datos estadísticos

---

<sup>165</sup> “Las sociedades y su devenir histórico son sistemas complejos con múltiples interacciones entre sus diversos subsistemas, [...] (el investigador debe) desentrañar el complejo de múltiples dimensiones, articulaciones y en última instancia determinaciones mediadoras que pueden ser analizadas a diversos niveles o escalas (socio-espacial, temporal, etc.). [...] Las circunstancias [...] configuran conjuntos de hechos o relaciones sociales más o menos cristalizadas en instituciones que, en sus interconexiones mutuas constituyen las estructuras globales fundamentales de la sociedad: económicas (relaciones y prácticas de producción, distribución y consumo), políticas (relaciones y prácticas de organización por el ejercicio del poder), culturales (relaciones y prácticas de producción de sentido), mismas que, en su compleja interacción y combinación, ‘distribuyen’ a la gente en lugares diferenciados y desiguales de la estructura social. Estas estructuras globales [...] ‘determinan’ es decir, establecen límites a la conducta individual y a las interacciones sociales. Se puede pensar en complejos campos probabilísticos heredados del pasado, que sin embargo pueden ser remontados relativa y ocasionalmente, como la propia historia a veces nos lo describe.” Sánchez Ruiz, *Medios de difusión y Sociedad, Notas críticas y metodológicas*, México: Universidad de Guadalajara- Centro de Estudios de la Información y Comunicación, 1992. pp. 58-59.



de los últimos censos disponibles. Mientras que en Estados Unidos existen 4733 compañías productoras, en Canadá hay 688 y en México tan solo 41.<sup>166</sup>

En Estados Unidos se producen entre 350 y 400 películas al año aproximadamente, en México y Canadá se hacen esfuerzos por alcanzar cifras superiores a las 50 películas anuales. La asimetría es histórica: en el periodo que va de 1906 a 1922 Hollywood producía un promedio de 750 largometrajes de ficción anuales, en México el promedio era de 10 películas al año y en Canadá no se producían cintas de argumento aún.<sup>167</sup>

La brecha de desigualdad actual es visible también en el tamaño de los presupuestos de producción: Estados Unidos llega a tener superproducciones que cuestan entre \$ 100 y \$ 200 millones de dólares,<sup>168</sup> los proyectos medianos suelen utilizar un monto de entre \$20 y \$ 80 millones de dólares y las producciones independientes realizan películas que oscilan entre los \$10 y los \$ 20 millones de dólares;<sup>169</sup> en Canadá los grandes presupuestos gastan de \$10 a \$15 millones de dólares y las independientes filman con \$ 2 millones de dólares;<sup>170</sup> “en México, una película que cuesta \$2 millones de dólares se considera una ‘superproducción’.”<sup>171</sup>

Cabe mencionar también que las películas estadounidenses suelen ocupar el 95 % del tiempo de pantalla canadiense y el 84 % de la cartelera en México. Estados Unidos por su parte importa únicamente el 2 % de películas extranjeras que se proyectan en sus cines.

Los mercados nacionales difieren enormemente. La población estadounidense es la más extensa de las tres con 303 millones de habitantes que suelen ir al cine más de 5 veces al año en promedio. Canadá tiene una población reducida de 31 millones de personas pero su mercado es compensado por los elevados ingresos *per capita* que contribuyen a alcanzar la cifra de asistencia anual de 3.8 veces al cine. En México los 103 millones de habitantes tienen en promedio anual de

---

<sup>166</sup> Estos datos varían mucho dada la naturaleza inestable del negocio; actualmente las casas productoras tienden a operar con base en el desarrollo de proyectos individuales para después desaparecer. Queda también por ver cuántas de esas compañías se dedican sistemáticamente a la producción de largometrajes de ficción y no únicamente a publicidad, multimedia, videos corporativos, etc. La cifra canadiense está elevada debido a que se refiere a la industria audiovisual incluyendo la producción televisiva. US Census Bureau, 1999, Statistics Canada 2004, INEGI, Censo Económico 2003.

<sup>167</sup> De la Vega Alfaro, *La industria cinematográfica mexicana, perfil histórico-social*. México: Universidad de Guadalajara, 1991. (Cuadernos de Divulgación, Segunda época, Núm. 37)

<sup>168</sup> The Economist, *Hollywood's New Model*, 15 de marzo de 2007. [En línea] Archivo disponible en [http://www.economist.com/business/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=88537662](http://www.economist.com/business/PrinterFriendly.cfm?story_id=88537662), consultado el 20 de marzo del 2007.

<sup>169</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte: Entre el mercado oligopólico y las políticas públicas” en A diez años del TLCAN, reorganización industrial, México, Colmex-PIERAN, 2004. Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006: estructura, desarrollo, políticas y tendencias” en Estudios sobre las culturas contemporáneas, diciembre, año/vol. XI, Núm. 022, Universidad de Colima, México, 2005. pp 249-273.

<sup>170</sup> Magder, “Film and Video Production” en Dorland, *The cultural industries in Canada: Problems, policies and prospects*, Canada, James Lorimer and Company Publishers, 1996.

<sup>171</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*

entradas al cine de 1.5 veces, que en realidad refleja el problema nacional de desigualdad en la distribución del ingreso y por consiguiente la dificultad de acceso a un bien cultural como el cine.<sup>172</sup>

Por último, los ingresos derivados de la industria fílmica en su conjunto significaron en el año 2003 para México 2 mil 368 millones de dólares, para Canadá 3 mil 200 millones de dólares, mientras que para Estados Unidos en el 2002 representaron la impresionante suma de 62 billones 12 mil 526 millones de dólares.<sup>173</sup>

---

<sup>172</sup> US Census Bureau, 2000 Population Division, (estimación basada en el censo), Statistics Canada, 2006 Census of Population. INEGI, Censo Nacional de Población y vivienda 2005. Datos de asistencia a salas por persona: Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual en América del Norte...", *Op. cit.* Gómez García, "La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006: estructura, desarrollo, políticas y tendencias" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, diciembre, año/vol. XI, Núm. 022, Universidad de Colima, México, 2005. pp 249-273. Y Statistics Canada, *The Daily: Movie Theaters and Drive-ins*, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>173</sup> Estos ingresos se derivan tanto de las actividades de producción como de distribución, exhibición y comercialización. Según los datos del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) proporcionados por el Censo Económico del INEGI y Statistics Canada. V. Gómez García "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.* p. 168. El dato correspondiente a EU se obtuvo del US Department of Commerce, 2002, Economic Census, "Motion Picture and Video Industries, 2002", Information Industry Series, Noviembre 2004.

Cuadro 6. Cronología histórica del cine en Estados Unidos, México y Canadá

	S XIX-1910	1920	1930
ESTADOS UNIDOS	<p>.SXIX primera etapa de corte artesanal y experimental</p> <p>. Segunda etapa conformación de una industria oligopólica en Nueva York, 1908: Motion Picture Patents Company (integración producción-distribución)</p> <p>. 1912 el <i>trust</i> es demandado por compañías independientes</p> <p>.Primeros establecimientos en Hollywood</p> <p>.1917 disolución del monopolio neoyorkino bajo la Ley Sherman antimonopolios (1890)</p> <p>.Hollywood se vuelve el principal centro productivo</p>	<p>.Expansión hacia el mercado europeo (cubrir la demanda de cine devastado tras la IGM) y latinoamericano</p> <p>.Sistema de Estudios: conformación de las <i>majors</i> -Fox, MGM, Paramount, SMC, Warner Bros-, conformación de las medianas -Columbia, Universal, United Artists</p> <p>.Colaboración de los departamentos de Estado y Comercio con la industria para fomentar el comercio exterior</p> <p>.La Ley Web Pomerene (1918) exime a los exportadores de aplicarles la Ley Sherman</p> <p>.Motion Picture Producers and Distributors of America (enlace corporativo contra la censura y frente a intentos de cerrar mercados internacionales a través de cuotas de pantalla nacionales en países europeos)</p> <p>.1927 <i>El cantante de Jazz</i>, primer cinta sonora</p>	<p>.Películas de propaganda antinazi</p>
MÉXICO	<p>.Etapa preindustrial</p> <p>.1896 llega el primer cinematógrafo</p> <p>.1913 a 1919 Primeras reglamentaciones de censura</p>	<p>. El gobierno postrevolucionario utiliza a la industria para fomentar el patriotismo y nacionalismo</p> <p>. La industria se ve fortalecida dado el espíritu de conciliación, modernización e industrialización</p>	<p>.Etapa industrial "Epoca de Oro"</p> <p>.1935 Reforma para que el Congreso pueda legislar sobre cine</p> <p>.1931 <i>Santa</i>, 1936 <i>Allá en el rancho grande</i> es un éxito de cine industrial</p> <p>. El cine se convierte en la tercera industria más importante del país</p> <p>.1939 Sindicato de Trabajadores, STIC</p>
CANADÁ	<p>. La rama de exhibición con capital propio canadiense fue la primera en consolidarse; a principios del S.XX había exhibidores itinerantes de películas británicas y estadounidenses</p> <p>.1906 los hermanos Allen compran salas y establecen su compañía distribuidora. Sus lujosos teatros de primera corrida se convirtieron en monopolio de exhibición por ser también distribuidores</p> <p>.1918 Canadian Government Motion Picture Bureau genera cintas de promoción del país</p>	<p>. Expansión de compañías estadounidenses productoras-distribuidoras con contratos de exclusividad con los Allen</p> <p>. Los Allen se alían con Famous Players, la subsidiaria canadiense de Paramount Pictures. Término del contrato</p> <p>.El empresario Nathanson toma las riendas de Famous Players que compite ahora contra los Allen. Los Allen quiebran</p> <p>. Famous Players es el monopolio de exhibición con estrategias de alianzas y amenazas a sus competidores</p> <p>.1924 se crea la Motion Pictures Exhibitors and Distributors of Canadá cabildera de los intereses estadounidenses en el país</p> <p>. En 1925 el 95% de las películas exhibidas son estadounidenses</p> <p>. Las 10 distribuidoras existentes son subsidiarias estadounidenses. Incurren en prácticas monopólicas hacia exhibidores independientes: block-booking y blind-booking</p>	<p>.Investigación gubernamental bajo la Federal Combines Act de 1888; concluye la colusión de distribuidoras con FP pero no puede demostrarse su efecto negativo al interés público.</p> <p>. En 1939 el CGMPB se convierte en el National Film Board (NFB) para propaganda de guerra y documentales</p>

	1940	1950-1960
ESTADOS UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>. 1940 Chaplin filma <i>El Gran Dictador</i></li> <li>.Comité del Comercio Interestatal del Senado discute la propaganda de guerra diseminada por la industria cinematográfica</li> <li>.El gobierno busca influir en la industria creando en 1942 la Office of War, el Bureau of Motion Pictures Affairs y la Office of Censorship, la Oficina del Condado de Asuntos Interamericanos y la Motion Picture Society of the Americas</li> <li>.En 1948 el Departamento de Estado da subsidios directos</li> <li>.En 1948 los Decretos Paramount aplican la ley Sherman antimonopolios y obligan a la competencia en exhibición.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.1949-1951 el House of Un-American Activities Comitee investiga el comunismo en las películas y hace una lista negra de cineastas</li> <li>.Crisis en la industria cinematográfica: inflación, demandas sindicales, aumentan costos de producción, GB e Italia ponen cuotas de importación, la entrada de la televisión compite y gana las audiencias de cine</li> <li>.Se sobrelleva la crisis mediante la reestructuración de los sistemas de producción hacia modos flexibles, recorte de personal, disminución de la producción, la innovación tecnológica e implementación de estrategias de superproducciones, producciones evento y mucha publicidad</li> <li>.La innovación en los contenidos genera la etapa llamada "El Renacimiento Hollywoodense"</li> </ul>
MÉXICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Política del buen vecino en la IIGM, el cine mexicano se beneficia de la estrategia aliada de propaganda para América Latina. EU coopera con personal para capacitación, un millón de dólares, distribución y venta de celuloide. La OCAIA recomienda a Hollywood mejorar la imagen de México en el cine</li> <li>.1941 decreto de censura de propaganda del Eje</li> <li>.1942 Se crea el Banco Cinematográfico. Se promueve el "Plan para estimular la producción cinematográfica en apoyo al esfuerzo bélico"</li> <li>.1945 se crea el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, STPC. Surge Películas Mexicanas (distribuidora internacional)</li> <li>.1947 se renombra Banco Nacional Cinematográfico. Se crea Películas Nacionales SA (distribuidora nacional)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Al fin de la guerra EU retira el apoyo a la industria cinematográfica mexicana</li> <li>. 1950 Se estipula la Ley Federal de Cinematografía con 50% de cuota de pantalla</li> <li>.Viraje hacia contenidos más nacionalistas y conservadores que los cosmopolitas e independentistas de la década anterior</li> <li>.Se crea la exhibidora estatal COTSA contra el monopolio Jenkins</li> <li>. Crisis estructural del cine, obsolescencia sindical, baja calidad, bajos presupuestos, agotamiento estético y temático, competencia de la TV</li> </ul>
CANADA	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Nathanson es expulsado de FP y conforma Odeon Theaters. Pronto constituye un duopolio con FP. Controlan el 61% de la taquilla nacional</li> <li>. 40 empresas forman la Independent Motion Pictures Exhibitors Association y el National Council Exhibitors of Canada contra las restricciones monopólicas. Fueron atacados por la prensa conservadora durante la IIGM, fueron cooptados, perdieron representatividad en asociaciones que representaban también a las grandes cadenas</li> <li>.Los juicios por discriminación a independientes no pudieron comprobar legalmente la colusión contractual entre distribuidoras y exhibidoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Intento de imposición de cuotas a las importaciones y retención de ganancias de las empresas estadounidenses. Cabildeo de la MPAA con el gobierno canadiense para echar atrás la iniciativa, lo consiguen a través de proponer una cooperación voluntaria: el Canadian Corporation Project que fracasaría</li> <li>.Massey-Levesque Commission Report genera la idea de intervención estatal en la esfera cultural</li> <li>.1968 se crea el Canadian Film Corporation Act (CFDC)</li> <li>.Producción local de 6 cintas independientes al año y 9 del NFB</li> <li>. La TV compra películas y el cine recibe apoyo estatal</li> <li>.La NFB se involucra en la producción y distribución de cintas de ficción a través del CFDC</li> </ul>

	1970-1980	1990-2000
ESTADOS UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Revive la izquierda en Hollywood, en plena Guerra Fría, se hacen películas sobre el caso Rosenberg, sátiras sobre la guerra de Corea, críticas a la guerra de Vietnam. Hay activismo político de cineastas y actores como Jane Fonda, Vanessa Redgrave y Robert Redford</li> <li>.Sinergias entre el cine, la TV y el Video Home</li> <li>.Despunte del cine independiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Consolidación de los procesos de desintegración vertical de las formas productivas, diversificación de productos audiovisuales, integración horizontal de las empresas en grandes conglomerados multisectoriales y tendencia hacia la convergencia de soportes tecnológicos digitales</li> <li>.Consolidación de la expansión Hollywoodense a nivel global</li> <li>.Ganancias por 65 mil millones de dólares en 2002</li> <li>.Las industrias de copyright crecen al 7 %</li> </ul>
MÉXICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Cierre sindical hacia los nuevos talentos</li> <li>. 1971-1976 Estatización de la cadena productiva cinematográfica</li> <li>.El sector privado se beneficia del descongelamiento de precios en las salas</li> <li>.Censura de temas políticos</li> <li>. Se crea el Imcine a cargo de la Secretaría de Gobernación</li> <li>.1988 Imcine queda a cargo de Conaculta</li> <li>.1980's Profundización de la crisis del cine mexicano con las políticas neoliberales de privatización, liberalización y neo regulación: agotamiento de temáticas, disminución de la producción y la calidad de las películas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Desmantelamiento de la infraestructura de la industria cinematográfica bajo las políticas neoliberales: privatización de las productoras, distribuidoras, exhibidoras y estudios estatales; liberalización de los precios de exhibición</li> <li>.1992 Ley Federal de Cinematografía. Reducción de la cuota de pantalla al 10 %</li> <li>.1994 México incluye sus industrias culturales en el TLCAN</li> <li>.1995 Llegada de las salas multiplex</li> <li>.Inexistencia de políticas públicas cinematográficas</li> <li>. 1998 adiciones a la Ley Federal de cinematografía. La prohibición del doblaje, el fondo a la producción del 5 % en la taquilla añadidos a la ley son revocados por la SCJN y la obligatoriedad del 10 % de cuota de pantalla para el cine nacional es subsumida a los tratados de libre comercio internacionales</li> <li>.Entra en vigor el fondo Eficine proveniente del Art. 226 de la LISR para producciones nacionales</li> </ul>
CANADÁ	<ul style="list-style-type: none"> <li>.1971 Intento por imponer cuotas de pantalla promovido por la CFDC, por el Syndicat National du Cinéma y el Council of Canadian Filmmakers. Finaliza con acuerdo voluntario del duopolio de exhibición para apoyar la proyección de películas nacionales</li> <li>.1977 surgen las multisalas Cineplex. El gobierno aplica la ley Combines Act contra las prácticas discriminatorias hacia Cineplex</li> <li>.Cineplex compra Odeon y compite con FP. Conforman nuevo duopolio</li> <li>.Despunte del sector productivo nacional: incentivos fiscales (Capital Cost Allowance, CCA) y coproducciones</li> <li>.1983 la CFDC se convierte en Telefilm Canada con el Feature Film Fund (1986) para películas de ficción y el Film Distribution Fund</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Las provincias ofrecen exenciones fiscales</li> <li>.El gobierno apoya en un 70 % el financiamiento de películas</li> <li>.1996 Production Tax Credit</li> <li>.2000 "From script to Screen: New Policy Directions for Canadian Feature Film"</li> </ul>

FUENTE: Realización propia.

## 2.2 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN MEXICO 1992-2006

En la historia reciente del cine mexicano, en crisis desde hace varias décadas, el año de 1992 marca el inicio de una profunda transformación. Los cambios en las tres ramas de la industria cinematográfica (producción, distribución y exhibición) tienen que ver como apunta Rodrigo Gómez<sup>174</sup> con varios factores:

- 1) Con un contexto internacional configurado por las lógicas del capitalismo global y por la creciente regionalización en bloques económicos, un ejemplo de ello es el TLCAN al que México pertenece.
- 2) La tendencia que ha impulsado políticas hacia la privatización, la neo-regulación y la apertura hacia los capitales extranjeros.
- 3) Los procesos de transición a la democracia y las crisis económicas que ha atravesado México.

### 2.2.1 Diagnóstico general de la industria cinematográfica actual

Cada uno de los autores consultados, desde investigadores académicos hasta ex funcionarios de la cultura, coinciden en diversas observaciones sobre los efectos que tuvieron las reformas y políticas neoliberales implementadas en la década de los 90, que se resumen a continuación:

- 1) Dentro de la situación jurídico-política actual, existen ganadores y perdedores. Los ganadores son las grandes empresas de distribución y exhibición, principalmente estadounidenses y muy pocas nacionales. Los perdedores son las pequeñas y medianas empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras nacionales. Es decir, mientras que las ramas de la distribución y la exhibición experimentaron un repunte, el sector-fuente nacional ha permanecido en crisis, al igual que los sectores de servicios relacionados con el sector.

---

<sup>174</sup> Gómez, “Políticas de Comunicación en México. El giro neoliberal 1988-2006” en Adriana Peimbert y Rodrigo Gómez García, *Comunicación para el desarrollo en México*, México, Universidad Latina de América-AMIC, 2007.

- 2) Lo anterior implica la desintegración de la cadena de valor del sector, dicho en otras palabras, la desarticulación entre las tres subramas y la descapitalización del nivel clave de producción por la falta de reinversión.
- 3) Entre otras consecuencias, la industria experimenta el camino hacia la concentración de la propiedad en pocas manos, es una industria deficitaria, transnacionalizada, con graves periodos de crisis y contracción, así como generadora de una elitización de los consumos.<sup>175</sup>
- 4) A pesar de todos los obstáculos y debido a algunas películas y compañías productoras excepcionales, desde finales de los noventa no deja de percibirse la potencialidad de la producción cinematográfica en México en términos de calidad, éxito en taquilla y recuperación de audiencias.<sup>176</sup>

### 2.2.2 Tendencias actuales: las nuevas políticas culturales, el libre comercio y la globalización

Las políticas culturales son estructuras; un cuerpo de proyectos, acuerdos, leyes y regulaciones que repercuten en las prácticas y desarrollo de sistemas culturales. Dichas políticas contienen elementos como objetivos, valores o criterios y formas de implementación: leyes, regulaciones, acuerdos, tratados, autorregulaciones, prácticas de mercado, etc. Para estudiarlas es fundamental entender las líneas de pensamiento en las cuales se enmarcan, sus objetivos y su impacto. No sólo es necesario identificar a los autores y actores de las políticas, sino evaluar sus resultados económicos, políticos y sociales; asimismo, preguntarse ¿por qué, cómo y para qué intereses fueron diseñadas?<sup>177</sup>

Como sugiere la Delia Covi, en el nuevo marco legal de las industrias audiovisuales mexicanas, es necesario entender la desregulación<sup>178</sup> dentro de la reforma general del Estado mexicano.

Dentro de las tendencias del llamado modelo neoliberal están:

- 1) La reducción de la intervención del Estado, colocándolo en una posición arbitral.
- 2) La re-regulación hacia la liberalización, la privatización y transnacionalización.<sup>179</sup>

<sup>175</sup> Gómez García, "La industria cinematográfica mexicana...", *Op. cit.*, p. 258.

<sup>176</sup> Gómez García, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 269.

<sup>177</sup> Gómez García, "Políticas de Comunicación en México...", *Op. cit.*

<sup>178</sup> Preferentemente denominada neo-regulación o re-regulación por algunos autores.

Desde 1982, el Estado mexicano bajo el gobierno priísta y con el fin de modernizar al país, sigue los lineamientos y directrices recomendadas por organismos internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, así como, los compromisos adquiridos en tratados económicos internacionales como la Organización Mundial de Comercio o el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.<sup>180</sup>

Para poder formar parte de la OCDE, México debía presentar el requisito indispensable de abrir el mercado de las telecomunicaciones. Por esta razón a principios de los 90 se privatiza la empresa monopólica estatal de telefonía fija y se privatiza la red satelital hasta entonces propiedad del Estado. En materia *audiovisual* se otorgan concesiones al sector privado en TV abierta, restringida y de alta frecuencia, con el fin de promover la competencia, ofrecer más mercados rentables a la publicidad y ofrecer mayor diversidad de contenidos televisivos. La televisión pública no fue atendida.<sup>181</sup>

Dentro de este contexto de neoliberalización de las telecomunicaciones y el audiovisual, insertamos la estipulación de la Ley Federal de Cinematografía de 1992, vista por investigadores, como la preparación para el TLCAN respecto al sector fílmico nacional.

En las negociaciones con Estados Unidos y Canadá para firmar el tratado, a México se le recomendó el cambio de la ley de la industria cinematográfica “para que estuviera en consonancia con las políticas de la libre circulación de productos y libre flujo de inversiones.”<sup>182</sup>

En el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, se mencionan de manera superficial los derechos de autor y de manera más explícita las telecomunicaciones. El resto de los medios no se considera, lo que implica que el sector audiovisual queda liberado al juego del mercado.<sup>183</sup>

---

<sup>179</sup> También una tendencia hacia la flexibilización que facilite el camino a las corporaciones audiovisuales transnacionales para concretar fusiones, alianzas e incorporaciones.

<sup>180</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. Cit.*

<sup>181</sup> Crovi Druetta, “Inequidades del NAFTA/TLCAN: un análisis del sector audiovisual mexicano” en Guillermo Mastrini, *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*, Argentina, Biblos, 1999.

<sup>182</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*

<sup>183</sup> Crovi, *Op. cit.*



### 2.2.3 El arreglo institucional

En la historia de la industria fílmica en México, el Estado y la empresa privada nacional y transnacional han sido los principales agentes económicos, pero también desde sus inicios el sector se ha visto rodeado y apoyado por una serie de instituciones parasectoriales: asociaciones empresariales, sindicatos de trabajadores, escuelas, institutos estatales y demás organizaciones (ver capítulo 3).

Como se verá a continuación, desde 1939 hasta 1992, el Estado mexicano ejerció un liderazgo en las tres ramas de la industria. Se fomentó y apoyó la comercialización interna e internacional de películas mexicanas, se facilitó la actividad productiva del sector privado y sindical “a niveles nunca igualados en un país capitalista.”<sup>184</sup> A finales de los años 40, el cine era la cuarta industria mexicana más importante por su participación en el PIB.<sup>185</sup> La intervención estatal directa en la producción inició en los años 70 como un modo de control ideológico de tradición nacionalista y proteccionista que antecedió al modelo de las reformas neoliberales. El dinamismo de la “época de oro” se vio frenado por las políticas estatales asistencialistas, la protección estatal a la burguesía cinematográfica y la rigidez sindical que generó con el tiempo un encierro en patrones de dependencia y de estancamiento de propuestas creativas en lugar de generar la autosuficiencia del sector.

El Estado protegió y privilegió a empresarios nacionales poco competitivos para después retraerse dejando un vacío que sería ocupado por poderosas empresas transnacionales en las ramas de distribución y exhibición. La crisis de la rama productiva, motor de la cadena de valor, ha mantenido un marco institucional desarticulado y anquilosado, a pesar de los esfuerzos de la comunidad cinematográfica por dinamizar su funcionamiento.

### 2.2.4 Antecedentes

La historia del cine en México ha sido clasificada en dos grandes periodos. 1) Una etapa preindustrial o artesanal abarca del año 1897 a 1937; esta se divide a su vez en la fase silente y la fase sonora. La fase silente estuvo caracterizada por la realización de documentales y por el predominio del cine de argumento (ficción); la fase sonora estuvo dedicada a la experimentación, la conquista de mercados y el salto a la siguiente etapa. 2) La etapa industrial comprende el auge y

<sup>184</sup> Octavio Getino citado por Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, Op. cit. p. 254.

<sup>185</sup> *Ibid.*

consolidación de la industria, la “época de oro del cine mexicano” de 1938 a 1952, y una etapa de larga crisis de 1953 a la fecha.<sup>186</sup>

Desde época temprana las tres ramas de la industria cinematográfica (producción, distribución y exhibición) quedaron en manos de “un selecto grupo de pequeñoburgueses.”<sup>187</sup> En el periodo post-revolucionario llegaron a producirse 10 largometrajes de ficción al año. Sin embargo, la presión estadounidense también es temprana: “los norteamericanos exigieron a través de los tratados de Bucareli, firmados en 1923, una apertura del mercado interno que, en el caso del cine, se reflejó en el brusco incremento en la exhibición de productos hollywoodenses, lo que a su vez frustró definitivamente los intentos de crear una industria fílmica autónoma y autóctona.”<sup>188</sup> De 1929 a 1930 se produjeron sólo dos largometrajes.

Con el advenimiento del cine sonoro los empresarios se vieron motivados para crear un cine nacional en el contexto de una campaña nacionalista para consumir productos mexicanos. En este marco se dieron los primeros éxitos taquilleros de películas como *Santa* (1931). De 1932 a 1937 se exploraron géneros y temáticas con muy buenos resultados a nivel estético y comercial pues se logró la conquista del mercado hispanoparlante que empezó a preferir el cine en castellano sobre el hollywoodense. El cine mexicano se volvió una industria gracias, entre otras cosas, a los desarrollos anteriores del teatro y la radio.<sup>189</sup>

Después del éxito de *Allá en el rancho grande* (1936), la incipiente burguesía fílmica se organizó en asociaciones de productores e inició una fuerte inversión de capital. El regreso de la fuga de talentos mexicanos de Hollywood permitió la creación de un *star system* nacional. El primer sindicato de trabajadores del cine se formó en 1939. México y Estados Unidos establecieron una relación de cooperación y apoyo mutuo entrada la Segunda Guerra Mundial y el cine mexicano se ve reflejado en apoyos económicos, suministro de materiales (celulode) y equipo, capacitación y entrenamiento de profesionistas a cambio de propaganda bélica en películas habladas en español para toda Latinoamérica.<sup>190</sup> La apertura permitió a México realizar géneros más allá de los tradicionales dramas rancheros y revolucionarios por aquellos propios de “la Meca del cine”: biografías, adaptaciones literarias y comedias cosmopolitas. Además se creó el Banco Cinematográfico y se integraron las ramas de producción, distribución y exhibición en la Cámara

<sup>186</sup> De la Vega Alfaro, *La industria cinematográfica mexicana, perfil histórico-social*. México: Universidad de Guadalajara, 1991. (Cuadernos de Divulgación, Segunda época, Núm. 37)

<sup>187</sup> *Ibid.*

<sup>188</sup> *Ibid.*, p. 23.

<sup>189</sup> *Ibid.*

<sup>190</sup> Peredo Castro, Francisco. *Cine y propaganda para Latinoamérica: México y Estados Unidos en la encrucijada de los años cuarenta*. México: UNAM, CCYDEL, CISAN, 2004.

Nacional de la Industria Cinematográfica Mexicana. La industria fílmica mexicana se convirtió en la tercera más importante del país por su captación de divisas y su capacidad productiva que rebasaba las 70 películas al año.<sup>191</sup>

Al fin de la guerra y con el retiro del apoyo estadounidense se experimentaron descensos en la producción pero la industria logró consolidarse con géneros de consumo popular urbano mediante producciones de bajo costo. El Estado invirtió capital en el Banco Nacional Cinematográfico y creó las empresas Películas Nacionales SA de capital mixto para distribuir las cintas en el país y Películas Mexicanas SA para distribuir películas en Europa, América Latina y el sur de Estados Unidos.<sup>192</sup>

En 1949 se decretó la Ley de la Industria Cinematográfica vigente hasta 1992. En ella se reguló la censura, se establecieron cuotas de pantalla del 50% a las importaciones y se prohibieron los monopolios. Sin embargo, para ese año existía ya el monopolio de la exhibición del estadounidense William Jenkins que a través de prestanombres mexicanos controlaba el 80% de la exhibición en el país.<sup>193</sup>

A fines de los 50, el Estado intentó con éxito eliminar el monopolio privado Jenkins mediante la creación del monopolio estatal Compañía Operadora de Teatros SA (COTSA). Aun así, los volúmenes de producción siguieron descendiendo a menos de 70 películas al año. Los nuevos realizadores quedaron fuera de la industria anquilosada.<sup>194</sup>

Entre las causas de la crisis de 1953 a 1964 se consideran varios factores: el comienzo de la crisis estructural (déficits en la balanza comercial, devaluaciones e inflación), la cerrazón y obsolescencia sindical (evitaron el relevo generacional), la baja en la calidad y presupuestos (“churro mexicano”), el agotamiento estético y temático (películas de charros, melodramas juveniles y dramas urbanos), la competencia de la televisión y el monopolio en la rama de exhibición.

La industria aparentemente sólida comenzó a decaer desde la postguerra mundial, la intervención del Estado no fue efectiva dado que, desde los años cincuenta, las políticas de los gobiernos priístas obedecieron a situaciones coyunturales más que a estrategias de Estado. Se respondió de manera discrecional dependiendo del presidente en turno, lo que significó una falta de

---

<sup>191</sup> Entre estos Azcárraga Vidaurreta. De la Vega, *Op. cit.*

<sup>192</sup> *Ibid.*

<sup>193</sup> *Ibid.*

<sup>194</sup> *Ibid.*

continuidad y de renovación en las políticas y programas. La Ley Federal de cinematografía de 1949, operó durante 40 años con la misma normativa y sin modificación alguna, aun cuando las transformaciones económicas, industriales, tecnológicas y socioculturales del país eran inminentes. La crisis se agudizó a partir del viraje estructural que hicieron los gobiernos priístas desde comienzos de los 80, al impulsar la privatización y disminución del papel del Estado.<sup>195</sup>

Durante la presidencia de Luis Echeverría (1971-1976) el sector fue casi totalmente estatizado. El Estado se encargó del financiamiento, la producción, la distribución y la exhibición, de la preservación de cintas, de la enseñanza e inclusive de la censura. La participación privada no desapareció, por el contrario se le benefició al descongelar los precios de taquilla. Los ingresos de los productores privados aumentaron (las ganancias se incrementaron de 146 millones de pesos en 1971 a 360 millones en 1976), sin embargo, disminuyeron la producción y su intención de arriesgar capital.<sup>196</sup>

En el sexenio de López Portillo (1976-1982) se desmontó el aparato gubernamental cinematográfico, devolviendo el cine a los antiguos productores privados e iniciándose así la era de las “ficheras”. El presidente creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía en la Secretaría de Gobernación, que quedó a cargo de su hermana Margarita López Portillo.<sup>197</sup>

Para la presidencia de De la Madrid (1982-1988) en plena era neoliberal, se creó el Imcine (Instituto Mexicano de Cinematografía, 1983) que funcionó para rescatar al cine mexicano azotado por la crisis económica de los años ochenta.<sup>198</sup>

Durante los años ochenta y noventa, la iniciativa privada fue el principal inversionista y productora, sin embargo, no contaba con bases financieras y flujos de capital sólidos.<sup>199</sup> Con los retiros del apoyo gubernamental y las crisis económicas de las que hablaremos a continuación, la mayoría de los pequeños y medianos productores se vieron devastados.

Procederemos a describir de manera cronológica las reformas político-jurídicas que han influido en el desempeño de la industria fílmica en México desde el enfoque de la Economía Política de la Cultura.

---

<sup>195</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*

<sup>196</sup> Sanchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte: Entre el mercado oligopólico y las políticas públicas” en *A diez años del TLCAN, reorganización industrial*, México, Colmex-PIERAN, 2004.

<sup>197</sup> *Ibid.*

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*

### 2.2.5 La Ley Federal de Cinematografía, 1992 y las políticas cinematográficas de Salinas

Por iniciativa de Carlos Salinas de Gortari, el 19 de noviembre de 1992, fue aprobada sin discusión y con la oposición del PRD en la Cámara de Diputados, la Ley Federal de Cinematografía. La ley fue criticada por la comunidad cinematográfica por “fomentar y fortalecer los monopolios, y abrir el mercado nacional al cine extranjero”.<sup>200</sup>

La Ley planteó una disminución de la cuota de pantalla para exhibir cine nacional de un 50% al 10%. Esta medida generó una retracción de los inversionistas por la falta de garantía de que sus producciones fueran proyectadas en las salas cinematográficas del país.

Por otro lado, la Ley liberalizó los precios de taquilla, medida que benefició a los exhibidores principalmente (que son sólo cuatro).

Se abrió la participación sin restricciones a los capitales extranjeros en las tres ramas. Por otro lado, se dismantelaron las obligaciones que el Estado había contraído con la industria. En ese mismo año, desapareció en bancarrota la distribuidora privada/estatal Películas Nacionales, que era la principal distribuidora de cine mexicano, y en 1993 fue privatizada la debilitada Operadora de Teatros, COTSA.<sup>201</sup> Ese mismo año se reguló la Ley de Inversión Extranjera.

La Ley de Cinematografía dejó fuera la incorporación de estímulos fiscales a las inversiones privadas en la producción, así como, un plan rector para financiar de forma directa y significativa las producciones nacionales.

Ugalde, Gómez García, Sánchez Ruiz y Crovi, coinciden en que fue esta política aunada a la crisis económica del 94-95 la que generó la peor crisis del cine mexicano, misma que destruyó los supuestos objetivos de la Ley Cinematográfica de 1992: “promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, su rescate y preservación, procurando la integración, fomento y desarrollo de la industria.”<sup>202</sup>

---

<sup>200</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p.237.

<sup>201</sup> Dentro del “paquete” de medios que ganó bajo la figura de licitación Ricardo Salinas (TV Azteca).

<sup>202</sup> Art. 1, Ley Federal de Cinematografía, 1992.

### 2.2.6 La Ley de Cinematografía de 1998 y las políticas cinematográficas de Zedillo

La Ley de Cinematografía de 1998 es en realidad la modificación de algunos artículos de la Ley del 92. La preocupación surge a raíz de las consecuencias devastadoras de la ley de 1992 para la distribución y producción nacional, que lleva a la comunidad cinematográfica a presionar por una reforma.<sup>203</sup> Por otro lado, en el año de 1997, el PRI pierde la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, situación que propicia que las posibles reformas deban ser consensadas y discutidas.

Dentro del debate se pusieron sobre la mesa temas como la promoción, el financiamiento, la distribución y producción del cine nacional, las nuevas tecnologías y la programación de películas en la televisión. Pudieron alcanzarse nuevos consensos entre legisladores (por la simpatía del PRI, PAN y PRD) y sectores (sindicatos de trabajadores, directores, actores y empresarios).

Después de un intento de reforma, por instrucciones presidenciales se obstaculizó el dictamen de iniciativa de ley. Para el siguiente periodo, la legislatura LVII, María Rojo diputada del PRD y presidenta de la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, promovió la iniciativa de reformas apoyada por el diputado del PAN, Javier Corral, quien encabezaba la Comisión de Radio, TV y Cinematografía. La secretaria general del Sindicato de los Trabajadores de la Producción Cinematográfica, Marcela Fernández Violante, redactó la iniciativa que presentó la diputada Rojo ante la Cámara.

La ley de 1998, reformó 11 artículos, la denominación y la ubicación de varios capítulos. Cada rama de la industria fue abordada particularmente y se tomaron en cuenta aspectos del cambio tecnológico.

Entre las reformas, una de las más controvertidas fue la de la prohibición del doblaje al español de cintas extranjeras para su proyección en salas excepto para público infantil y documentales educativos. Se estipulaba la obligatoriedad del 10% del tiempo de pantalla para las películas mexicanas en las salas del país. Se planteó la creación de un fondo para la industria financiado por el 5% en taquilla.

Los artículos novedosos de la ley (del 31 al 38) plantearon el fomento de la industria a través de un fideicomiso, dos fondos de inversión al cine a cargo del Imcine: el Fondo de inversión y Estímulos al Cine (Fidecine) que otorgó recursos para producir películas con visión comercial. Se

---

<sup>203</sup> Lay Arellano, *Análisis del proceso de iniciativa de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998*, México, Universidad de Guadalajara, 2005.

creó también el Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine) que apoya cintas con objetivos artísticos.

La ley no profundizó en ofrecer estímulos fiscales a inversionistas privados en producciones independientes ni la penalización del no cumplimiento del 10% de la cuota de pantalla. No se hicieron regulaciones relativas a la transmisión de películas por televisión ni se estipuló el compromiso gubernamental para mantener los subsidios.<sup>204</sup>

La aprobación fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de enero de 1999. Pero, al cabo de dos meses, las distribuidoras transnacionales (United Internacional Pictures, 20th Century Fox, BuenaVista-Columbia TriStar), se ampararon ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación, la cual falló a su favor en términos de “libertad de comercio e igualdad”.<sup>205</sup> De esta manera se eliminó lo referente a la prohibición del doblaje (Art. 8) “para que las cintas compitan con las mexicanas ‘en igualdad de circunstancias en el idioma español.’”<sup>206</sup> Con respecto a la cuota del 10% de pantalla, el Senado había ya suavizado la disposición agregando la excepción de lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no hubiera hecho reservas de tiempo de pantalla. Como se mencionó en el capítulo anterior, el TLCAN admite la existencia en México de una cuota de pantalla del 30 % para el cine nacional.

Las fuentes de financiamiento de los fondos (Fidecine y Foprocine) no fueron las originalmente propuestas (5 % de la taquilla), los montos se dejaron indefinidos y a discreción del ejecutivo.

El único estímulo aplicado el año de 1999 para su duración hasta el 2004, fue el propuesto por la SHCP y Canacine de exentar la aplicación del IVA a los espectadores beneficiando a los exhibidores por cinco años.<sup>207</sup> No se pensaron medidas similares para el sector productivo.<sup>208</sup>

Finalmente, muchos aspectos operativos de la ley del 98 quedaron pendientes de la promulgación del reglamento respectivo que tardó 2 años en ser elaborado, “se dice sin pruebas que el presidente Zedillo congeló su elaboración gracias al cabildeo directo de Jack Valenti, presidente de la Motion Pictures Association, además de la oposición de Canacine.”<sup>209</sup>

<sup>204</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*

<sup>205</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p. 247.

<sup>206</sup> Ugalde, “Panorama de la producción cinematográfica nacional” en *Estudios Cinematográficos*, UNAM, México, Núm. 26, enero-marzo, 2005.

<sup>207</sup> *Ibid.*

<sup>208</sup> *Ibid.*, p.54.

<sup>209</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p. 247 y Ugalde, *Op. cit.*

### 2.2.7 Políticas cinematográficas durante el sexenio de Fox

En el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 no hay una idea integral en las políticas de comunicación. El *Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía* se publicó el 28 de marzo de 2001. En él se hicieron algunas precisiones operativas respecto al funcionamiento del Fidecine. Continuó sin delinarse una política más completa, integral, sistemática y explícita de fomento al cine nacional. Los artículos 14, 31 y 33, dejan al arbitrio del poder ejecutivo federal (SHCP y SEP) la dictaminación de estímulos económicos e incentivos fiscales para promover al cine. Lo que implica que el asunto sigue estando al arbitrio del gobernante en turno.<sup>210</sup>

El 1º de enero del 2003, la Cámara de Diputados impulsó el cobro de un peso por cada boleto vendido en la taquilla para formar los fondos del Fidecine y del Foprocine. Pero ante este decreto, las distribuidoras estadounidenses se ampararon para no pagar el gravamen. En el fallo, la SCJN abrogó (bajo el amparo Núm. 184/2004) el decreto favoreciendo a los empresarios de la exhibición y distribución. Se reconoció a estos últimos su interés jurídico y se canceló la capacidad del Congreso de la Unión de normar e incentivar a la industria cinematográfica nacional a través de un impuesto directo.

Por otro lado, la Comisión de Radio, TV y Cinematografía (RTC) y la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (Canacine) formularon una serie de propuestas hacendarias. Aquellas propuestas que sí beneficiaban al cine nacional, comenta Ugalde, fueron congeladas por la SHCP, la otra fue puesta en vigor en el 2004. Ésta consistió en conceder a producciones extranjeras una tasa cero del IVA. A primera vista, este estímulo atraería capital, divisas, empleo temporal, aprendizaje y beneficios a largo plazo, por eso fue promovido por la comunidad cinematográfica y el IMCINE. Sin embargo, en un contexto más amplio, la medida es discriminatoria para los productores nacionales pues ellos sí tenían obligación de pagar un 8 o 9 % de su presupuesto como IVA.<sup>211</sup>

En la presentación del proyecto de egresos para el 2004, el ejecutivo presentó ante la Cámara de Diputados la propuesta de vender, enajenar, fusionar o desaparecer las instituciones cinematográficas en propiedad del Estado: el IMCINE, el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC) y los Estudios Churubusco (ECHASA). La Cámara desechó la propuesta tras varias audiencias públicas con los sectores afectados. Con este intento el Ejecutivo reafirmó su desinterés

---

<sup>210</sup> Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual en América del Norte...", *Op. cit.*

<sup>211</sup> Ugalde, *Op. cit.*



en la industria cinematográfica nacional y su posición de prescindir de instituciones culturales que pertenecen al Estado.<sup>212</sup>

Lo rescatable del sexenio fue la aprobación de una partida presupuestal para Foprocine a partir del 2004; así como, el apoyo estatal a través de los ingresos resultados del cobro por clasificación y autorización de exhibición de películas del artículo 19, fracción 1 de la Ley Federal de Derechos.

No ocurrió lo mismo con una de las medidas más importantes propuestas a fines del sexenio. El estímulo fiscal al cine nacional elaborado como iniciativa por el senador Javier Corral fue aprobado por las dos cámaras en el 2004, su objetivo era hacer un contrapeso al estímulo discriminatorio de la tasa cero del IVA a la inversión extranjera. Sin embargo, la SHCP amenazó a los diputados y senadores con cobrarles dicho estímulo de sus propios presupuestos.<sup>213</sup> Este rechazo atrasó la implementación de la ley por dos años bajo el argumento de modificar su redacción.<sup>214</sup>

Este *Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional* (Eficine) supuso la modificación del artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta publicado en diciembre del 2006. Consiste en que las empresas o personas físicas nacionales o extranjeras que estén dedicadas a cualquier actividad y que sean contribuyentes puedan invertir el 10 % (mientras no se excedan los 20 millones de pesos) del ISR de su ejercicio fiscal inmediato anterior en algún proyecto de producción cinematográfica (libre de impuestos) y hacer el pago restante a las autoridades fiscales. Es decir, supongamos que el ISR causado del contribuyente es de \$100, el pago a las autoridades fiscales comprendería \$90 y la inversión en un proyecto cinematográfico que se acreditaría contra el ISR causado sería de \$10.<sup>215</sup>

Ese dinero se entrega a los proyectos cinematográficos autorizados por el CIEFICINE, el Comité Interinstitucional conformado por Conaculta, Imcine y la SHCP. Hay un tope de 500 millones de pesos anuales que, por concepto de impuestos, Hacienda puede destinar al Eficine.

Para poder beneficiarse de este incentivo fiscal las producciones cinematográficas deben ser nacionales, definidas por ser películas realizadas en un 70 % en territorio nacional, asimismo, por

<sup>212</sup> Gómez García, "Políticas de Comunicación...", *Op. cit.*, p. 410.

<sup>213</sup> Ugalde, *Op. cit.* p. 54

<sup>214</sup> La comunidad cinematográfica protestó contra la acción de la SHCP por no acatar la ley mediante trabas y evasivas. Vértiz de la Fuente, Columba. "Deploran cineastas negativa de Hacienda a entregar estímulos". [En línea] Archivo disponible en [www.peoceso.com.mx/noticia.html?sec-7&nta-46169](http://www.peoceso.com.mx/noticia.html?sec-7&nta-46169), consultado en agosto, 2008.

<sup>215</sup> Preguntas más frecuentes sobre el artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta. [En línea] Archivo disponible en [www.imcine.gob.mx/PRODUCCION/226/PDF/PREGUNTAS\\_FRECUENTES.pdf](http://www.imcine.gob.mx/PRODUCCION/226/PDF/PREGUNTAS_FRECUENTES.pdf) el 10 de julio del 2008, consultado en agosto, 2008.

emplear personal de reparto, creativo y técnico de nacionalidad mexicana en un 70%. Como se verá posteriormente, los estímulos canadienses operan bajo una lógica similar.

Para estimar la importancia de este estímulo fiscal la Asociación Mexicana de Productores Independientes señaló que significaría un aumento del 200% en la producción con respecto a la última década.<sup>216</sup> Efectivamente, el aumento de la producción en los últimos años se debe en parte a dicho estímulo. Según el informe del Imcine del año 2007, “a través del EFICINE (sic), más de 100 empresas de otros sectores económicos participan en la producción de películas mexicanas. [...] se autorizó el total de los recursos para la aplicación del estímulo fiscal, por un total de 500 millones de pesos, señalados en la ley como tope. Entre 2006 y 2007 se han autorizado 74 proyectos filmicos (30 en el año anterior y 44 en el presente ejercicio).”<sup>217</sup> Sin embargo, algunas quejas se dirigieron hacia la falta de agilización de las negociaciones con los representantes y la simplificación de los trámites.<sup>218</sup>

A pesar del logro obtenido, en 2007 se aprobó el Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU) que no contempla esas deducciones como incentivo a la producción cinematográfica y que implica la desaparición del ISR para muchas empresas, razón por la cual, la comunidad cinematográfica ha manifestado preocupación de que esta nueva modalidad fiscal los afecte.<sup>219</sup>

## 2.2.8 Indicadores sectoriales

### 2.2.8.1 Producción

El número de compañías productoras según el Censo Económico del INEGI de 1999 bajo el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, fue de 87 establecimientos mientras que para el Censo del 2003 el número de unidades económicas descendió a 41. Aunque no se tienen los datos actualizados, es presumible un aumento de las productoras aunque estaría por evaluarse su figura jurídica y su estabilidad como empresas. En términos generales, la industria de la producción de películas en México muestra una retracción de 22%.<sup>220</sup>

<sup>216</sup> Estrada, “Más cintas...pobre taquilla, el reto del cine mexicano: recuperar al público”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, México, año 19, Núm. 103, feb-mar, 2007.

<sup>217</sup> Instituto Mexicano de Cinematografía, Informe de labores 2007. p. 4

<sup>218</sup> Jiménez, “Cine sin fronteras: Por la política del cine”, en *Letras Libres*, año IX, Núm. 100, abril 2007.

<sup>219</sup> El IETU tampoco contempla la exención de impuestos a creadores que ganen menos de 300 mil pesos al año, ni el beneficio de que las regalías no causen gravamen alguno. Solís, “Creadores hacen frente al IETU: Ante la posible desaparición del ISR para fijar un impuesto único de 16.5%, autores se oponen a la medida”, *El Universal*, Lunes 7 de abril de 2008.

<sup>220</sup> Gomez García, “El impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 165.

Durante los años ochenta hubo una producción promedio de 88 películas al año, para los años noventa, la media disminuyó a 35 cintas anuales con un mínimo de 11 en 1998.<sup>221</sup> Del 2001 al 2004 hubo una recuperación con un promedio de 25.5 películas por año.<sup>222</sup> Fue hasta los años 2005 y 2006 que el número de filmes realizados alcanzaron cifras decorosas: 46 y 64 respectivamente.<sup>223</sup>

Desde el año 2001 es fuertemente perceptible la conformación esencial del sector productivo cinematográfico como un sistema de coproducción entre la inversión estatal (a través del Imcine directamente o de los fondos Fidecine y Foprocine) y el capital privado. En estos años el 53.9 % de los largometrajes realizados recibieron apoyo estatal y el resto, 46% se realizaron de manera independiente. En promedio, el Estado mexicano invirtió 178.18 millones de pesos en largometrajes. A pesar de que los montos presupuestales estatales han ido en aumento, éstos están por debajo de la inflación y en términos reales han disminuido. Y el sistema de coproducción vigente resulta inoperante al no poder reunir las aportaciones suficientes.<sup>224</sup>

Mientras que anteriormente existían grandes compañías de producción constante, ahora las grandes empresas son muy pocas y producen pocas películas al año (tan sólo el 8% de la producción nacional). A pesar de que cuentan con un gran respaldo económico, esas empresas han recurrido a los fondos públicos, además de asociarse entre sí para minimizar sus riesgos. Tal es el caso de Videocine, Argos y Altavista. Son éstas las principales beneficiarias del apoyo estatal.

Por otro lado, están las pequeñas y medianas empresas con no más de 10 años de edad que pueden llevar a cabo proyectos únicamente cuando consiguen obtener apoyos gubernamentales debido a que carecen de capital propio. Su actividad representó en el 2004, 18.42% de la producción nacional con 7 películas realizadas.

El resto de la producción nacional se realiza por compañías de reciente formación y su alto porcentaje de producción relativo, 73.68%, se debe al impulso de jóvenes creadores y la utilización de formatos alternativos en las filmaciones (DVD cam, Hi 8 o digital), así como, la forma democrática de la toma de decisiones en los comités de los fondos estatales.

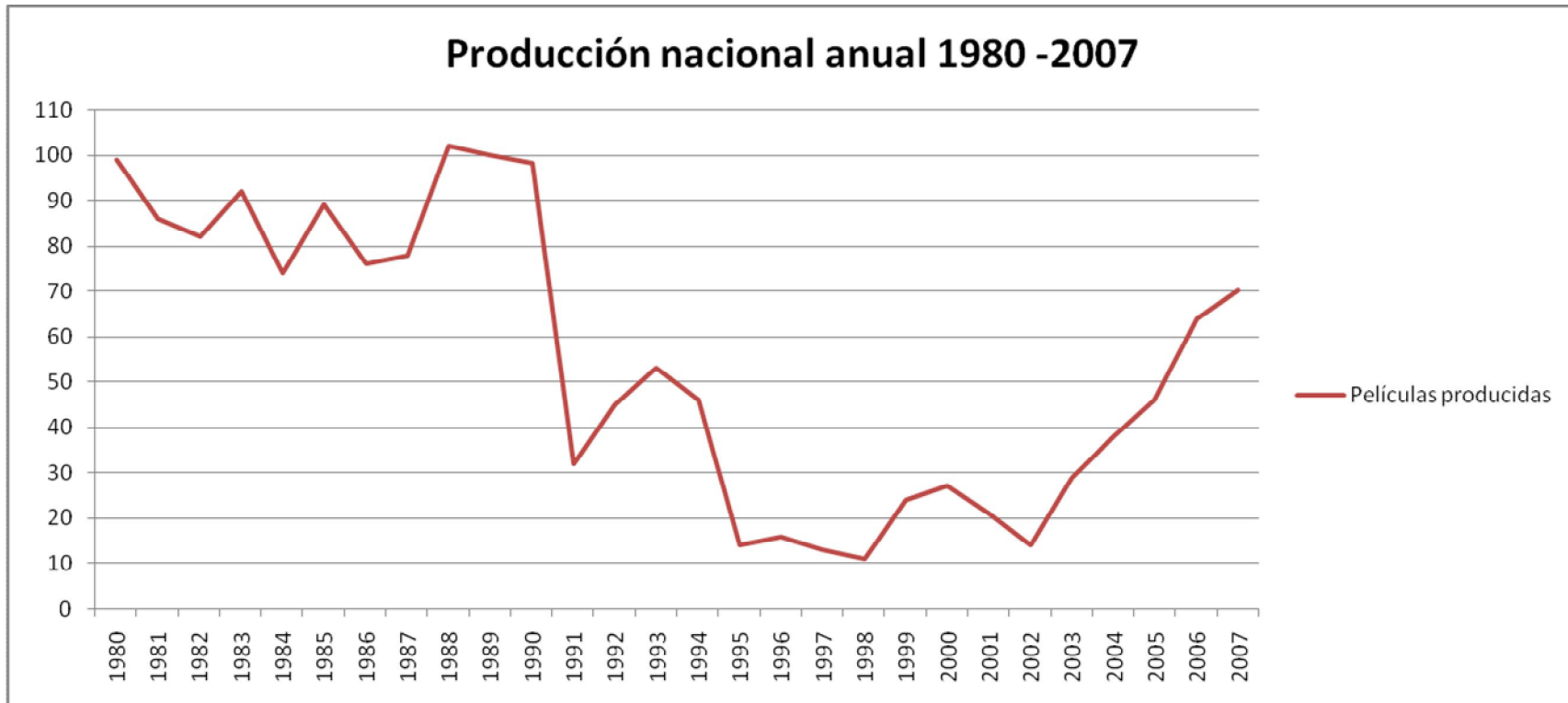
---

<sup>221</sup> Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual en América del Norte...", *Op. cit.*

<sup>222</sup> Ugalde, *Op. cit.*

<sup>223</sup> Estrada, *Op. cit.*

<sup>224</sup> Ugalde, *Op. cit.*



**Gráfica 1. Producción nacional anual 1980-2007.**

Fuente: elaboración propia basada en Gómez García, "la industria cinematográfica mexicana...", *op. cit.* y datos del Imcine.

### 2.2.8.2 Distribución

El negocio de la distribución en México ha presentado un crecimiento del 68%.<sup>225</sup> Durante varias décadas el cine mexicano había logrado competir exitosamente contra el oligopolio estadounidense gracias al monopolio público Películas Nacionales S de RL, compañía que obtenía más del 50% de los ingresos del mercado mexicano y mantuvo la participación de las empresas de la Motion Pictures Association of America (MPAA) en un tercio, quedando el resto para las cinematografías del mundo.

La destrucción de la cadena productiva con las políticas del salinato generó el avance de los intereses de las empresas multinacionales de la MPAA en la distribución. El 96 % del mercado nacional está dominado por 7 grandes empresas (las cuatro transnacionales: Columbia-Buenavista, UIP, Fox y Warner, que representan a las 7 afiliadas de la MPAA) y las nacionales Videocine, Nuvisión y Gussy, la primera por contar con el apoyo del monopolio de la televisión nacional (Televisa) para resistir las presiones del oligopolio estadounidense y para asegurar la transmisión del material en televisión, aunque tuvo que asociarse con Warner Bros. México. Las 12 empresas restantes no inciden en la repartición de ingresos pero son importantes por mantener la variedad de cine de otros países.

El mercado está dominado por las distribuidoras transnacionales y las películas mexicanas se encuentran en desventaja para acceder a las salas.

Las grandes distribuidoras de la MPAA tienen la ventaja de estar altamente capitalizadas y por ello, tener la capacidad de invertir grandes cantidades en publicidad y propaganda, pues vienen prácticamente recuperadas de sus actividades en su propio territorio. Por otro lado, su producto ha sido históricamente colocado en el gusto de los espectadores.

La rentabilidad reciente de las películas mexicanas ha hecho que las grandes distribuidoras se interesaran primero por prestar anticipos de distribución a productoras nacionales y posteriormente a ampliar su participación invirtiendo directamente en producciones aunque sin tener buenos resultados.

Otro factor importante de mencionar son las injustas negociaciones entre los productores nacionales en desventaja frente a las grandes distribuidoras, dada la larga experiencia de los últimos y la corta de los primeros; así como el desinterés de las grandes de distribuir bien una película en

---

<sup>225</sup> Gómez García, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 165.

cuya realización no participaron y que no es de su país. Por las mismas razones, las películas mexicanas se programan en malas fechas y aun así, algunas han obtenido buenos ingresos.

Los contratos desventajosos implican altos porcentajes por servicios de distribución y campañas publicitarias caras (superando incluso los costos de las estadounidenses y de la propia película). Por estas razones, los ingresos obtenidos sólo sirven para pagarle a la distribuidora la campaña publicitaria y en caso de adeudos, la distribuidora se cobra con los ingresos de renta y venta de DVD, video y transmisión por TV.

Estas mismas razones han generado el surgimiento de nuevas compañías distribuidoras, motivadas además por el crecimiento de la producción mexicana. Entre ellas están Barraca, Decine, Alphaville, Zima, Canana y Espuela de oro. Sin embargo, han tenido que sufrir la respuesta agresiva de las grandes (como Videocine) que compiten con ellas en las mismas fechas y ofrecen sus productos a los exhibidores con porcentajes más bajos, transfiriendo las pérdidas al productor. El objetivo de las grandes es hacer quebrar a la competencia y mantener su posición de privilegio.

### 2.2.8.3 Exhibición

La oferta fílmica se concentra en las ciudades grandes del país. Cuatro grandes compañías controlan actualmente el mercado de la exhibición en México concentrando el 85% del mercado. El número de pantallas aumentó casi al 100% del 2001 al 2005. De existir 1817 salas en el 2001, para el 2005 el número creció a 2666 y la rama en general, presenta un crecimiento del 40%.<sup>226</sup> La compañía más importante es *Cinépolis* (la mexicana Organización Ramírez) con el 35.8 % de las pantallas del país, le sigue *Multimedios Estrella de Oro* (mexicana) con el 17.8 %, *Cinemex* (de capital canadiense ONEX Corp. Oaktree Capital Management, su importancia crece por sus ingresos) con 11.72 % y, *Cinemark* (transnacional estadounidense) 8.68%. Finalmente, el resto de las empresas representan el 26% de pantallas. Ante la fuerte competencia, la suerte que corren las pequeñas y medianas empresas de salas es cerrar o ser vendidas.<sup>227</sup>

En general el subsector tiene un crecimiento del 6% anual.<sup>228</sup> Este crecimiento ha mejorado la ubicación del país del 14° al 4° lugar mundial en sólo 10 años. Mientras que los ingresos totales

<sup>226</sup> Gómez García, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", Op. cit., p. 165.

<sup>227</sup> *Ibid.*, y Ugalde, *Op. cit.*

<sup>228</sup> Ugalde, *Op. cit.*

fueron de 137 millones de dólares en 1996, en 2002 se incrementaron a 500 millones de dólares.<sup>229</sup> El crecimiento fue incentivado por el estímulo que les otorgó la SHCP en 1999.

Conviene entonces preguntarnos, como señala Gómez García, ¿qué sectores de la población mexicana tienen acceso a estos bienes culturales a partir de su poder adquisitivo? El alto precio de los boletos de entrada margina al 80% de los mexicanos. El informe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2002) nos permite vislumbrar la potencial capacidad de consumo y acceso a los bienes cinematográficos por las clases sociales, en él “se calcula que el 62.7% de la población mexicana está bajo el límite de la pobreza por tener un ingreso inferior a los dos dólares diarios”<sup>230</sup> cuando la media del precio del boleto fue de 3.8 dólares. Lo anterior impide el crecimiento del número de espectadores en proporción al de las pantallas. Lo que sí ha aumentado con esta situación es el mercado ilegal o la llamada piratería de películas en DVD cuyos costos oscilan entre los \$10 y \$25 pesos y son la opción para clases medias y bajas, pero que violan los derechos de autor y desincentivan la creación.

Recientemente, como en el caso de las empresas distribuidoras, las grandes compañías exhibidoras han empezado a coproducir películas mexicanas, sin embargo las condiciones que ofrecen son onerosas al productor nacional pues suelen quedarse con el 65% de los ingresos en taquilla al ubicarse en el primer lugar de recuperación dentro del contrato y poner en gran riesgo la inversión de los demás socios.

La exhibición de películas nacionales alcanzó un mínimo histórico de 2.7% de la cuota de pantalla en 1998, con sólo 8 estrenos. Del 2003 al 2005, las cintas mexicanas exhibidas representan una cuota de pantalla promedio de 7.6%. Son las películas estadounidenses las que se proyectan principalmente en las salas mexicanas con un promedio de 80.9% de la cuota de pantalla. El resto, un promedio de 11.5%, corresponde a películas extranjeras y coproducciones.<sup>231</sup>

### 2.2.9 Problemas de la industria fílmica en México

El sexenio de Salinas inicia la práctica neoliberal, el de Zedillo la continúa y acentúa, el de Fox la naturaliza.<sup>232</sup> Dentro de los cambios estructurales y marcos jurídicos generales que afectan a la industria fílmica nacional, es necesario notar como apunta Gómez García, que se han sentado las

<sup>229</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*

<sup>230</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.*, p. 271..

<sup>231</sup> Jiménez, *Op. cit.*

<sup>232</sup> Rodrigo Gómez García en clase.

bases jurídicas para que los jueces inhabiliten la intervención del Estado (particularmente las decisiones de los representantes populares en el Congreso de la Unión). Este no debe involucrarse en promover, proteger o financiar la producción nacional. Situación que ha tenido que reconsiderarse gracias a las presiones de la comunidad interesada en el subsector productivo.

La formulación de las políticas culturales recientes y los marcos jurídicos muestran la disputa entre la posición del Congreso y de la comunidad cinematográfica, por un lado y, la del Ejecutivo (SHCP), la SCJN y los grandes empresarios (CANACINE y MPAA) por otro lado. El papel de mayor peso lo tienen los segundos actores mencionados, que han obstaculizado y por consiguiente estancado las posibilidades de reactivar el sector nacional desde su motor: la producción.

Como hemos visto, los indicadores comprueban lo que mencionan los investigadores: a pesar de que la industria fílmica nacional en su conjunto creció en sus ingresos totales más del 150% entre 1996 y el 2000, el gran perdedor es el productor que se decapitaliza película tras película. La redistribución de todas las ganancias de taquilla del sector es totalmente desventajosa para el productor: “de cada peso, sólo 13 centavos pertenecen al productor, entre 20 y 25 centavos corresponden al distribuidor, y 51 centavos quedan en manos del exhibidor.”<sup>233</sup> La recuperación de la inversión no es suficiente para garantizar la reinversión en la producción y por lo tanto, la integración del sector nacional y la superación de su crisis. El otro gran perdedor, la cultura en el país.

Los ganadores son, además de las grandes distribuidoras y exhibidoras, la SHCP que recupera la aportación gubernamental a través de impuestos como ISR, ISN etc.

Ante la creciente concentración oligopólica en los subsectores de distribución y exhibición en su mayor parte de capital estadounidense, las cinematografías locales no pueden competir y requieren apoyo para resistir las prácticas desleales. La imposición oligopólica de los altos precios en las salas cinematográficas y el *video home* construye el camino hacia la elitización del consumo.

En cuanto a las pérdidas culturales, el acceso limitado de las personas al producto cinematográfico y la desigualdad en la exhibición de películas mexicanas, estadounidenses y de otros países, significa el encarecimiento de contrapesos a los bienes culturales de otras realidades socioculturales. Dichos referentes culturales encarecidos tendrían la función de “contribuir en la

---

<sup>233</sup> *Ibid.*, p.261.



vertebración, circulación y construcción de las ideologías, los imaginarios y las identidades de la sociedad mexicana pluricultural del siglo XXI.”<sup>234</sup>

### 2.3 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN ESTADOS UNIDOS 1992-2006

Para explicar el permanente crecimiento del sector cinematográfico estadounidense entre los años 1992 y 2006 se revisó la bibliografía sobre la industria fílmica<sup>235</sup> que coincide en el siguiente diagnóstico:

- 1) La continuidad histórica de la consolidación hegemónica de la industria estadounidense está basada en una estructura oligopólica que ha integrado las fases de producción y distribución o las ha controlado mediante la desintegración vertical.
- 2) En sus cien años de historia la industria ha reestructurado parcialmente las estrategias organizativas. Se ha transitado de la era de los grandes estudios (producción en masa) a la producción flexible de formación de un modelo tripartito y jerárquico entre las grandes empresas, las medianas empresas y las empresas independientes mediante estrategias de subcontratación de ciertas funciones.
- 3) El dominio del mercado interno e internacional ha sido importante para asegurar los rendimientos crecientes del sector y en este sentido, la política exterior defensora del libre comercio de los gobiernos estadounidenses desde la postguerra ha contribuido enormemente.
- 4) Los cambios ocurridos desde la década de los años 90 hasta nuestros días coinciden con las transformaciones de la globalización: la transnacionalización de Hollywood implica su concentración en mega conglomerados mediáticos que tienden hacia la convergencia tecnológica, la integración horizontal y la reintegración vertical de las subramas de producción, distribución y exhibición.<sup>236</sup>

---

<sup>234</sup> Gómez García, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...”, *Op. cit.* p., 268.

<sup>235</sup> Scott (2005), King (2002), Neale (2000), Sánchez Ruiz (2004).

<sup>236</sup> Bajo la propiedad de una sola empresa.

### 2.3.1 El arreglo institucional del sector cinematográfico estadounidense

En el caso de la industria fílmica estadounidense, el papel de Estado en el desarrollo de las políticas culturales es invisible e indirecto, al contrario de lo que puede observarse en los casos de las cinematografías mexicana y canadiense. Aún así, se han presentado apoyos estatales directos a lo largo de la historia del cine en EU. En Estados Unidos es evidente el papel dominante de las empresas privadas y del mercado como mecanismos de coordinación económica, incluso en las industrias culturales.<sup>237</sup> Lo anterior no significa que otros mecanismos institucionales estén ausentes, el apoyo gubernamental a los intereses de estos dos agentes económicos (al mercado y a la empresa privada) ha sido una constante histórica.

El ejemplo más reciente de esto ha sido la preocupación del gobierno estadounidense por los impactos económicos negativos (\$ 34 mil millones de dólares) de las producciones fugitivas de cine y televisión que huyen hacia otros países que compiten abaratando los costos de producción:

A nivel federal, el presidente de EU Gorge W. Bush se comprometió a apoyar a la industria fílmica estadounidense aprobando la ley *American Jobs Creation Act*. [...] En enero del 2005, 40 estados de Estados Unidos establecieron algún tipo de incentivo fiscal para producciones que elijan trabajar en sus regiones. Los incentivos van desde exenciones de impuestos en compras y hoteles, devoluciones de gravámenes de ingresos y otros impuestos, a devoluciones directas de costos de producción. [...] El gobernador de California, Arnold Shwarzenegger, consideró una iniciativa para mantener las filmaciones en California. [...] Incluye un programa de incentivos fiscales.<sup>238</sup>

La nueva legislación en California reembolsa costos de permisos, costos de uso de propiedad pública, empleados públicos y renta de equipo. Además se dio a los productores un crédito del 15 % en los primeros 25 mil dólares que ganaran los trabajadores en producciones de bajo presupuesto que tuvieran lugar en el estado.<sup>239</sup>

Las medidas de apoyo estatal directo son la respuesta a la organización efectiva de asociaciones sociales como las sindicales<sup>240</sup> y gremiales, así como a la solidaridad entre la comunidad cinematográfica para mantener sus fuentes de empleo. La movilización de estos actores

<sup>237</sup> Ver Cuadro 1. Mecanismos de coordinación económica según la teoría de la regulación, capítulo 1.

<sup>238</sup> Canadian Heritage, Arts and Culture, "The decline of foreign location production in Canada". [En línea] Archivo disponible en [http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6\\_e.cfm](http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6_e.cfm), consultado en marzo, 2005.

<sup>239</sup> Ministry of Management Services, British Columbia, "Exports: December 2001", febrero, 2002. [En línea] Archivo disponible en <http://www.bcstats.gov.bc.ca/releases/info2002/in0213.pdf>, consultado el 20 de marzo del 2007.

<sup>240</sup> International Cinematographers Guild, IATSE Local 600, Screen Actors Guild (SAG), International Association of Operative Plasterers and Cement Masons Local 755, Studio Utility Employees Local 724, Affiliated Property Craftspersons IATSE Local 44, Script Supervisors/Continuity & Allied Production Specialists Guild IATSE Local 871, Production Sound Technicians, Television Engineers, Video Assist Technicians, and Studio Projectionists IATSE Local 695, Studio Electrical Lighting Technicians IATSE Local 728, The Animation Guild IATSE Local 839, Raleigh Studios, Hollywood Rentals y Private Donors.

manifiesta la puesta en marcha de importantes mecanismos de coordinación<sup>241</sup> basados en la comunidad y las asociaciones civiles.

Indirectamente, comenta Frau-Meigs, EU ha fomentado la cultura mediante apoyos públicos y privados:<sup>242</sup>

- 1) Las ventajas fiscales asociadas a las fundaciones son ayudas públicas disfrazadas de desgravaciones o exenciones de impuestos.
- 2) En 1965 el National Endowment for the Arts financia poco al cine pero apoya documentales artísticos.
- 3) Las políticas de fomento a la cultura se hacen a nivel de las comunidades locales y pasan desapercibidas por no estar coordinadas a nivel federal.
- 4) Las prácticas de ayuda a la cultura están descentralizadas y no son sistemáticas. Los ayuntamientos (LA, NYC, Denver, Filadelfia, Chicago, etc.) son más activos en la acción cultural.

Por otro lado, el gobierno de Estados Unidos ha contribuido al desarrollo de infraestructuras de comunicación como la satelital.<sup>243</sup> La Ley de Telecomunicaciones de 1996, retiró las leyes anti-trust en este sector para favorecer la convergencia entre las compañías de telecomunicaciones e informática. Por otro lado, ayudas del Estado federal a través de la NASA y del Pentágono estuvieron “encaminadas a la investigación y el desarrollo en materia de informatización y digitalización, que son los fundamentos de la sociedad de los servicios.”<sup>244</sup> Gracias a ello, EU ha logrado ser líder mundial en la innovación y el control de *software* y *hardware*.

Los gobiernos de Estados Unidos han fomentado las actividades de exportación como parte de la persecución de los intereses nacionales, sobre todo al término de la segunda guerra mundial. La presión por la apertura de mercados de otros países ha generado ganancias basadas en rendimientos crecientes en los sistemas de producción nacionales.

Al respecto comenta Allen Scott:

La exportación de las películas de Estados Unidos ha sido una instancia clásica de este fenómeno, con las burocracias federales continuamente presionando en varios foros de negociaciones comerciales para que países extranjeros abran sus puertas de manera más amplia a las cintas de Hollywood. De hecho, Hollywood siempre ha recibido ayuda abundante del Departamento de Estado, del Departamento de Comercio y de otras agencias federales de EU. [...] Los intereses de Hollywood y

<sup>241</sup> Recordemos que los mecanismos de coordinación son dispositivos institucionales mediante los cuales la actividad económica es coordinada, es decir, mediante los cuales se regulan o arreglan las transacciones económicas comerciales y no comerciales entre diversos actores colectivos e individuales.

<sup>242</sup> Frau Meigs, *Op. cit.*, p. 87.

<sup>243</sup> Hesmondhalgh, *The Cultural Industries...*, *Op. cit.*

<sup>244</sup> Frau Meigs, *Op. cit.*, p.87.

los objetivos de Washington han coincidido consistentemente en el frente económico, incluso cuando ha habido menor acuerdo en el frente ideológico.<sup>245</sup>

David Hesmondhalgh explica cómo en la postguerra los representantes estadounidenses utilizaron los foros internacionales como la UNESCO para “presionar incansablemente por la noción del libre flujo de información y entretenimiento a través del mundo, lo que le permitiría a las corporaciones culturales multinacionales operar en el exterior y limitaría la regulación nacional de sus actividades.”<sup>246</sup>

Un caso concreto de la convergencia de intereses entre el Estado y Hollywood ocurrió durante la implementación del Plan Marshall para la reconstrucción de Europa (1948-1951) cuando se condicionó la ayuda a aquellos países que directamente tuvieran la voluntad de aceptar las importaciones de películas estadounidenses.<sup>247</sup>

Desde 1918, la ley Web-Pomerane Export Act permite a los estudios cinematográficos coludirse en otros territorios. Lo anterior dio pie a que las distribuidoras se aliaran entre sí para bloquear las carteleras exhibiendo sus películas en los mercados internacionales a pesar de que esta práctica está prohibida por la ley Sherman (1890) anti-monopolios a nivel doméstico (por ejemplo, no es posible que dos distribuidoras se alíen para distribuir una película).<sup>248</sup>

Como mencionaremos más adelante, esta última ley ha sido aplicada sólo un par de veces a la industria cinematográfica para deshacer el cartel neoyorkino y reestructurar el hollywoodense en 1917 y en 1948, respectivamente. La jurisdicción en contra de prácticas anti-competitivas recae en la Suprema Corte de Justicia, en la Federal Trade Commission o la Federal Communications Commission. Sin embargo, la constante ha sido la relajación de las políticas. La actitud laxa desde el gobierno de Reagan respecto a la regulación industrial ha permitido que desde los años 80 los estudios regresen a apoderarse de las cadenas de exhibición.<sup>249</sup>

A través de la genealogía de la Motion Pictures Association of América (MPAA) observamos la labor histórica de esta organización cabildera de los intereses hollywoodenses. Su antecesora la Motion Pictures Export Association (MPEA) se estableció en 1946 como un cartel legal contra el proteccionismo europeo de la postguerra bajo las provisiones de la Ley Web-Pomerane que como dijimos exime a los exportadores de la aplicación de la ley anti-monopólica (Ley Sherman). La organización que le antecedía, la Motion Pictures Producers and Distributors of America (MPPDA) fue creada como un enlace corporativo frente a la censura e intentos de origen

<sup>245</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 153.

<sup>246</sup> Hesmondhalgh, *The cultural industries*, *Op. cit.*, p. 63.

<sup>247</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 153.

<sup>248</sup> King, *New Hollywood Cinema, an Introduction*, UK, Columbia University Press, 2002. Y Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*

<sup>249</sup> King, *New Hollywood...*, *Op. cit.*

nacional por acotar el mercado de Hollywood. La MPPDA creó el Production Code Administration (PCA) como un cuerpo de autocensura, para evitar la censura externa. Este se convirtió en otra forma de control oligopólica de los estudios quienes se reservaban el poder de otorgar o negar el sello.

En 1996 el presidente de la MPAA, Jack Valenti, se dirigía al Representante de Comercio de EU:

(Las) leyes fiscales discriminatorias, barreras monetarias y fiscales, las cuotas de diseños varios sobre la programación de televisión y la exhibición cinematográfica, la falta de trato nacional para los productos en video [...] (son la) amenaza cotidiana de un mercado infectado por restricciones, todo ello es parte de un juicio presuntuoso de los gobiernos por alejar al mercado de la competencia.<sup>250</sup>

La MPAA tiene oficinas no sólo en el Sur de California sino en Washington DC y fuera de EU en las ciudades de México y Toronto (de países socios del TLCAN). Además de tener bases en Bruselas, Roma, Nueva Delhi, Río de Janeiro, Singapur y Yakarta, desde las cuales persigue su misión de promover la exportación de películas hollywoodenses y vigilar las violaciones a la propiedad intelectual.<sup>251</sup>

Durante las negociaciones en la OMC de 1993 (ver capítulo 1), la MPAA jugó un papel activo aunque oculto en la confrontación entre EU y Europa, particularmente Francia, en el debate de liberalizar los productos culturales o exentarlos.<sup>252</sup>

Por otro lado, considerando el papel de las grandes empresas y del mercado como instituciones que fungen como mecanismos de coordinación,<sup>253</sup> la estructura oligopólica y las prácticas monopólicas “se han traducido en barreras de entrada [...] para nuevas empresas, [...] a su vez, han constituido barreras al comercio internacional, al no permitir la llegada de los productos de otros países”.<sup>254</sup> Los dos siguientes apartados abordan a profundidad el desarrollo y evolución de las *majors*, sus patrones de organización industrial y sus estrategias de negocios.

### 2.3.2 Antecedentes

Las investigaciones coinciden en periodizar la historia del cine estadounidense en cinco etapas: 1) La etapa de producción artesanal en el siglo XIX, 2) La etapa del monopolio neoyorkino de 1908-

<sup>250</sup> El “trato nacional” se refiere a la eliminación de barreras arancelarias a los productos importados. Cit. por Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual...”, *Op. cit.*, p. 207.

<sup>251</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*

<sup>252</sup> *Ibid.*

<sup>253</sup> A través de los cuales, según la teoría de regulación, se garantiza la reproducción de las relaciones sociales capitalistas. Son relaciones sociales convencionalizadas e institucionalizadas que facilitan las transacciones económicas.

<sup>254</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual...”, *Op. Cit.*, p. 210.

1915, 3) La etapa del Sistema de Estudios, de la década de los 20 hasta los años 50, 4) El Renacimiento Hollywoodense de los años 60, 70 y 80; y 5) El nuevo Hollywood de los grandes conglomerados mediáticos de la década de los 90 hasta nuestros días.

Los estudiosos difieren en la manera de llamar a cada etapa y en las razones de peso que explican los cambios de un periodo a otro, pero a continuación sintetizaremos sus observaciones que a pesar de todo son consistentes con esos cortes temporales de estudio.

El primer desarrollo del cine en Hollywood ocurrió entre 1907 y 1914, como en otras partes de EU ahí se llevaban a cabo filmaciones de manera esporádica, laxa y caótica. Sin embargo, durante estos años el epicentro de la actividad cinematográfica estaba en el área metropolitana de Nueva York-Nueva Jersey dominada por el cartel de la Motion Pictures Patents Company (MPPC). Conformado por unas cuantas corporaciones<sup>255</sup> se creó un monopolio vertical que incluía la producción, la distribución y exhibición de películas. Sólo las compañías con licencia de la MPPC podían comprar película, producir o distribuir cine. En 1910 se incrementó su poder constituyendo la General Film Company que proporcionaba licencias a las compañías para exhibir y amenazaba a los exhibidores que trataran con compañías independientes.

Algunas productoras independientes se organizaron para retar el poder del monopolio en la National Independent Moving Picture Alliance o la Motion Picture Distributing and Sales Company. Muchas de ellas empezaron a mudarse a otras partes de Estados Unidos entre ellas al sur de California. Ahí se encontraron algunas ventajas: el clima, la diversidad de paisajes, tierra barata, el mercado laboral abierto (no sindicalizado), pero sobre todo y con el tiempo la derrama económica de las sinergias entre la aglomeración<sup>256</sup> de las firmas, la fuerza laboral, el aprendizaje y las infraestructuras institucionales que incentivaron las ventajas competitivas del lugar y de cada unidad ahí establecida.<sup>257</sup> Se realizaron innovaciones que diferenciaron las producciones locales de las del monopolio neoyorkino: el reconocimiento de las estrellas (que llevaría al sistema de estrellas) y el surgimiento de los largometrajes. Por esas dos razones aumentó del valor comercial de las películas.

En 1912 el Departamento de Justicia de Estados Unidos enjuició al *trust* (MPPC) con base en el Sherman Act, ley estipulada en 1890. Para 1918, el *trust* había dejado de existir dejando a las productoras independientes el campo abierto. Ya desde 1915 el 60% de las producciones del país se llevaban a cabo en Hollywood.

---

<sup>255</sup> Entre ellas Edison, Biograph, Vitagraph, la rama estadounidense de Pathé Frères y otras compañías poderosas.

<sup>256</sup> Ver teoría de la industrialización geográfica, capítulo 1.

<sup>257</sup> V. Scott, *On Hollywood, Op. cit.*

Desde el periodo que va de 1915 y 1924 comenzaron a operar en Hollywood las grandes compañías que existen hoy en día: Columbia, Fox, MGM, Paramount, Universal y Warner Bros. Todas iniciaron como independientes exitosas y pronto establecieron su propio oligopolio. Estos grandes estudios tenían bajo su propiedad las salas de exhibición cinematográfica que les garantizaba que sus producciones serían vistas masivamente sin importar su calidad.

Después de la introducción del cine sonoro a fines de los años 20 hasta fines de los años 40 se consolidó la etapa histórica conocida como el sistema de estudios<sup>258</sup>. Dominado por cinco grandes empresas (Fox, MGM, Paramount, Warner, RKO) y tres medianas compañías (Universal, Columbia y United Artists). Fue crucial la completa integración de las operaciones: producción, distribución y exhibición.<sup>259</sup>

Desde la década de los 20, Hollywood se extendió en el mercado mundial mediante sus redes internacionales de distribución. En 1946 las entradas a los cines sumaban los 90 millones en Estados Unidos. La exhibición representaba no sólo la fase más costosa sino la más rentable. Los productores independientes debían reservar salas para exhibir sus cintas bajo las condiciones de las *majors*, que si bien sólo controlaban el 15 % de todas las salas del país, tenían en su poder las más importantes, que proporcionaban 70 % de la taquilla nacional.<sup>260</sup>

Por su organización en forma de integración vertical la forma de operar de los estudios era similar al sistema de producción en línea o fordista, es decir, producía economías de escala en una especie de fábrica con operaciones rutinarias para producir en masa. Obviamente por la naturaleza del producto fílmico nunca se crearon mercancías completamente estandarizadas aunque sí se establecieron fórmulas industriales, narrativas y estilísticas (como las convenciones de edición de continuidad y las estructuras narrativas de causa-efecto).<sup>261</sup>

El sistema de estudios dominó por tres décadas el mercado cinematográfico estadounidense, hasta que en 1948 se iniciaron una serie de cambios que reestructurarían parcialmente el estado de la industria. En ese año, la Suprema Corte de Justicia falló en el juicio contra las *majors*. La llamada Decisión Paramount consideró al sistema de estudios como un caso ilegal de monopolio. Se obligó a los estudios a vender sus cadenas de exhibición cinematográfica y en este sentido se desarticuló la integración vertical de la cadena de valor.

---

<sup>258</sup> Se refiere al dominio de la industria cinematográfica por media docena de grandes empresas que integraban verticalmente las ramas de producción, distribución y exhibición, que contaban con una planta laboral permanente y asalariada, así como con grandes lotes equipados, foros y laboratorios que les permitía realizar toda la producción en casa.

<sup>259</sup> King, *Op. cit.*

<sup>260</sup> *Ibid.*

<sup>261</sup> Un ejemplo de la edición de continuidad es cuando vemos un personaje subir una escalera y en la siguiente escena lo vemos ya en el piso siguiente de la casa, es decir, se ahorra la filmación del personaje subiendo todos los escalones, pero se le da continuidad a su acción mediante la edición de continuidad. *Ibid.*

### 2.3.3 La crisis y el renacimiento hollywoodense

La Decisión *Paramount* es considerada como el hecho que reestructuró al sistema de estudios. Sin embargo, al haber dejado la distribución bajo su control no se eliminó la fuente de poder oligopólica. Los estudios fueron obligados a vender sus salas cinematográficas de modo que el mercado de exhibición dejó de estar garantizado. Como consecuencia la fuente principal de financiamiento de los grandes estudios se perdió.

Otras razones convergieron para llevar a la industria a una crisis temporal que implicó su reestructuración. La Decisión *Paramount* coincidió con la reducción de los ingresos en taquilla debido a un cambio social en el que gran cantidad de población se mudó a los suburbios de las ciudades estadounidenses mientras que los cines permanecieron en los centros de las zonas urbanas. Poco a poco empezaría a construirse centros comerciales con complejos de cines en los suburbios. Por otro lado, hubo cambios en el consumo debido a la sustitución del cine por actividades rivales más hogareñas como ver la televisión. La televisión y el cine generaron sinergias con el tiempo, pero en un principio la televisión prefería realizar propias producciones antes que comprar películas. El fallo de la Corte coincidió también con el periodo de censura de la cacería de brujas anticomunista de actores, guionistas y directores de cine en Hollywood por parte del senador McCarthy.

Lo anterior implicó una crisis financiera que cambió el sistema de producción en dos sentidos:

- 1) Por un lado, “los estudios se vieron forzados a encontrar nuevas fuentes de capital a través de arreglos (fusiones, por ejemplo) con compañías mejor capitalizadas o mejor diversificadas.”<sup>262</sup>
- 2) Y por el otro lado, ocurrió el cambio de un paradigma dominante de producción industrial a otro. El sistema flexible permitió hacer más eficiente la producción mediante la desintegración vertical y la diferenciación de los productos.<sup>263</sup>

Se redujo el número de películas producidas y se implementó la estrategia de producir con base en proyectos individuales, menos costosos y de bajo riesgo organizados bajo la responsabilidad de agentes y productores independientes. Si bien nunca dejó de existir la producción independiente, en los años 50 ésta dejó de ser una excepción para convertirse en la norma. El sistema se abrió potencialmente aunque se perdieron sus economías de escala.

---

<sup>262</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>263</sup> Christopherson, *Op. cit.*



La diferenciación de los productos y la fragmentación en nichos de mercado, fue otra consecuencia que está vinculada con la realización de producciones “en paquete” con compañías independientes subcontratadas por las grandes. Dada la nueva tendencia por generar economías de enfoque existió mayor libertad para explorar ideas frescas e innovaciones. En la era de los estudios las películas se dirigían a una audiencia de amplio rango, la crisis hizo visible la diversidad de la audiencia (edad, género, y otros grupos demográficos) y las ventajas de hacer películas que se especializaran en audiencias más pequeñas.

Otra de las estrategias para lidiar con la crisis fue la idea de realizar películas que conformaran un “evento espectacular” para poder competir con la televisión. Pero muchas de las superproducciones fracasaron. Durante los años 50 y 60 fueron constantes las películas épicas, bíblicas y los musicales.

Las *majors* mantuvieron la ventaja del acceso a la distribución y su poder de financiamiento, sin embargo, las nuevas estrategias las volvieron dependientes de los insumos especializados de proveedores independientes. Se conformó un sistema bipartito de producción.<sup>264</sup>

Esa reestructuración es el cimiento del Renacimiento de Hollywood que en los años 60 se caracteriza por realizar películas para audiencias jóvenes con temas controvertidos que no sólo fueron reflejo del relevo generacional de realizadores y directivos de las compañías, sino que coincidieron con las nuevas estrategias deliberadas de dirigirse a las audiencias.<sup>265</sup> El propio código de autocensura fue eliminado por el sistema de *rating* (1968) que era más laxo y cuya base fue crear categorías de clasificación de películas aptas para públicos con base en grupos de edad (niños, adolescentes y adultos).

En los años sesenta, se llevó a cabo la primera oleada de compra de los estudios por grandes corporaciones sin intereses particulares en la industria del entretenimiento. Los estudios necesitaban primordialmente financiamiento y estabilidad, las corporaciones adquirirían a cambio visibilidad, glamur y la posibilidad de atraer inversionistas. Tal fue el caso de Paramount comprada por Gulf + Western, Warner Bros. por Kinney National Services y Columbia por Coca-Cola.

Si bien las compañías independientes nunca han dejado de existir, su capacidad de crecimiento y sobrevivencia ha estado constreñida por los imperativos económicos de una estructura de mercado no competitiva. Sin embargo, la crisis de las *majors* desde los años 50 generó transformaciones en su relación con las independientes. Las compañías independientes comenzaron a llevar a cabo el mayor porcentaje de la producción, a especializarse en ciertos procesos y a ser subcontratadas por las *majors* que mantuvieron su dominio gracias a su capacidad de

---

<sup>264</sup> *Ibid.*

<sup>265</sup> King, *Op. cit.*

financiamiento y distribución. Los grandes estudios en crisis aprendieron de sus competidores marginales e independientes que solían dirigirse a audiencias especializadas a través de diversos géneros, documentales, comerciales, etc.

Fue a mediados de los años ochenta cuando floreció el sector independiente, no como simple consecuencia de la especialización flexible (que benefició a algunas compañías independientes y significó la explotación de otras), sino por el crecimiento de mercados auxiliares, del video y de la televisión.

#### 2.3.4 Las tendencias actuales

La complejidad de las combinaciones entre las etapas de la cadena de valor bajo el nuevo modelo de producción flexible puede agruparse de la siguiente forma:

- 1) Algunas películas son financiadas, producidas y distribuidas “en casa” o al interior de los estudios en su totalidad.
- 2) Otras se producen fuera pero se financian y distribuyen por una *major*.
- 3) Algunas películas son producidas por productoras independientes o semi-independientes atadas a los estudios por algún tipo particular de alianza. A veces se les provee de fondos y facilidades dentro de los estudios a cambio del trato de “visto bueno” por parte de los estudios; otras consiguen más autonomía.
- 4) En otros casos es posible que dos estudios compartan costos de un proyecto que sea de un presupuesto muy elevado.
- 5) Las *majors* suelen distribuir películas que han sido financiadas y producidas fuera.

Las asociaciones que caracterizaron a los años ochenta y se consolidaron en los noventa entre las independientes exitosas y las *majors* tenían como objetivo financiar parcialmente los proyectos independientes, asegurar la distribución interna de sus productos, que los estudios pagaran menos por las licencias de distribución y se ahorraran la verdadera inversión (a cargo de las independientes).

El Nuevo Hollywood produce desde los años ochenta un tipo de filmaciones opuestas a las del Renacimiento hollywoodense, es decir, define al Hollywood de los conglomerados mediáticos gigantes, integrados horizontalmente y su realización de películas “evento”.

En el Nuevo Hollywood, siguen operando las seis grandes empresas del pasado pero se han fusionado o han sido compradas por otras corporaciones transnacionales desde los años noventa: AOL Time Warner, Twentieth Century Fox propiedad de News Corp., Paramount de Viacom,

Universal de NBC, Disney de ABC, y Columbia de Sony Pictures. A diferencia de la oleada de compras y fusiones anteriores, los nuevos emporios corporativos se dedican a una gama amplia en diferentes industrias culturales e incluso tienen sus propias ramas financieras.

Estas empresas transnacionales se componen de divisiones: música, video, editorial, televisión, cine, cable/satélite, juguetes, juegos de video, etc. Las grandes tienen también la propiedad de extensos catálogos de miles películas que pueden seguir utilizando. Por otro lado, estas transnacionales tienen intereses en telecomunicaciones (el llamado fenómeno de convergencia tecnológica) y dado su buen posicionamiento para controlar las innovaciones tienen la oportunidad de aprovecharse de las ventajas de la distribución digital.

La corporatización de Hollywood ha generado dos ventajas importantes para las empresas:

- 1) Minimiza la inestabilidad y los riesgos para la realización de “taquillazos” o *blockbusters*. El amplio rango de intereses horizontales genera recursos y flexibilidad para equilibrar las altas y bajas. Además, proporciona mayor acceso al capital y a reservas de créditos que incluyen la inversión interna.<sup>266</sup>
- 2) Genera la maximización de ganancias mediante la publicidad cruzada y saturada, y la explotación máxima del producto a través de la propiedad de los derechos, por parte de la matriz corporativa, de un tema que puede ser rentable en mercados secundarios o auxiliares.

Desde los años 70, comenzó a utilizarse la estrategia del *blockbuster* corporativo. Los *blockbusters* son grandes películas con altos presupuestos que suelen usar las últimas tecnologías, son fuertemente promovidas y publicitadas y estrenadas de manera simultánea en muchas salas incluso a nivel global (acaparando las pantallas en las fechas de estreno más importantes). Por lo general, sus contenidos están pre-vendidos, es decir, tienen el respaldo de una audiencia potencial dada la familiaridad o popularidad de productos ya conocidos: libros famosos, secuelas de películas anteriores, series de televisión, comics, temas épicos o históricos, etc.

Esta forma convive con otras formas de producción de presupuestos más modestos que tienen formas graduales de promoción, pero actualmente existe la tendencia a utilizar la estrategia de la superproducción. De igual manera las superproducciones no son ninguna novedad de esta época, sin embargo, en los records históricos la mayoría de los *blockbusters* se han producido durante la época del Nuevo Hollywood.

---

<sup>266</sup> *Ibid.*

La estrategia del *blockbuster* implica la realización de menos películas al año (la mitad de lo que se hacía durante la era de los estudios) para concentrarse en grandes producciones que de tener éxito llegan a financiar al estudio entero. El éxito en taquilla de una película individual sigue estando poco garantizado. Sin embargo, “el Nuevo Hollywood del *blockbuster* corporativo no es tan loco e impredecible como parece.”<sup>267</sup>

Incluso cuando las películas no tienen el éxito esperado, el desastre financiero no es tan fuerte como puede aparentar. Lo anterior se debe a la garantía de contar con las sinergias de la comercialización de productos auxiliares y lo recaudado en el comercio internacional.<sup>268</sup> Las corporaciones suelen dar licencias para que otras empresas produzcan artículos afines que además funcionan como publicidad sin costo.<sup>269</sup>

De modo que el éxito en taquilla de una película sigue siendo clave para echar a andar el motor del ciclo de vida del producto audiovisual (video-DVD, su venta a TV abierta, de cable y satelital) y de productos secundarios (*soundtracks*, revistas, juegos de video, juguetes, cajitas felices, etc.).

Los contenidos de los *blockbusters* han sido modificados para atraer grandes audiencias (sobre todo familiares) y tienden a ser “políticamente conservadores” dada la deliberada intención de evitar contenido radical que ofenda a sectores de la audiencia.<sup>270</sup>

### 2.3.5 Indicadores sectoriales

#### 2.3.5.1 Producción

El número de compañías productoras en Estados Unidos es de 4733 unidades, según el *US Census Bureau* de 1999. En esa subrama de la industria hay aproximadamente 50, 000 empleados cuya nómina es de 2.5 mil millones de dólares.<sup>271</sup>

Las productoras pueden ser clasificadas en un sistema tripartito compuesto por 1) los grandes estudios, 2) las compañías subsidiarias o independientes aliadas a las *majors* y 3) compañías que trabajan completamente de manera independiente.

Mientras que en los años 40 y 50 las grandes compañías producían un promedio anual de 375 películas al año, en los años 70 se llegó al tope más bajo de 130 películas realizadas.<sup>272</sup> El promedio de número de películas realizadas anualmente por las *majors* o sus subsidiarias fue en la década de 1980 de 209 películas y en la década de 1990 de 348 cintas. En el año 2000 se realizaron

<sup>267</sup> *Ibid.*, p. 53.

<sup>268</sup> Tal es el caso de películas como *Waterworld* y *Godzilla* cuya situación financiera es analizada por King, *Op. cit.*, p. 70.

<sup>269</sup> Tal es el caso de cadenas de restaurantes, de refrescos, etc.

<sup>270</sup> King, *Op. cit.*

<sup>271</sup> US Census Bureau (1999), United States 1997 Economic Census. Washington US. Cit. por Sánchez Ruiz, *Op. cit.*

<sup>272</sup> King, *Op. cit.*

179 películas bajo la producción de *majors* y subsidiarias.<sup>273</sup> Esas cantidades pueden duplicarse para obtener el número aproximado total de películas realizadas por estudios, subsidiarias e independientes. Las investigaciones de Storper y Christopherson muestran que de 1960 a 1980 el 43 % de la producción se llevó a cabo por las compañías independientes, mientras que el 57 % se llevó a cabo por los grandes estudios y sus subsidiarias.<sup>274</sup>

Los grandes estudios se han vuelto efectivos centros bancarios de su producción fílmica. La rápida recaudación de los *blockbusters* en las primeras semanas de estreno generan una disminución de la incertidumbre que aunada a “los estables rendimientos de la distribución foránea les ha permitido a los estudios financiar (subsecuentes y) caras superproducciones o tener acceso al crédito en otra parte.”<sup>275</sup> Ni el financiamiento ni la distribución han sido fragmentados o diversificados, al contrario de las actividades de producción y exhibición.

### 2.3.5.2 Distribución

El censo económico de 1997 señaló la existencia de 756 establecimientos de distribución de cine y video con una nómina de 12, 663 empleados.<sup>276</sup> Hay que aclarar que por el grado de concentración de la industria y la variación en el tamaño de las empresas los números pueden ser engañosos, pues la producción y la distribución suelen estar integradas verticalmente.

Las diez empresas más importantes de distribución son las *majors* o sus subsidiarias: Disney (Buena Vista, Miramax), Universal, Warner Brothers (New Line), Twentieth Century Fox, Paramount, Sony y USA Films. Como hemos mencionado estas corporaciones integran verticalmente la producción y la distribución.

La organización de la distribución en Estados Unidos es tripartita: 1) las *majors* distribuidoras, 2) las distribuidoras independientes (pequeñas empresas con altos niveles de incertidumbre)<sup>277</sup> y 3) las subsidiarias de las *majors*.<sup>278</sup> Estas últimas tienen una posición intermedia cuya función es explorar el terreno para sus dueños corporativos, es decir, son importantes para identificar mercados potenciales dado su enfoque experimental. Las investigaciones de Scott encuentran una relación inversamente proporcional entre el número de películas distribuidas y

<sup>273</sup> Calculado de los datos citados por Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 45.

<sup>274</sup> Storper, “Flexible specialization...”, *Op. cit.*, p. 324.

<sup>275</sup> King, *Op. cit.*

<sup>276</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual...”, *Op. cit.*, p. 199.

<sup>277</sup> USA Films, Artisan Entertainment, Lion’s Gate Films, Shooting Galery y Winstar Cinema entre otras. Las distribuidoras independientes tuvieron un importante crecimiento en la década de los ochenta debido al aumento de nichos de mercado en la exhibición, dado el crecimiento de los mercados auxiliares como el video y la transmisión televisiva, el aumento de festivales mundiales de cine independiente, el éxito de las productoras independientes algunas de las cuales se convertirían en las “minimajors”, así como la búsqueda de las *majors* por encontrar distribuidoras afiliadas que explotaran y moldearan nichos de mercado. Scott, *On Hollywood*, *Op. cit.*, p. 145.

<sup>278</sup> Entre las subsidiarias importantes que tienen actividades de distribución están: Miramax de Disney, Sony Classics, New Line de Warner, Orion Pictures de MGM, Fox Searchlight de Twentieth Century Fox, Universal Focus y Paramount Classics.

hechas al interior de los grandes estudios y entre el número de películas distribuidas por las *majors* de productoras independientes.<sup>279</sup>

El promedio de ganancias en taquilla doméstica para distribuidores independientes fue en el año 2000 de \$ 3.8 millones, para las subsidiarias fue de \$ 14.3 millones mientras que el de las *majors* fue de \$ 55.6 millones.<sup>280</sup> El porcentaje de distribución de las ganancias en taquilla para el año 2000 fue el siguiente: las independientes participaron con un 10.2 %, las subsidiarias de las transnacionales representaron un 14 % de las ganancias y las transnacionales el 75%.<sup>281</sup>

Mientras que a consecuencia de la Decisión Paramount de 1948 la producción y la exhibición se fragmentaron, la distribución quedó intacta bajo el control de los grandes estudios. De hecho, a la larga esa situación beneficiaría a los estudios pues se deshicieron de los altos costos fijos que implicaba mantener la exhibición. La Decisión tomó cartas en el asunto contra la dominación hollywoodense en el interior del país pero no en el exterior.

La distribución es la fase de la industria donde el oligopolio es más evidente a consecuencia de las economías de escala generadas por el establecimiento de redes extensas bajo el sólido manejo gerencial y la dispersión de oficinas regionales. Las economías del *blockbuster* que implementan la saturación del mercado y de la distribución intensifican la tendencia a la concentración y obstaculizan la competencia.<sup>282</sup> El control de la distribución provoca un efecto embudo en toda la industria pues los altos niveles de concentración son útiles para coordinar la colocación y estreno simultáneo de muchas películas en salas del país y del mundo; para mantener el contacto con las cadenas de exhibición y para respaldar campañas masivas de marketing y publicidad.

Las oficinas de distribución y las cadenas de salas se relacionan por periodos de larga duración mediante un contacto personal donde es muy importante el ingrediente de familiaridad. Tan sólo en cada uno de los estados de California, Texas, Florida y Nueva York hay más de 2000 oficinas de distribución.<sup>283</sup>

La ley que les permite coludirse en el exterior es base de estrategias como la existente entre Universal y Paramount para tener la propiedad de facilidades de distribución en 37 países diferentes,<sup>284</sup> o las alianzas que establecen Sony, Warner y Fox en Europa y América Latina.<sup>285</sup> En los lugares donde carecen de redes de distribución las *majors* establecen alianzas con distribuidores

---

<sup>279</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 146.

<sup>280</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 57.

<sup>281</sup> *Ibid.*, p. 149.

<sup>282</sup> *Ibid.*

<sup>283</sup> *Ibid.*

<sup>284</sup> *Ibid.*

<sup>285</sup> King, *Op. cit.*

locales. “Los filmes de Hollywood suelen capturar la mayor porción de las ganancias en taquilla en todos los mercados foráneos principales.”<sup>286</sup> “Nadie más puede operar en la escala requerida e incluso si pudieran tendrían que enfrentar el prospecto de un mercado que ha sido monopolizado efectivamente con anticipación.”<sup>287</sup>

Entre el 80 y 90 por ciento de las películas comerciales a nivel global son distribuidas por las grandes, que retienen el 30 % de la recaudación doméstica y entre 40 y 45 % de las ganancias en el exterior.<sup>288</sup> El control del acceso a la distribución por parte de los estudios les permite demandar en los contratos términos favorables para ellos. Los análisis de Scott sobre el porcentaje de participación en el mercado de 1980 al año 2000, muestran que hay “un patrón de liderazgo por turnos en el que ninguna *major* permanece a la cabeza de la liga por mucho tiempo.”<sup>289</sup>

Por otro lado, los grandes estudios han buscado generar sinergias mediante la propiedad directa o indirecta de redes de televisión por cable y satélite, así como también han establecido divisiones especiales para la distribución de formatos VHS y DVD.

### 2.3.5.3 Exhibición

Según el censo económico de 1997 existían en EU 6,358 establecimientos de exhibición de cine y video con 223, 015 empleados.<sup>290</sup>

Si bien el número de teatros de exhibición ha disminuido desde los años ochenta, lo que ha aumentado es el establecimiento de multi-complejos de salas caracterizados por su flexibilidad para acomodar una mayor variedad de películas y audiencias. En 1980 había 17, 675 pantallas en todo el país, para 1990 la cantidad aumentó a 23, 814 y en el año 2000 el número ascendió a 36, 264 pantallas en 6,979 complejos, con un promedio de 5.2 pantallas por complejo cinematográfico.<sup>291</sup>

Sin embargo, la asistencia a las salas cinematográficas no ha justificado el costo de los nuevos teatros pues se ha producido una caída de 50, 000 a menos de 38, 000 entradas entre 1990 y el año 2000.

Para el año 2001, las compañías exhibidoras como Lowe’s, United Artists, General Cinema, Carmike Cinemas, Edwards Cinemas, Mann Theaters, Resort Theaters of America, Cinema Star and Silver Cinemas que representaban el 85 % de las cadenas de EU estaban pasando por un proceso de reorganización o bancarrota.

---

<sup>286</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 153.

<sup>287</sup> King, *Op. Cit.*, p.61.

<sup>288</sup> *Ibid.*

<sup>289</sup> *Ibid.*, p. 143.

<sup>290</sup> *Ibid.*

<sup>291</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*

Actualmente la exhibición de cine en salas representa sólo una pequeña porción de las ganancias de Hollywood: un 26% en promedio hacia fines de los años 90 y principios del siglo XXI.<sup>292</sup> Aún así, como ya mencionamos, el desempeño de las películas en taquilla es muy importante para echar a andar el resto de la comercialización en mercancías afines, auxiliares o relacionadas.

Desde los años ochenta los estudios han regresado a comprar esta subrama de la industria que les fue obligada a abandonar después de la Decisión Paramount de 1948. Cuando a mediados de los años 80 Columbia compró Tri Star se hizo también de la propiedad de Lowe's Corporation, una cadena de salas. Cuando Sony se fusionó con Columbia, la corporación controlaba el 39.5 % de la exhibición con 2, 870 pantallas en 450 complejos de EU, Canadá y Europa. MCA/ Universal, Paramount y Warner Bros. siguieron el ejemplo de la Sony Corporation e hicieron movimientos similares.

La industria ha experimentado un crecimiento de las ganancias domésticas en taquilla de \$ 5.7 billones de dólares en 1980 a \$ 7.7 billones en el año 2000. La mayor parte de estas ganancias provienen de las películas realizadas por los grandes estudios.

En 1994, las ventas de la cinematografía estadounidense mostraron que el 20.5% se derivaba de las taquillas, el 34% de la televisión abierta, el 8.5% de la televisión de paga y el 37.4 de los videos.<sup>293</sup> Por otro lado la AFMA (American Film Market Association) conformada por productoras y distribuidoras independientes reportaba que para el año 2000 el 32.4% de sus ventas se había logrado en salas de cines, el 21.1 % en el video y 46.4 % en la televisión.

El mercado doméstico de películas y videos creció un 40.9% de 1986 al 2001. Pero el mercado de exportación de películas y videos se incrementó en un 452.8% durante el mismo lapso de tiempo. Es decir, las ventas de exportación pasaron de \$1, 683 millones a \$ 9, 304 millones de dólares.<sup>294</sup>

En cuanto a las exportaciones, el orden por importancia de las fuentes de ganancias fue el video, la exhibición en salas y la televisión. El mercado de exportación se mantuvo debajo del nivel de ganancias domésticas hasta el año de 1990 cuando se alcanzó cierta paridad. En los años subsecuentes el mercado exterior rebasó al domestico por primera vez en la historia.<sup>295</sup> Los mercados foráneos más importantes para EU son Europa (Gran Bretaña, Alemania, Italia, España, rtc.), Japón y Canadá, pero sus exportaciones se realizan en los cinco continentes.

---

<sup>292</sup> King, *Op. cit.*

<sup>293</sup> V. Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", *Op. cit.*, p. 204.

<sup>294</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*

<sup>295</sup> Neale, *Contemporary Hollywood Cinema*, EU, Routledge, 2000. p. 60.



La proporción de ganancias domésticas y por producto de la exportación fue de 40:60 según informan algunos estudios en los años noventa. Esto ha permitido solventar los costos de producción y de marketing que están por encima de lo recaudado por las entradas domésticas.<sup>296</sup> Los éxitos en el extranjero están cada vez más concentrados en un pequeño número de películas que es más reducido que el número de las opciones que se ofertan al interior de EU.

Para 1999, se reportaron ventas globales estadounidenses de 7,556 millones de dólares en la industria audiovisual contra 200,000 dólares de gastos en importaciones, lo que dejaba para ese país un superávit de 7.3 mil millones.<sup>297</sup>

## 2.4 LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN CANADÁ 1992-2006

La industria fílmica en Canadá se encuentra en un estado de subdesarrollo en cuanto a su participación en el mercado nacional. Dentro de este periodo de estudio, entre los años que rodean la etapa de 1992 al 2006, se observan ciertos cambios que reflejan la intervención pública, la expansión del fenómeno de globalización y el creciente ambiente global de liberalización del mercado; sin embargo, también se constatan continuidades que obedecen a patrones histórico-estructurales.

### 2.4.1 El estado actual de la industria cinematográfica canadiense

Se observa la coincidencia entre las conclusiones de distintos investigadores<sup>298</sup> que pueden presentarse aquí como el diagnóstico actual del estado de la industria cinematográfica canadiense.

- 1) Permanece la histórica dependencia hacia el capital estadounidense oligopólico de las distribuidoras y sus vínculos con el duopolio canadiense de la exhibición a pesar de los intentos fallidos (desde la postguerra) para desarticularlos. En otras palabras, la industria canadiense experimenta un control oligopólico transnacional, caracterizado por la concentración de la propiedad e integración vertical en los sectores *no competitivos* de distribución y exhibición.
- 2) Desde hace tres décadas, es evidente el despegue de la actividad productiva cinematográfica -tanto de las grandes firmas como de las empresas independientes (o

<sup>296</sup> King, *Op. cit.*

<sup>297</sup> Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", *Op. cit.*

<sup>298</sup> MacAnany (1997), Magder (1996), Pendakur (1990), Posner (1993), Sánchez Ruiz (2004), Coe (2000), Chaminade y Vang (2007), Acheson y Maule (1994).

nicho)- que está vinculada a la inversión extranjera directa y a la explotación de mercados internacionales. La producción doméstica se ha logrado gracias a la habilitación de un sistema de coproducción entre las ayudas estatales y el sector privado (nacional y transnacional). Aunque esta actividad refleja una parte de la cultura popular canadiense, las decisiones hacen referencia al ámbito global. El estancamiento de la actividad productiva local se debe a la descapitalización crónica del sector (dada la transferencia de capital hacia Estados Unidos vía las distribuidoras, como ocurre en México). La producción doméstica se presenta como un sector *competitivo* que es capaz de explotar la diversidad de la vida diaria canadiense.

- 3) Bajo el contexto de la globalización y la transnacionalización, las empresas productoras y las políticas gubernamentales canadienses de fomento al cine han transformado sus estrategias: de estar interesadas en temáticas y mercados locales han virado su orientación hacia producciones cuyo objetivo es primordialmente comercial y que busca dirigirse a mercados estadounidenses y globales.
- 4) Las características de la globalización como la movilidad del capital internacional, de la fuerza laboral y de los flujos culturales, están estrechamente relacionadas con una nueva división del trabajo internacional en la que las producciones fugitivas de Hollywood<sup>299</sup> se han incrementado en las ciudades canadienses de Vancouver y Toronto. El fenómeno se conoce como North Hollywood y en el capítulo 4 será analizado a mayor profundidad.
- 5) Los años noventa estuvieron caracterizados por la presencia de una agenda internacional y otra canadiense que coincidían en la apertura de los mercados. A pesar de que el gobierno canadiense logró la excepción de las industrias culturales en los tratados de libre comercio, estos últimos oficializaron el *status quo* de dominación estadounidense mediante las cláusulas que permiten a EU la toma de represalias equivalentes a cualquier cambio que se considere contrario a los términos del tratado comercial.

---

<sup>299</sup> Producciones de capital hollywoodense en otros países para aprovechar bajos costos.

### 2.4.2 El arreglo institucional

En los cien años de historia del cine canadiense, los mecanismos dominantes de coordinación económica han sido los que la teoría de la regulación denomina como jerarquías (corporaciones) y del mercado. Es decir, la inexistencia de un marco regulatorio del mercado contribuyó a que desde los primeros años del siglo XX se establecieran negocios poderosos de distribución y exhibición de la producción estadounidense en territorio canadiense. Lo anterior, sumado a otros factores, bloqueó el financiamiento y los espacios de salida a la producción interna.

A pesar de varios intentos fracasados del Estado por intervenir en la regulación del sector cinematográfico nacional, a partir de mediados de los años 60, se logró echar a andar un complejo institucional de entrenamiento profesional, subsidios e incentivos fiscales de alcances limitados pero concretos. Sólo de esta manera, pudo emerger la producción fílmica canadiense.

Estos cambios ocurrieron tras la movilización de sectores sociales como los grupos autonomistas de Quebec, el gremio de cineastas, las organizaciones de empresarios independientes y sindicatos laborales. De modo que se observa también la intervención de los mecanismos de coordinación caracterizados por la teoría de la regulación como la comunidad y las asociaciones.

Actualmente el peso de las empresas transnacionales y del mercado en la industria cinematográfica canadiense es decisivo para comprender las dinámicas del sector, pero aunque juegue un papel menor, el rol del Estado se ha ido incrementando y ha sido condicionante de cambios importantes como veremos más adelante.

### 2.4.3 Antecedentes: conformación y consolidación de la estructura oligopólica

La exhibición fue la primera rama de la industria canadiense en desarrollarse con un capital propio. De manera temprana, éste se sumaría al capital estadounidense del sector de distribución a través de lazos estructurales de integración (o desintegración) vertical y de prácticas monopólicas de mutuo beneficio. Bajo los intereses de éste capital oligopólico nacional e internacional, los pequeños capitalistas dedicados a la producción, distribución y exhibición, no pudieron consolidarse.

A principios del siglo XX un número pequeño de exhibidores viajaba de manera itinerante por territorio canadiense. Con el tiempo fueron construyendo teatros para proyectar sus películas. La falta de capital y la fuga de talentos técnicos y creativos a Estados Unidos derivaron en la

carencia de filmes de producción nacional. Muy pronto las cintas estadounidenses y británicas (hasta antes de las guerras mundiales) dominaron el mercado canadiense.<sup>300</sup>

En 1906, los hermanos Allen, empresarios exhibidores canadienses, compraron salas y establecieron su compañía distribuidora, ésta integración les proporcionó una ventaja frente a sus competidores quienes dependían de ellos para obtener cintas. Pronto se convirtieron en un monopolio que controlaba las películas en un territorio determinado. Sus teatros, que eran los más lujosos y mejor ubicados, les conferían un status de “primera corrida,” es decir, la posibilidad de estrenar películas. En cambio, los competidores tenían que conformarse con tener un status de segunda y generar menores rendimientos.<sup>301</sup>

Cuando en los años veinte las compañías productoras/distribuidoras estadounidenses decidieron expandir sus negocios, establecieron contratos de exclusividad con las franquicias de los Allen. Su éxito los llevó a aliarse con la subsidiaria canadiense de Paramount Pictures: Famous Players (FP). Al terminar este contrato otro empresario menor de origen canadiense, Nathanson, obtuvo un nuevo contrato y tomó las riendas de Famous Players. Ésta empresa exhibidora, en apariencia canadiense, aseguraba que el 93 % de las ganancias fueran transferidas a su matriz estadounidense. Los Allen, desvinculados ya del capital estadounidense y bajo la competencia directa con FP, sólo sobrevivieron tres años más.<sup>302</sup>

Famous Players logró incrementar sus salas de 20 a 70 en tan sólo 4 años gracias a las siguientes estrategias para reducir la competencia: la asociación voluntaria con compañías independientes o a través de amenazas se presionaba a los propietarios de sus inmuebles para negarles la renta.<sup>303</sup>

En 1925, el 95% de las películas exhibidas en Canadá eran de origen estadounidense y el mercado canadiense aportaba el 5 % de las ganancias de Hollywood. De 1920 a 1930 había en Canadá sólo 10 empresas distribuidoras, todas estadounidenses o subsidiarias de estadounidenses.<sup>304</sup> Como éstas proveían filmes hollywoodenses de sus compañías matrices no necesitaban adquirir películas canadienses ni invertir en ellas. Además cooperaron por mutuo beneficio con el monopolio de exhibición de propiedad estadounidense en Canadá. De hecho, las distribuidoras

---

<sup>300</sup> Pendakur, *Canadian Dreams and American Control: The Political Economy of the Canadian Film Industry*, EU, Wayne State University Press, 1990.

<sup>301</sup> *Ibid.*

<sup>302</sup> *Ibid.*

<sup>303</sup> *Ibid.*

<sup>304</sup> Famous Lasky Film Service, Regal Films Limited, RKO Distribution Corp. Of Canada, Fox Film Corp. Limited, Canadian Educational Films Company, Canadian Universal Film Company Limited.

estadounidenses no tenían otra opción más que tratar con FP que controlaba los mercados de primera corrida. El cartel perjudicó a los exhibidores independientes canadienses.

Las distribuidoras hollywoodenses llevaron a cabo prácticas monopólicas desde entonces: tenían prácticas de precios discriminatorios en términos de renta de cintas y de reservación de salas en detrimento de los exhibidores independientes.<sup>305</sup> El *block booking* consistía en saturar la cartelera con una buena película y muchas otras de baja calidad que se vendían como un paquete al exhibidor; el *blind booking* establecía un contrato de exhibición desde antes que la película produjera. Algunos grandes distribuidores manifestaban descontento por no poder intervenir en los precios que recibían del monopsonio de FP (único comprador). Sin embargo, más de la mitad de las ganancias de las distribuidoras estadounidenses provenían de FP así es que obtenían también beneficios estables de esa relación.

En 1924, las distribuidoras estadounidenses junto con Famous Players crearon la Motion Pictures Exhibitors and Distributors of Canada (MPEDC), organización cabildera que representaba sus intereses en territorio canadiense y que tuvo éxito en impedir cualquier legislación que pretendiera mermar el poder de las compañías.

En 1930 el gobierno inició una investigación con base en el *Federal Combines Act* de 1888 para determinar si las condiciones en las que los exhibidores independientes enfrentaban el mercado eran opresivas o no. El informe concluyó que desde 1926 existía una colusión entre las distribuidoras y FP pero no pudieron demostrar que esta afectaba al interés público pues los precios de taquilla no habían aumentado en ese periodo.<sup>306</sup>

En 1941 el empresario Nathanson fue expulsado del cuadro directivo de FP y decidió formar Odeon Theaters. Para ello ofreció alianzas a exhibidores antes vinculados a FP bajo mejores condiciones; además se llevó consigo a altos funcionarios que en FP habían adquirido experiencia en el trato con las *majors*; él mismo tenía establecida una red de relaciones públicas, contactos y aprendizaje que coadyuvaron a romper las barreras de entrada que sí enfrentaban exhibidores independientes. Por otro lado, a las grandes distribuidoras les convino tener otra opción que rompiera el monopsonio de FP y abriera la capacidad de programación en cartelera para películas que no encontraban lugar. Las dos cadenas exhibidoras, con ayuda de la MPEDC, lograron

---

<sup>305</sup> Por ejemplo, FP podía pagar a las distribuidoras con un porcentaje de las ganancias en taquilla mientras que a las independientes se les cobraba por adelantado una tasa fija. Para poder operar, una independiente tenía que cobrar más caro el boleto en taquilla que FP.

<sup>306</sup> La Ley había sido creada para castigar el uso indebido de poder pero no para impedir el crecimiento monopólico, es decir, ni las fusiones ni los monopolios se consideraban ilegales dado que fue estipulada en una época en que el país pasaba de una economía agrícola a otra manufacturera y no se deseaba ahuyentar la inversión estadounidense.

establecer acuerdos duopólicos de coexistencia y mutuo beneficio, repartiéndose las distribuidoras y los territorios entre ellas. Los circuitos tenían el derecho del primer rechazo de películas ofrecidas por las distribuidoras y a cambio cedían el tiempo total de sus pantallas. El cartel reestructurado se benefició sustancialmente del florecimiento de la asistencia al cine durante la II Guerra Mundial. Para el año de 1947, los dos circuitos exhibidores controlaban el 61 % de la taquilla nacional. En la década de los 50 y 60, la crisis mundial de la industria provocó que las dos cadenas importantes se coludieran para ir equilibrando el cierre de salas en un lugar dado.<sup>307</sup>

Los exhibidores independientes se organizaron para proteger sus intereses por primera vez en la Independent Motion Picture Exhibitors Association y el National Council of Independent Exhibitors of Canada que presionó al gobierno para remediar las restricciones monopólicas. Formaban parte de ellas 40 empresas, ninguna asociada con alguno de los largos circuitos. Su labor de resistencia fue atacada por la prensa conservadora como antipatriótica y ambiciosa en el contexto de la II GM. Su fracaso se debió además a que fueron cooptados en asociaciones en las que también estaban representados los grandes circuitos. Casos aislados de exhibidores independientes que llevaron a las cortes sus quejas pudieron demostrar haber sido víctimas de discriminación por las distribuidoras pero los acuerdos tácitos entre estas y las dos cadenas de salas no podían prohibirse mientras no se demostraran vínculos legales contractuales de colusión.<sup>308</sup>

Al finalizar la II GM el gobierno canadiense se enfrentó a una crisis de devaluación causada por la caída en la reserva federal de dólares. Entre otras industrias, la fílmica participaba en el drenaje de las arcas canadienses hacia EU desequilibrando la balanza de pagos. En este contexto, el gobierno canadiense consideró imponer cuotas de pantalla a las importaciones y la retención, a través de impuestos, de las ganancias de las distribuidoras estadounidenses. El Departamento de Estado de EU, mediante el embajador estadounidense en Canadá, alertó a la MPAA comenzando así la batalla de negociaciones y cabildeo entre las distribuidoras, el gobierno canadiense y los miembros del National Film Board (NFB) de Canadá. La MPAA logró ganarse aliados en el gobierno canadiense y promover la idea de una cooperación voluntaria mediante el Canadian Cooperation Project para producir películas estadounidenses en Canadá, distribuir cintas canadienses en EU y facilitar financiamiento a producciones canadienses. El proyecto fue un fracaso dado el desinterés por parte de las compañías estadounidenses.<sup>309</sup>

---

<sup>307</sup> *Ibid.*

<sup>308</sup> *Ibid.*

<sup>309</sup> *Ibid.*

#### 2.4.4 El gobierno interviene

El gobierno federal comenzó a preocuparse por la soberanía cultural a partir de entonces y de manera sistemática aunque con poca efectividad. En 1951, se generó el *Massy-Levesque Commission Report* que apoyó la idea de la intervención estatal en la esfera cultural dada la avasalladora presencia estadounidense. Se identifica desde entonces el problema histórico de acceso al mercado por parte de los cineastas canadienses.<sup>310</sup> Pero no fue hasta 1968 que se establece el *Canadian Film Development Corporation Act* como parte del NFB para promover el cine de ficción canadiense.<sup>311</sup>

Fueron fundamentales las presiones de los cineastas que se quejaron de la dificultad para encontrar inversionistas debido al acaparamiento de la distribución y exhibición. Dentro del contexto de los años sesenta y del movimiento de autonomía de Quebec, la Association Professionnelle des Cinéastes du Quebec de 1963 cabildeó a los gobiernos federales y provinciales. Los deseos de autonomía cultural y nacional escaparon el ámbito provincial y resonaron a nivel nacional.<sup>312</sup>

De 1960 a 1970 el sector productivo permaneció subdesarrollado. El promedio de cintas anuales fue de 6 producciones independientes y 9 del NFB. Pero las cifras fueron mejorando gracias a los apoyos estatales y al desarrollo de la transmisión televisiva que, regulada estatalmente con cuotas, se convirtió en el principal comprador de filmes canadienses. En la década de los 70 se produjeron 95 cintas las cuales debían competir con las cintas estadounidenses para ser exhibidas y todas enfrentaron problemas de acceso. De 1968 a 1974, la CFDC había participado en un total de 120 películas, todas trataban de dirigirse a grandes audiencias, sólo cinco generaron rendimientos a la CFDC. Una vez más quedaba demostrado que el factor crítico del éxito comercial de una película era la distribución. En 1968 había 95 compañías productoras independientes, para 1972 se alcanzó una cifra de 150, sin embargo, sólo catorce de ellas se dedicaban de manera sistemática a la producción de películas de ficción. Las distribuidoras independientes fueron las que tomaron el riesgo financiero de vender las películas canadienses.<sup>313</sup> En 1968 había 56 empresas distribuidoras

---

<sup>310</sup> Dorland, *So close to the State/s: The Emergence of Canadian Feature Film Industry*, Canadá, University of Toronto Press, 1998.

<sup>311</sup> Magder, "Film and Video Production" en Dorland, *The Cultural Industries in Canada: Problems, Policies and Prospects*, Canadá, James Lorimer and Company Publishers, 1996.

<sup>312</sup> *Ibid.*

<sup>313</sup> Pendakur, *Op. cit.*

con 120 oficinas en el país, pero no todas tenían redes nacionales de distribución; 45 de ellas eran independientes (no afiliadas a las *majors*).<sup>314</sup>

Grupos como el Syndicat National du Cinéma (SNC) de técnicos y artesanos y el Council of Canadian Filmmakers (CCFM, 1973), que representaba a 8,000 trabajadores de la industria, presionaron al gobierno para establecer cuotas a distribuidores o de pantalla. Una vez más los problemas de acceso a la distribución y exhibición fueron debatidos, en esta ocasión tras las quejas de la CFDC. En 1971, el House of Commons Standing Committee on Broadcasting, Film and Assistance to the Arts investigó los problemas expuestos. Las provincias indicaron su apoyo a las cuotas de pantalla aunque no a elevar los impuestos a las ganancias en taquilla. En 1975, el ministerio anunció que había firmado acuerdos con los dos circuitos dominantes de Canadá para exhibir filmes e invertir en películas canadienses voluntariamente. La historia se repetía, la presión cabildera de la MPAA y de la CMPDA había sido efectiva. De hecho, el impuesto de 10 % en taquilla fue rechazado por el ministro de finanzas bajo presión de la MPAA y el Departamento de Estado de EU que amenazó con tomar represalias.<sup>315</sup>

En 1977, FP y Odeon controlaban el 57% de las ganancias en taquilla.<sup>316</sup> En ese año, los canadienses Taylor y Drabinsky juntaron esfuerzos y recursos para crear una compañía exhibidora: Cineplex. Su innovación fue la construcción, por primera vez en el mundo, de multi-salas.<sup>317</sup> La empresa fue un éxito para alcanzar audiencias especializadas y generó ganancias que facilitaron su expansión nacional. Las nuevas estrategias rompieron paradigmas. Tres años después se colocaron en las grandes ligas compitiendo con FP y Odeon.

Aún así, Cineplex encontró dificultades con el oligopolio: Cineplex no tenía presencia en el mercado de las películas de estreno y masivas. La empresa se constituyó como pública para obtener financiamiento y de cualquier manera se enfrentó a la bancarrota. Esta vez el Estado decidió actuar por las siguientes razones: dado el carácter público la desaparición de Cineplex afectaría a los canadienses; además, la ley *Combines Act* había sido enmendada y ahora prohibía bajo sanciones

---

<sup>314</sup> *Ibid.*

<sup>315</sup> *Ibid.*

<sup>316</sup> En los años 70, las *majors* integradas verticalmente eran: Columbia Pictures Canada, Metro-Goldwyn –Mayer, Paramount Film Distributing (Canada), Twentieth Century Fox Corporation, United Artist Corporation, Universal Films (Canada), Walt Disney (Buenavista) y Warner Brothers Distributing.

<sup>317</sup> Los Cineplex contenían de 5 a 21 salas de diferentes tamaños (de 50 a 200 asientos) que les permitía flexibilizar el tamaño de la función dependiendo de la respuesta de la audiencia. Planearon estrategias como ubicar sus salas cerca de universidades y en centros comerciales, lejos de los cines de FP y Odeon. Se dedicaron a proyectar cintas masivas atrasadas, filmes de arte, cine en lengua extranjera y pronto consiguieron *move-overs*, es decir, películas que ya habían hecho su primer corrida en las cadenas importantes y eran pasadas inmediatamente a salas independientes. Pendakur, *Op. cit.*



penales no sólo los acuerdos escritos de colusión sino las prácticas monopólicas.<sup>318</sup> El fallo en contra de las distribuidoras estableció: la elegibilidad de todos los exhibidores excepto aquellos que tuvieran un crédito pobre y riesgoso; la obligación de las distribuidoras de permitir que todos los exhibidores elegibles en un área geográfica tuvieran la oportunidad de presentar ofertas para películas; la negociación con un exhibidor no debía discriminar la licencia para otro exhibidor.

Sin embargo, las distribuidoras acataron los cambios mientras duró la vigilancia y hasta que el caso se cerró. La única consecuencia fue el rápido crecimiento de Cineplex que consolidó su concentración al grado de en sólo tres años comprar la cadena de salas Odeon y convertirse en el circuito más grande de Norteamérica. Sin embargo, pronto recurrió a las mismas prácticas monopólicas en alianza con las distribuidoras estadounidenses tal como lo habían hecho los Allen, Famous Players y Odeon.<sup>319</sup>

Para el resto de los exhibidores independientes no se lograron romper las barreras de entrada ni la creación de un marco de oportunidades competitivas reales para obtener películas.

#### 2.4.5 El despunte del sector productivo

De 1974 a 1986 se rodaron 432 películas y aumentaron sus presupuestos de los 2 hasta los 6 millones de dólares.<sup>320</sup> Tres razones fundamentales contribuyeron al incremento de la producción canadiense y extranjera en territorio canadiense: 1) las políticas de incentivos fiscales 2) la transferencia de incentivos fiscales a socios extranjeros y 3) el sistema de coproducciones entre los sectores estatales y privados nacionales y de otros países. Los resultados fueron la creación de un capital financiero que era inaccesible desde los bancos canadienses que se rehusaban a financiar películas locales; el establecimiento de tratados de coproducción entre Canadá y otros países; el hospedaje de producciones fugitivas provenientes de Hollywood en busca de reducir costos de producción y; el establecimiento de asociaciones entre empresas privadas canadienses y extranjeras para producir cine en Canadá.

Sin embargo, con el fin de romper las barreras de entrada se adoptaron estrategias comerciales que “desnacionalizaron la industria” en cuanto a sus estrellas, su contenido, el estilo creativo, etc. Bajo esta lógica se optó por hacer filmes de apelación masiva, superproducciones de

---

<sup>318</sup> En 1982, momento crítico para Cineplex el director de investigaciones del Consumer and Corporate Affairs llenó la aplicación de Restrictive Trade Practices Commission (RTPC) en contra las siete distribuidoras con el fin de ordenarles proveer películas de valor comercial a exhibidores independientes. El Combines Act modificado penaba precios predatorios y discriminatorios, negación a proveer, tratados de exclusividad, ventas atadas o condicionadas (*tied selling*), anuncios publicitarios desviados (*misleading*), y prácticas de mercado engañosas.

<sup>319</sup> *Ibid.*

<sup>320</sup> *Ibid.*

presupuestos elevados dados los costos publicitarios y los salarios a los intermediarios (agentes, abogados) y estrellas.<sup>321</sup> No se produjeron películas canadienses para canadienses; en muchas de las coproducciones con otros países Canadá terminó aportando mayor financiamiento y contradictoriamente realizando rodajes fuera del país y estableciendo menos cineastas canadienses en los empleos que les correspondían. Por otro lado, el gobierno decidió disminuir los requerimientos de propiedad canadiense de los proyectos cinematográficos de modo que la inversión extranjera empleó menos empresas y trabajadores canadienses.<sup>322</sup>

A pesar de que se llegó a un nivel sin precedentes de actividad económica, las películas certificadas por el programa de incentivos tuvieron problemas de distribución y exhibición. En 1979, de 45 cintas producidas sólo 22 se estrenaron y sólo cinco fueron éxitos comerciales.<sup>323</sup>

Los beneficiarios sólo fueron los capitalistas internacionales y un segmento de los capitalistas nacionales, el resto de los trabajadores, las productoras, distribuidoras y exhibidoras independientes siguieron enfrentando los mismos problemas de falta de integración.<sup>324</sup>

Con base en el *Cinema Act* de Quebec de 1983, se intentó fallidamente estipular la necesidad de propiedad canadiense del 80 % de las distribuidoras de la provincia, en 1985 el gobierno federal instituyó un equipo que recomendó el cambio del control de las empresas estadounidenses a las canadienses. Entre los objetivos estaba diferenciar al mercado canadiense del estadounidense para que las empresas canadienses pudieran beneficiarse. Concretamente se sugirió que las compañías canadienses tendrían una licencia general para importar cualquier filme extranjero y que las compañías extranjeras serían elegibles para la licencia de propiedad, es decir sólo podrían importar a Canadá aquellas películas sobre las cuales poseyeran sus derechos de distribución mundial o aquellas en las que hubieran tomado un papel financiero riesgoso como *pick-ups* (películas adquiridas de compañías independientes).<sup>325</sup>

La Ley Federal de Distribución en 1987 se vio disminuida ante las negociaciones para el libre comercio entre Estados Unidos y Canadá.<sup>326</sup> Tanto la MPAA como el gobierno de EU consideraban que “la Ley de Mac Donald no sólo reducirá las ganancias de las compañías

---

<sup>321</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>322</sup> Pendakur, *Op. cit.*

<sup>323</sup> *Ibid.*

<sup>324</sup> *Ibid.*

<sup>325</sup> Hoskins, et al., “Television and Film in a freer International Trade Environment, US Dominance and Canadian Responses”, en Mc Anany, *Mass Media and Free Trade: NAFTA and the Cultural Industries*, EU, University of Texas Press, 1996.

<sup>326</sup> Magder, *Op. cit.*

estadounidenses sino que alentará a otros socios comerciales a seguir a Canadá.”<sup>327</sup> El primer ministro canadiense Mulroney y sus oficiales recibieron la denuncia de “La Casa de Representantes y el Senado de EU (quienes) enviaron una carta firmada por 54 miembros [...] expresando sus ‘fuertes objeciones’ a la ley de distribución. [...] (el acto) sería visto como proteccionista e indicaría una problemática en cara del acuerdo de libre comercio.”<sup>328</sup> La amenaza hacía referencia a que de ser aprobada la ley, se obstaculizarían las negociaciones de libre comercio. Para 1988 la propuesta de ley había sido rechazada.

#### 2.4.6 Las políticas públicas

En los años veinte, el discurso industrialista del desarrollo de la cinematografía canadiense se definió por atraer a Canadá las plantas subsidiarias de compañías estadounidenses con el fin de que produjeran películas.<sup>329</sup> Las subsidiarias estadounidenses llegaron a los sectores de distribución y exhibición, hasta 60 años después al de producción.

De forma totalmente opuesta, a finales de la II Guerra Mundial, el gobierno canadiense formuló en el discurso la necesidad de la autonomía económica y del nacionalismo cultural como contrapesos a las influencias estadounidenses. Con base en ello se realizaron reportes de investigaciones sobre la industria cinematográfica canadiense y se desarrollaron políticas culturales de carácter asistencialista y promotor.

A partir de los años 80 y 90, en el contexto global de expansión de la ideología neoliberal, los antiguos objetivos de autonomía cultural y económica perdieron su fuerza. A pesar de eso se mantuvo la infraestructura institucional de apoyo al cine, simplemente se empezó a cuestionar la racionalidad económica de dichas instituciones estatales (que no fueron creadas en un inicio bajo la lógica de racionalidad económica). En otras palabras, los objetivos fueron reorientados hacia la construcción de una industria comercial, hacia la rentabilidad de las instituciones estatales de fomento al cine: hacia su vinculación con el sector privado, con el capital y mercados internacionales.

El propio discurso de la “excepción cultural” con el que los canadienses lograron excluir a sus industrias culturales del Acuerdo de Libre Comercio con EU (1987), del Tratado de Libre

---

<sup>327</sup> Cit. por Pendakur, p.270.

<sup>328</sup> *Ibid.*, p. 271.

<sup>329</sup> Tal fue el caso del director del Canadian Government Motion Pictures: Ray Peck. Pendakur, *Op. cit.*

Comercio de América del Norte (1994) y del GATS de la Ronda de Uruguay del GATT (1994), se convierte sólo en una lucha simbólica que pretende contener (“dejar las cosas como están”) más que revertir los efectos negativos sobre la producción doméstica de la estructura oligopólica en la distribución y la exhibición de cine.

En el año 2000, una vez más se reorientan las políticas cinematográficas que viraron de la intención de “construir una industria” a “construir una audiencia.”<sup>330</sup> El objetivo concreto fue incrementar la audiencia de cine nacional del 2.5% al 5% en un lapso de cinco años.

A continuación se esboza brevemente la historia de las instituciones gubernamentales y políticas culturales en la industria canadiense.

En 1918, el gobierno creó el Canadian Government Motion Picture Bureau cuya finalidad era producir cintas para promover la migración al país, las industrias y los recursos naturales canadienses.<sup>331</sup> En 1939, el departamento se convierte en el National Film Board (NFB) que inicia sus operaciones para la propaganda de guerra y posteriormente realiza cintas educativas y series documentales que serán distribuidas en escuelas, centros comunitarios, bibliotecas, salas de cine y tiempo después en la TV.<sup>332</sup>

A finales de los años 60, la NFB comienza su labor de productor-distribuidor de cine de ficción a través de su brazo institucional el Canadian Film Development Corporation (CFDC) constituido en 1968 como agencia comercial autosustentable. Sin embargo, la CFDC se enfrenta inmediatamente a la escasa recuperación de sus inversiones:

Para entonces es claro que las estructuras y prácticas de la distribución fílmica y la exhibición en salas era un importante bloqueo a los esfuerzos de la CFDC. Dado que Canadá seguía siendo el segundo mercado más importante del cine de Hollywood y dada la creciente competencia de la TV, ni las *majors* de Hollywood ni las grandes cadenas de salas canadienses aceptarían las demandas de hacer disponible un mayor espacio a las películas Canadienses.<sup>333</sup>

---

<sup>330</sup> Canadian Heritage, *From script to screen. New policy directions for Canadian feature film.* (2000) V. Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual...”, *Op. cit.*

<sup>331</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>332</sup> *Ibid.*

<sup>333</sup> *Ibid.*

A mediados de los años 70, la CFDC re canalizó sus prioridades hacia la producción de cintas de potencial taquillero que atrajeran a las *majors* hollywoodenses. La NFB se transformó de productor y distribuidor a ser selector, iniciador de proyectos y proveedor de subsidios.<sup>334</sup>

En 1974, como parte del programa Capital Cost Allowance (CCA) se creó un incentivo fiscal del 100 % a producciones canadienses. La consecuencia fue el florecimiento, por primera vez en la historia, del sector productivo; sin embargo, aunque la producción aumentó considerablemente pocas cintas pudieron ser distribuidas.<sup>335</sup>

En 1983 la CFDC fue renombrada Telefilm Canada que expandió el apoyo y dio prioridad a la programación televisiva, aunque sigue apoyando al cine mediante el Feature Film Fund (1986) con el objetivo de “promover la producción y la distribución en salas de películas de ficción de alta calidad dramática con un alto nivel de contenido canadiense.”<sup>336</sup> Posteriormente se implementó la Production Service Partnership que transfería los beneficios fiscales a producciones realizadas en Canadá de compañías no canadienses pero asociadas a empresas canadienses.

La National Film and Video Product Bill de 1987 intentó transferir la provisión de películas a los distribuidores canadienses proponiendo que los derechos de distribución de productos extranjeros independientes para territorios canadienses se diferenciaron de las licencias de distribución para territorios estadounidenses. Es decir, una distribuidora estadounidense que consiguiera los derechos de una película extranjera independiente no podría distribuirla en Canadá, permitiendo que en ese territorio las distribuidoras locales lo hicieran. La ley se desvaneció tras la presión estadounidense. A decir de Hoskins “a pesar de que la cultura fue exentada del Free Trade Agreement, se cree ampliamente que la disolución de la ley estuvo relacionada con las negociaciones.”<sup>337</sup>

En 1988, se creó el Feature Film Distribution Fund con el objetivo de reforzar al sector de distribuidores independientes, fomentar su consolidación a través de coadyuvar a la cooperación entre los distribuidores y productores. El financiamiento fue utilizado para adquirir derechos de distribución y hacer gastos publicitarios.<sup>338</sup> Como vimos en el apartado anterior, las políticas del gobierno canadiense hacia la actividad de distribución constituyeron una serie de investigaciones anti-monopolios que se llevaron a la corte desde los años 30 y que terminaron todas ellas con “la

---

<sup>334</sup> Acheson, *Much Ado about Culture: North American Trade Disputes*, EU, University of Michigan Press, 2001.

<sup>335</sup> Pendakur, *Op. cit.*

<sup>336</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>337</sup> Hoskins, *Op. cit.*, p. 74.

<sup>338</sup> *Ibid.*

conciliación” en las negociaciones entre el Estado canadiense y las *majors* hollywoodenses. El resultado final ha sido hasta ahora la preservación de las dinámicas y prácticas de las distribuidoras transnacionales.<sup>339</sup>

Durante la década de los años 80 las exenciones fiscales bajo el CCA fueron reducidas poco a poco en sus porcentajes hasta darse por concluidas en 1995.<sup>340</sup> En consecuencia hubo una disminución de las contribuciones del sector privado a la producción. La reducción del compromiso financiero gubernamental federal a las compañías independientes dejó un problema que las provincias asumieron en sus programas de financiamiento al cine y video. Desde los ochenta implementaron concursos condicionados a proyectos que tuvieran contenido canadiense y aseguraran que un alto porcentaje de su presupuesto sería gastado en la provincia en cuestión y generaría empleo local. La rivalidad entre las provincias se volvió un incentivo importante en el incremento de los apoyos.<sup>341</sup>

De 1993 a 1994, Telefilm contribuía al 39% del financiamiento productivo, otras instancias gubernamentales proveían el 28% de modo que las fuentes gubernamentales aportaban aproximadamente el 70% de recursos financieros a los presupuestos productivos.<sup>342</sup>

En 1996 se introdujo el programa Production Tax Credit (PTC) para reemplazar al Tax Shelter. Consiste en otorgar un crédito del 25 % a los gastos en empleo calificado mientras este no rebase el 48% del presupuesto total de producción. Dado que el gasto en ese tipo de empleo suele ser mayor al 48% casi siempre el subsidio cubre el 12% del presupuesto. “Este nivel de apoyo es más generoso que el del incentivo fiscal (anterior)”.<sup>343</sup> Sus mecanismos son más simples y es más efectivo en transferir los dólares directamente a la actividad. Las provincias han generado programas de créditos fiscales similares a este programa federal.

Para recibir los subsidios de Telefilm y de las provincias, los productores deben contratar una distribuidora canadiense. Además de esta protección indirecta que ata a los productores con los distribuidores, sigue existiendo el Feature Film Distribution Fund.<sup>344</sup>

---

<sup>339</sup> La ley que en 1988 prohibió a distribuidores extranjeros la distribución de películas en Canadá sobre las cuales no hubieran invertido al menos en la mitad de su presupuesto o sobre las que no tuvieran derechos de propiedad mundial, no es aplicada a las transnacionales hollywoodenses. La ley sólo sirvió para mantener (de manera discriminatoria) a otras transnacionales extranjeras fuera del mercado de distribución canadiense.

<sup>340</sup> Acheson, *Much Ado about culture...*, *Op. cit.*, p. 131.

<sup>341</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>342</sup> Acheson, *Much Ado about culture...*, *Op. cit.*

<sup>343</sup> *Ibid.*, p. 133.

<sup>344</sup> *Ibid.*

Puede concluirse en el caso canadiense la existencia de una política pública de fomento, promoción y subsidio que se diferencia de las políticas culturales proteccionistas de otras cinematografías del mundo que han implementado entre otras cosas las cuotas de pantalla y de distribución a empresas extranjeras, implementadas en países europeos desde la postguerra y en México hasta 1992.

#### 2.4.7 Políticas Actuales

En el año 2000, la ministra del patrimonio canadiense anunció la nueva política en materia de cinematografía con el documento “From Script to Screen: New Policy Directions for Canadian Feature Film”. El objetivo era construir una audiencia para las producciones canadienses. La meta ambiciosa fue la de obtener el 5% de la taquilla nacional en un plazo de cinco años. Cabe mencionar que algunas cinematografías europeas se consideran exitosas al lograr participar en un 25 o 30% de su pantalla.

Los objetivos generales fueron: 1) desarrollar y mantener realizadores creativos y profesionales, 2) reestructurar los programas de apoyo e incrementar los presupuestos para promover la calidad y diversidad de las películas canadienses, 3) construir una audiencia doméstica con apoyo de promoción y mercadeo a los filmes nacionales, 4) preservar y diseminar el acervo de películas canadienses.<sup>345</sup>

Se puso en marcha el programa de acción mediante el Canada Feature Film Fund con un presupuesto de 100 millones de dólares para programas de asistencia a la escritura de guiones, el desarrollo de proyectos, apoyo de mercadeo a distribuidores, el programa de actividades complementarias que apoya la participación en festivales internacionales y nacionales, programas de realización de cooperativas para producciones independientes.<sup>346</sup>

La participación en el mercado de las películas de origen canadiense fue del 4.5% en el 2004 y del 4% en el año 2005. A pesar de no conseguirse la meta de obtener el 5% del mercado por un punto porcentual, si se logró incrementar el 2.5% con respecto al 2000.<sup>347</sup>

---

<sup>345</sup> Sánchez Ruíz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*

<sup>346</sup> *Ibid.*

<sup>347</sup> Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

## 2.4.8 Indicadores Sectoriales

### 2.4.8.1 Producción

El despunte reciente de la actividad productiva se debió a 1) el desarrollo de la televisión y del video y 2) los subsidios gubernamentales. Actualmente el sector productivo canadiense está compuesto por la participación importante del sector público, el sector privado de medianas compañías canadienses y el sector privado independiente.

De 1967 a 1975 se producían en promedio 4.5 películas al año. En 1979 la producción aumentó considerablemente a 87 películas, en 1991-2 se filmaron 54 cintas; en 1995, se experimentó un declive de 35 películas producidas.<sup>348</sup>

Para el 2004, se reportó una tasa de crecimiento en las ganancias del 10.9% respecto al 2001, pero el crecimiento se debió a las actividades no productivas: la distribución y transmisión de películas.

La NFB no sólo funge como apoyo financiero a través de los fondos de Telefilm Canada, también ha sido un facilitador de entrenamiento profesional e investigación tecnológica. En la década de los noventa produjo entre 80 y 100 películas al año, con un presupuesto de \$81 millones de dólares. La mayoría de sus producciones son documentales (60%), animaciones (25%) y ficción (10%). El apoyo está dedicado a producciones riesgosas que de otra manera no encontrarían el financiamiento necesario.<sup>349</sup>

Una parte del fondo de la NFB está dedicado a la coproducción de documentales y ficción en coproducción con el sector privado independiente. La contribución pública al presupuesto de una película de ficción puede ser del 50% hasta el 70%.

En 1987-8 había 552 establecimientos dedicados a la producción, en 1991-2 la cifra creció 34% a 742 unidades,<sup>350</sup> en el año 2001 había 728<sup>351</sup> y 688 en el 2004.<sup>352</sup> Las empresas están especializadas en televisión, publicidad, audiovisuales educativos, para el gobierno y

---

<sup>348</sup> Acheson, *Much Ado About...*, *Op. cit.*

<sup>349</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>350</sup> *Ibid.*

<sup>351</sup> Statistics Canada, The Daily: Film, Video and Audiovisual Production, Friday, December 19, 2003. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/031219/d031210b.htm>, consultado en Internet el 1 de abril del 2007.

<sup>352</sup> Statistics Canada, The Daily: Film, Video and Audio-visual Production, Thursday, July 18, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060718/d060718a.htm>, consultado en Internet el 1 de abril del 2007.



largometrajes. Sólo 18 compañías de las 552 empresas en 1987-8 y 20 de las 742 en 1991-2 estaban enfocadas prioritariamente a la producción de películas de ficción.<sup>353</sup>

La producción no destinada a la exhibición (publicidad, gobierno, educacional e industrial) constituía en 1991-2 el 45 % de las ganancias del sector; la renta y comercialización de video, así como la TV representaron el 42% de las ganancias. El 13% de las ganancias se realizaban en la producción para exhibición en salas. El margen de ganancias para las películas de ficción fue negativo: -22.6%.<sup>354</sup> La inversión extranjera privada que participa en producciones canadienses se duplicó de 1991-2 a 1992-3.

El 15 % de las 741 empresas en 1990-1, obtuvieron rendimientos de entre \$ 1 millón y 5 millones con un margen de ganancias del 11%, y sólo 29 compañías, es decir el 5 % del total tuvieron ganancias de más de \$5 millones con un margen de 7.9 %. Éstas últimas empresas se han constituido como el corazón o núcleo de la actividad productiva (*core companies*), un conjunto pequeño de empresas canadienses bien financiadas y diversificadas, de emergencia reciente, que forman parte del despunte del sector productivo. Entre ellas están Malofilm Communications, Paragon Entertainment, Cinar, Nelvana, Alliance Communications, Atlantis Communications y Astral Communications. Este grupo se benefició de las políticas gubernamentales federales y provinciales para fomentar la producción independiente y supieron también aprovechar las asociaciones con las producciones extranjeras estadounidenses. Estas compañías se han ido integrando vertical u horizontalmente y tienen intereses en la producción de cine (con películas cuyos presupuestos van de los 10 a los 15 millones de dólares), de televisión, y actividades de distribución, etc. Dentro de sus estrategias están la producción para nichos de mercado y para audiencias estadounidenses o internacionales, para ello tienen oficinas en otros países, establecen alianzas estratégicas y de propiedad con compañías extranjeras.<sup>355</sup>

Por último, está el otro 80 % de las 741 compañías productoras en 1990-1, pequeñas firmas que tuvieron pérdidas del 30%. Se trata en general de compañías que se establecen para producir un solo proyecto para luego desvanecerse “están constituidas como sociedades limitadas y reflejan los complejos arreglos financieros utilizados por productores”.<sup>356</sup> Estas compañías nicho producen películas con presupuestos de \$2 millones de dólares, dependen ampliamente de los fondos

---

<sup>353</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>354</sup> *Ibid.*

<sup>355</sup> *Ibid.*

<sup>356</sup> *Ibid.*, p159.

gubernamentales, 70% de sus presupuestos, y se esfuerzan por conseguir el 30% restante del presupuesto.<sup>357</sup>

Los datos estadísticos del 2004 muestran la concentración de la producción en Ontario 50%, Quebec 28% y British Columbia 18%. Ésta última presentó el mayor crecimiento de las tres.

#### 2.4.8.2 Distribución

La estructura de mercado altamente concentrada en la distribución ha producido barreras de entrada, la descapitalización del sector productivo y funge como cuello de botella para el desarrollo de la industria filmica canadiense.<sup>358</sup> El mercado de distribución canadiense sigue siendo dominado por un pequeño número de compañías estadounidenses. Estas empresas se dedican a adquirir los derechos para distribuir los productos en salas de cines, a las cadenas de televisión y al mercado de video (entretenimiento en casa). Como hemos visto, el sector es controlado desde afuera y el gobierno ha fracasado en tomar medidas directas suficientes y definitivas.<sup>359</sup>

El sector de distribución está concentrado a nivel espacial en las provincias de Ontario y Quebec que juntas acumularon el 96% de las ganancias nacionales de distribución en el 2005.<sup>360</sup>

El sistema de distribución canadiense está compuesto por un pequeño número de firmas multinacionales y un número más amplio de pequeñas compañías canadienses en su mayoría. Actualmente, las compañías distribuidoras canadienses más grandes son Alliance Releasing y Coscient. La incertidumbre para las pequeñas se manifiesta en la cifra de bancarrota que de 1990 a 1996 fue de 34 empresas por año.<sup>361</sup>

En el periodo que va de 1989 a 1990, 15 subsidiarias de empresas estadounidenses generaban el 85% de las ganancias de distribución. En 1991, esas mismas empresas concentraban el 51% de las ganancias de distribución en video.<sup>362</sup> El sector sigue aumentando su concentración: cuatro compañías dominaban el 66% de las ganancias brutas de distribución en 2004 y el 70% en el 2005. Las distribuidoras gastaban en el 2005 un 43% de su capital en costos de comercialización (copias, distribución física, oficinas); un 18% en la compra de regalías, licencias, derechos y tarifas

<sup>357</sup> Magder, *Op. cit.* y Acheson, *Much Ado About...., Op. cit.*

<sup>358</sup> Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", *Op. cit.*

<sup>359</sup> *Ibid.*

<sup>360</sup> Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>361</sup> Acheson, *Much Ado about...., Op. cit.*

<sup>362</sup> Magder, *Op. cit.*

de franquicias de las películas; y un 13 % en promoción, publicidad y mercadotecnia.<sup>363</sup> En el cálculo de las ganancias netas (restando los gastos de las compañías), las cuatro empresas representaron el 65% de las ganancias totales de la industria en 2004 y un altísimo 93% en el 2005.<sup>364</sup> Lo que significa que la participación del resto de la industria cayó del 34% al 6%.

En ese mismo año los distribuidores en terreno canadiense mostraron un buen margen de ganancia (del 18%) a pesar del declive en las exportaciones y en las ganancias en distribución a la televisión. El crecimiento se ha dado en dos mercados claves: en el mercado de exhibición en cines y en el de video en casa.

Un dato interesante es que mientras que las ganancias de los productos no canadienses se mantuvieron estables, las ganancias de distribución de los productos canadienses cayeron el 40% en todos los mercados.

#### 2.4.8.3 Exhibición

El mercado canadiense es por su población un mercado relativamente reducido, de 31 millones de habitantes, que tiene, sin embargo, un alto poder adquisitivo: el producto interno bruto *per capita* fue en al año 2000 de 28 100 dólares estadounidenses.<sup>365</sup>

Los productos hollywoodenses siguen dominando el mercado de exhibición de películas y video canadiense con una participación del 96% en 1994. El mercado de productos nacionales representaba sólo el 2% en 1994, mientras que el otro 2% correspondía al porcentaje que ocupan filmes de otros países. A pesar de que el sector privado de producción cinematográfica creció exponencialmente desde los años sesenta, el mercado sigue inundado con productos estadounidenses.<sup>366</sup>

Las ganancias de la industria a través de la exhibición tradicional de cine han tendido a declinar en los últimos años. Pero estas bajas han sido compensadas con las ganancias del mercado de video y sistemas de transmisión televisiva, por cable o satélite.<sup>367</sup> De modo que las películas se ven también afectadas por las regulaciones de televisión pues gran parte de las ganancias se obtienen a través de este tipo de exhibición. Muchas de las cintas canadienses jamás son

<sup>363</sup> Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>364</sup> Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>365</sup> Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual en América del Norte...", *Op. cit.*

<sup>366</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>367</sup> Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

proyectadas en salas. La CRTC (Comisión Canadiense de Radio y Televisión) requiere que las emisoras privadas transmitan diariamente 60% de programación canadiense y 50 % a horas pico.<sup>368</sup>

La asistencia anual *per capita* a los cines fue en promedio de 3.9 veces de 1999-00 al 2000-1, se incrementó a 4 en 2002-3 y disminuyó a 3.8 en 2003-4 y 2004-5.<sup>369</sup>

La asistencia a salas tuvo su punto más alto desde 1960 en el año 2002-3, seguido por un declive del 4.6% en 2003-4 y una ligera recuperación de .5% (disminución de 4.1% respecto a 2002-3). A pesar de esa escasa recuperación en asistencia, el sector de exhibición reportó un incremento del 97.6% en ganancias con un total de \$108 millones en 2004-5. Este incremento en las ganancias ha sido constante ya que en 1999-2000 se obtuvieron ganancias netas de 41,669 millones de dólares y de 54, 728 millones en el 2003-4.<sup>370</sup>

El número de establecimientos de exhibición en el año 2000 fue de 712 con 2,926 pantallas en todo el territorio nacional. Para el año 2004 los complejos de salas disminuyeron a 628 y sus pantallas a 2,890. En el 2005 se registraron 641 cines con 2,933 pantallas.<sup>371</sup> Las salas canadienses son manejadas por las dos cadenas de las que se ha hablado: Famous Players y Cineplex Odeon; además están las empresas pequeñas y medianas regionales e independientes.

En 1995-96 las dos grandes cadenas controlaban el 54 % de las salas y el 80 % de los boletos de taquilla. Famous Players es la cadena más vieja y es propiedad de la compañía estadounidense Viacom dueña de también de Paramount Pictures. En esos años poseía 477 pantallas en 108 complejos. Cineplex Odeon que es la cadena más grande de América del Norte es propiedad de una sociedad entre Universal y Bronfman Trust (de una familia canadiense) que se fusionó en 1997 con la cadena estadounidense de exhibición propiedad de Sony Corporation: Lowes Theaters. En 1995-96, Cineplex Odeón poseía 682 pantallas en 132 complejos cinematográficos en Canadá y 861 pantallas en 183 cines en Estados Unidos.<sup>372</sup> Las dos poseen multi-salas en centros urbanos de mayor importancia.

---

<sup>368</sup> Hoskins, *Op. cit.*

<sup>369</sup> Statistics Canada, The Daily: Movie Theaters and Drive-ins, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>370</sup> Statistics Canada, The Daily: Movie Theaters and Drive-ins, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007. Las ganancias brutas fueron de \$946, 663 millones en 1999-00, \$1, 223,912 en 2003-04 y \$1, 245,194 en 2004-05. La diferencia de las ganancias netas puede explicarse por una reducción en los gastos.

<sup>371</sup> Statistics Canada, The Daily: Movie Theaters and Drive-ins, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>372</sup> Acheson, *Much Ado About...*, *Op. cit.*

En el periodo de 1991-92 al 2004-5 las dos super-cadenas incrementaron el porcentaje de propiedad de salas de 27% a 44% y concentraron la asistencia del 67% al 90%. Los pequeños exhibidores disminuyeron su participación del 54% al 44% de cines y aún más su asistencia que bajó del 16% al 5%.<sup>373</sup> Así es que el crecimiento en asistencia de la última década ha sido en beneficio de las dos grandes compañías que dominan el mercado a expensas de los pequeños propietarios.

No es de extrañar que en 2004-5 sólo los grandes circuitos exhibidores fueron lucrativos, teniendo una tasa de ganancia del 93.3%. Mientras que los establecimientos medianos y pequeños tuvieron pérdidas. De hecho las dos grandes cadenas sumaron el 97 % del total de las ganancias de exhibición en ese año.<sup>374</sup>

## 2.5 CONCLUSIONES

El desarrollo histórico estructural de la industria en Estados Unidos presenta la continuación de su hegemonía planetaria.<sup>375</sup> Las industrias mexicana y canadiense comparten similitudes y diferencias. Ambas enfrentan la cercanía geográfica con el principal productor de cine mundial como un obstáculo al desarrollo de sus industrias autóctonas. Históricamente también presentan diferencias: Por un lado México fue capaz de producir películas desde fechas tempranas y efímeramente tener una industria sólida y exitosa.<sup>376</sup> Por otro lado Canadá no consiguió hacer despegar su actividad productiva hasta los años 70.<sup>377</sup> Actualmente, el común denominador de las dos cinematografías (y de una parte de la industria independiente en EU) es la descapitalización de su sector productivo dada la desviación de capital hacia las empresas transnacionales de base estadounidense en las ramas de distribución y exhibición. Las industrias del cine en México y Canadá, así como, el cine estadounidense independiente han fracasado en sus intentos históricos por frenar el poder

<sup>373</sup> Statistics Canada, The Daily: Movie Theaters and Drive-ins, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

<sup>374</sup> *Ibid.* Los exhibidores no solo reciben ganancias de los boletos de admisión, sino de las barras de alimentos y bebidas.

<sup>375</sup> Gracias al control oligopólico en los mercados internos y externos, a la política estatal de apertura de mercados globales y a la reestructuración de sus procesos productivos en el sistema de especialización flexible que le ha conferido un importante dinamismo endógeno.

<sup>376</sup> Dada la brecha cultural y del idioma en México, el entusiasmo emprendedor de una pequeña clase empresarial, el espíritu nacionalista postrevolucionario legitimador del Estado y la coyuntura bélica que fomentó las buenas relaciones con Estados Unidos, se propició el florecimiento de la actividad productiva y su articulación con las actividades de distribución y exhibición.

<sup>377</sup> Donde la cercanía cultural y del lenguaje y la falta de una burguesía cinematográfica nacional y del interés del estado por generar un cine propio generaron desde el principio la penetración de las empresas distribuidoras y exhibidoras estadounidenses y la carencia de producción local.

oligopólico o bien simplemente disminuir sus efectos sobre el sector productivo local mediante leyes antimonopólicas o leyes que trataron de enfrentar la fuerza oligopólica. Actualmente, México y Canadá se han conformado con ser los mercados de consumo de películas estadounidenses y con desarrollar políticas cinematográficas de fomento y asistencia insuficientes en el marco de las políticas de supuesto libre comercio. Además, la firma del TLCAN ha oficializado la amenaza estadounidense ante cualquier intento de política cinematográfica proteccionista del sector por parte de los otros socios.

Los tres países comparten la existencia del poder económico y político del oligopolio fílmico pero éste es actualmente más complejo que los cárteles y las empresas integradas verticalmente de mediados del siglo XX. Ahora la estructura organizacional de producción flexible que actúa en respuesta a la inestabilidad e incertidumbre de la industria cinematográfica y de la economía en general genera sistemas de subcontratación de procesos diferenciados y especializados entre grandes, medianas y pequeñas empresas, entre hombres de negocios, empleados de servicios, la fuerza laboral creativa, técnica y administrativa de carácter asalariada o freelance. Genera también vínculos dinámicos entre empresas, proveedores de servicios e instituciones parasectoriales; entre productores fragmentados y audiencias segmentadas. Las relaciones entre estos actores económicos bajo el modelo de producción flexible tienen en común ser relaciones caracterizadas por su movilidad y variedad. Sin embargo, el oligopolio sigue estando presente, pero esta vez lo hace en su forma de desintegración vertical sin perder la capacidad de controlar las condiciones políticas y económicas de su entorno. La pregunta que conviene hacerse es ¿Qué ventajas y desventajas presenta la organización de la producción flexible para sus participantes y la sociedad? Así como: ¿Qué tanto la flexibilización incorpora no sólo a la fuerza laboral y empresas independientes locales sino a las extranjeras? En otras palabras ¿Qué tanto la organización flexible traspasa las fronteras? Y finalmente ¿Bajo qué tipo de condiciones –parasitarias o simbióticas<sup>378</sup>- se llevan a cabo las relaciones sociales capitalistas en su estado actual dominante de especialización flexible? Estas interrogantes serán abordadas en los siguientes capítulos dedicados al análisis del sector productivo en México y a las relaciones entre las tres industrias fílmicas.

---

<sup>378</sup> Partiendo de los conceptos biológicos, por parasitarias nos referimos al tipo de relaciones donde una de las partes es la más beneficiada y se aprovecha aniquilando o impidiendo el crecimiento de la otra parte. Por relaciones simbióticas nos referimos a relaciones equitativas que permiten el desarrollo de ambas partes.

**Cuadro 7. Actores de arreglos institucionales en México, Canadá y Estados Unidos**

PAÍS	INSTITUCIONES DE COMUNICACIÓN	OBSERVACIONES	PODERES GUBERNAMENTALES	INSTITUCIONES PARASECTORIALES	GRUPOS DE PRESIÓN PRIVADOS	GRUPOS DE INTERÉS PÚBLICO	CUERPOS LEGISLATIVOS
ESTADOS UNIDOS	Federal Communications Commission	La cultura es una posibilidad de negocio susceptible a la competencia, es una mercancía basada en el desarrollo de la tecnología	El Congreso Poder Ejecutivo Gobiernos estatales Las Cortes	Academy of Motion Pictures Arts and Sciences	MPPA, Alliance of Motion Pictures and Television Producers, National Association of Broadcasters, Independent Film and Television Alliance, National Association for Television Production Executives, National Cable and Telecommunications Association	Public Broadcasting Service, Production Assistance Association, The Society of Motion Picture and TV Art Directors, Visual Effects Society, Stuntmen's Association, International Cinematographers Guild	Act of Telecommunications American Jobs Creation Act, Web-Pomeranne Export Act, 1918, Ley Sherman (antimonopolios, 1890)
CANADÁ	Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC)	En el discurso es importante el mantenimiento y desarrollo de la cultura canadiense. Nacionalista en control y posesión de telecomunicaciones. Conservación del idioma. Reconocen elementos públicos, privados y comunitarios.	El Parlamento Ministerio de Patrimonio Canadiense Ministerio de Comunicaciones Gobiernos provinciales	National Film Board Canadian Film Development Corporation Telefilm Canada Canadian Culture Online Branch Comisiones de filmación provinciales	Canadian Association of Broadcasters, Canadian Motion Picture Distributors, Canadian Film and Television Production Association (y sus ramas provinciales)	Canadian Broad Casting Corporation – CBC-, Writers Guild of Canada y ONG's	Broad casting Act de 1991, Telecommunications Act 1993, Bell Telephone act 1987
MÉXICO	Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (CRTC)	En el discurso son importantes la cultura y las bellas artes como expresión de la identidad y de la idiosincrasia nacional.	El Congreso Poder Ejecutivo Secretaría de Gobernación Secretaría de Educación Pública Secretaría de Hacienda y Crédito público Las Cortes	Imcine Cineteca Nacional Indautor Comisión Nacional de Filmaciones (y sus homólogas estatales) Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas	Canacine, Asociación Mexicana de Cineastas Independientes (AMPI)	Imcine Fecinema Cinérgica Asociación Mexicana de Cineastas Independientes, SOGEM, SACM, AMC,	Ley Federal de Cinematografía, 1998 Ley Federal de Derechos de Autor, 1997, Ley Federal de Competencia Económica 1992, Ley Federal del Trabajo, Ley del Impuesto Sobre la Renta

FUENTE: Elaboración propia basada en la información de Gómez, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*

**Cuadro 8. Acciones oligopólicas, intentos y aplicación de leyes antimonopólicas en México, Canadá y Estados Unidos.**

MÉXICO		CANADÁ		ESTADOS UNIDOS	
<p>-1949 Opera el monopolio en la exhibición del norteamericano William Jenkins con prestanombres mexicanos (Manuel Espinoza Iglesias, Manuel Alarcón y Maximino Ávila Camacho hermano del presidente)</p> <p>-1998 Las reformas a la Ley de Cinematografía prohíben el doblaje, hacen obligatorio el 10% de pantalla para cine nacional (excepto que fuera en contra de tratados internacionales, ej. TLCAN) y crea un fondo para la producción mexicana financiado con el 5% en taquilla.</p> <p>-2003 La Cámara de Diputados impulsa el cobro de \$1 peso en taquilla para los fondos Fidicine y Foprocine</p>	<p>-A fines de los 50 el Estado interviene de facto anulando el monopolio Jenkins y creando el monopolio estatal la Compañía Operadora de Teatros, COTSA.</p> <p>-En 1999, las distribuidoras United International Pictures, 20th Century Fox y Sony se amparan ante la SCJN que falla a su favor en términos de libertad de comercio. El reglamento de la ley tarda dos años en elaborarse por supuesta presión de la MPAA sobre el presidente de México, Zedillo.</p> <p>-Las distribuidoras estadounidenses se amparan para no pagar el gravamen, la SCJN abroga el decreto.</p>	<p>-1930 el gobierno canadiense inicia una investigación con base en el Federal Combines Act de 1888 sobre anticompetitividad para exhibidores independientes</p> <p>-En los años 40, exhibidores independientes aislados llevan su caso a las cortes</p> <p>-1945 caída federal de reserva de dólares, el gobierno canadiense considera cuotas de pantalla a importaciones e impuestos a las distribuidoras estadounidenses</p> <p>-1971 la House of Commons investiga los problemas de acceso a la distribución y exhibición expuestos por la Canadian Film Development Corporation. Las provincias apoyan las cuotas de pantalla, no así el impuesto de 10% en taquilla rechazado también por el ministro de finanzas.</p> <p>-1982 Cineplex, empresa pública exhibidora en bancarota aplica a la investigación de anticompetencia contra las 7 distribuidoras para poder abastecerse de películas comerciales</p> <p>-En 1987 mediante la Ley Federal de Distribución limita la licencia de distribución a las empresas extranjeras sólo en caso de que posean los derechos de distribución mundial o hayan financiado más del 50% de la película.</p> <p>-1989 Canadá exenta sus industrias culturales del Acuerdo de Libre Comercio con EU.</p>	<p>-El informe concluye colusión entre distribuidoras estadounidenses y el monopsonio exhibidor FP; pero no pueden demostrar que se afecta el interés público en los precios y la ley no prohíbe monopolios.</p> <p>-Demuestran ser víctimas de discriminación por parte de las distribuidoras, pero la ley no penaliza acuerdos tácitos (solo contractuales) entre estas y las grandes cadenas de exhibición.</p> <p>-La MPAA cabildea en contra de las medidas con éxito y promueve la cooperación voluntaria en apoyo a Canadá mediante el Canadian Cooperation Project</p> <p>-Tras la presión cabildera de la MPAA y amenaza del departamento de Estado estadounidense, el ministerio canadiense anuncia acuerdos voluntarios con las dos cadenas exhibidoras para proyectar filmes canadienses y apoyar su producción.</p> <p>-Gracias al Combines Act modificado en 1976 se falla contra las distribuidoras prohibiéndoles prácticas discriminatorias. Sin embargo, una vez cerrado el caso, Cineplex cae en las mismas prácticas oligopólicas y las distribuidoras también.</p> <p>-La MPAA y el gobierno de EU la consideraron una medida proteccionista que afectaría las negociaciones de libre comercio; la propuesta de ley no se aprobó.</p> <p>-EU incorpora una cláusula que le permite tomar represalias a cualquier medida que afecte las disposiciones del tratado.</p>	<p>-1918 El departamento de Justicia de EU enjuicia al trust neoyorquino Motions Picture Patent Company con base en la Ley Sherman de 1890.</p> <p>-1948 La Suprema Corte de Justicia enjuicia al oligopolio hollywoodense de integración vertical de la producción, la distribución y la exhibición, con base en la Ley Sherman.</p>	<p>-El trust deja de existir y se permite que los productores independientes tengan acceso a las tres ramas de la industria y abastecerse de película virgen.</p> <p>-La Decisión Paramount considera el sistema de estudios como un monopolio ilegal y obliga a las <i>majors</i> a vender sus cadenas de exhibición cinematográfica.</p>

Fuentes: Realización propia con información de De la Vega, *La industria cinematográfica mexicana...*, Op. cit. Sánchez Ruiz, *La industria audiovisual en América del Norte...*, Op. cit. Pendakur, *Canadian Dreams and American Control...*, Op. cit. Scott, *On Hollywood...*, Op. cit.



## CAPÍTULO 3

En el capítulo anterior se revisaron las cinematografías de Norteamérica con base en su desarrollo histórico-estructural.<sup>379</sup> Se hizo énfasis en la existencia de la concentración de capital en forma de grandes corporaciones dominantes en las tres ramas de la industria en los tres países y en el poder de facto derivado, con el fin de entender así, parcialmente, la asimetría en el desarrollo de las industrias cinematográficas a nivel sectorial, local y regional.

Para poder visualizar el proceso de integración existente entre las cinematografías de América del Norte y seguir intentando responder la interrogante principal ¿cuáles son los factores que determinan y condicionan el grado de desarrollo de una industria cinematográfica? se propone ahora el acercamiento al tema de estudio desde la lupa de la teoría de la industrialización geográfica.

Este capítulo presenta la elaboración empírica recabada mediante el estudio de caso de la industria cinematográfica en la Ciudad de México. El análisis se centrará en la rama productiva del cine mexicano a través de la profundización en los patrones organizacionales, laborales, geográficos e institucionales de la industria. Sin embargo, los vínculos de la producción con las ramas de distribución y exhibición son tan importantes que no pueden dejarse de lado. La información presentada se comparará con algunos datos y reflexiones resultados de estudios similares realizados recientemente en Estados Unidos y Canadá, información que será presentada en los recuadros grises.

### 3.1 EL SECTOR PRODUCTIVO CINEMATOGRAFICO EN MÉXICO

#### 3.1.1 Introducción

El objetivo de esta sección no es presentar pruebas definitivas sino mostrar algunas tendencias de la organización industrial de especialización flexible en el cine mexicano.<sup>380</sup> Conforme se avance en este apartado se irán respondiendo interrogantes como cuál es el grado de especialización flexible de la industria cinematográfica mexicana, a qué circunstancias responde, qué retos presenta y cómo se diferencia de la especialización flexible en las industrias fílmicas de Estados Unidos y Canadá.

---

<sup>379</sup> Las circunstancias histórico-estructurales se entienden aquí como configuraciones de relaciones sociales institucionalizadas con múltiples dimensiones y articulaciones espaciales-temporales: las estructuras económicas, políticas y culturales determinan (posibilitan y limitan) las interacciones y conductas sociales, distribuyen al individuo en lugares diferenciados y desiguales de la estructura social. V. Sánchez Ruiz, *Medios de difusión y Sociedad, Notas críticas y metodológicas*, México: Universidad de Guadalajara- Centro de Estudios de la Información y Comunicación, 1992.

<sup>380</sup> Lo anterior se debe a las problemáticas metodológicas expresadas en los Anexos.

El sector productivo en México está inmerso en lo que la teoría de la industrialización geográfica llama “un distrito industrial.” Como los distritos industriales fílmicos de Los Ángeles, Vancouver y Toronto, el distrito industrial cinematográfico en la Ciudad de México está compuesto de compañías productoras cinematográficas, proveedores de servicios externos al sector fílmico, proveedores de servicios auxiliares o especializados dentro del sector, industrias audiovisuales relacionadas, mercados laborales, instituciones estatales de cine, escuelas, asociaciones, sociedades de gestión gremiales, sindicatos, cámaras empresariales, marcos políticos y legales, atmósferas culturales y mercados de consumo locales.

Sin embargo, a diferencia del distrito industrial cinematográfico de Los Ángeles, los distritos de Toronto, Vancouver y la Ciudad de México no han conseguido desarrollarse como centros de producción local autofinanciables y rentables.

El comportamiento e interacción de los elementos que conforman al distrito industrial cinematográfico son cruciales aunque no garantía para el desarrollo endógeno exitoso de la industrialización según los mismos supuestos de la teoría de la industrialización geográfica. Con base en esta teoría analizaremos las características de las relaciones y transacciones entre los agentes económicos arriba enlistados. De esta manera se podrá evaluar cualitativamente la escala de su articulación o desarticulación en cada uno de los distritos.

Para realizar este tipo de análisis, la teoría de la industrialización geográfica toma en cuenta las variables de flexibilización/rigidez productiva (diversificación, especialización, las relaciones intersectoriales, intrasectoriales), versatilidad/estabilidad de la fuerza de trabajo, la aglomeración/dispersión geográfica de las actividades económicas y los arreglos institucionales.

El estudio de caso se realizó mediante la elaboración de cuestionarios enviados a compañías productoras cinematográficas ubicadas en el Distrito Federal y se complementó con una serie de entrevistas realizadas a personas clave relacionadas con las actividades productivas, de distribución y exhibición, funcionarios de instituciones relacionadas con el cine del sector público, privado y civil.<sup>381</sup> Se incorporan también datos de los informes anuales del Imcine y de los censos económicos del INEGI.

---

<sup>381</sup> En los anexos se encuentra la metodología del trabajo de campo en la que se describe el procedimiento del levantamiento y sistematización estadística de las encuestas, así como, las principales problemáticas enfrentadas. La tasa de respuesta que se obtuvo fue del 24.2 % es una tasa baja pero es más alta que las tasas promedio obtenidas con este método en los que la tasa oscila entre el 10 y el 15 % .V. Scott, *The cultural economy of cities. Essays on the geography of Image-Producing Industries*, Gran Bretaña: SAGE Publications, 2000.

### 3.1.2 Características de la rama de producción cinematográfica en la Ciudad de México

A reserva de las limitantes de poder saber con precisión el número de compañías de producción fílmica en el país para 2007, dada su inestabilidad de trabajo por proyecto, nuestro estimado fue de 124 empresas. De las 30 compañías que respondieron obtuvimos las siguientes características.

EDAD	PORCENTAJE DE COMPAÑÍAS
0 a 11 meses	10.00 %
1 a 2 años	6.67 %
3 a 5 años	30.00 %
6 a 7 años	3.33 %
8 a 10 años	13.33 %
11 a 20 años	26.67 %
21 años o +	10.00 %

**Tabla 1. Edad de compañías productoras de cine en México.**  
**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

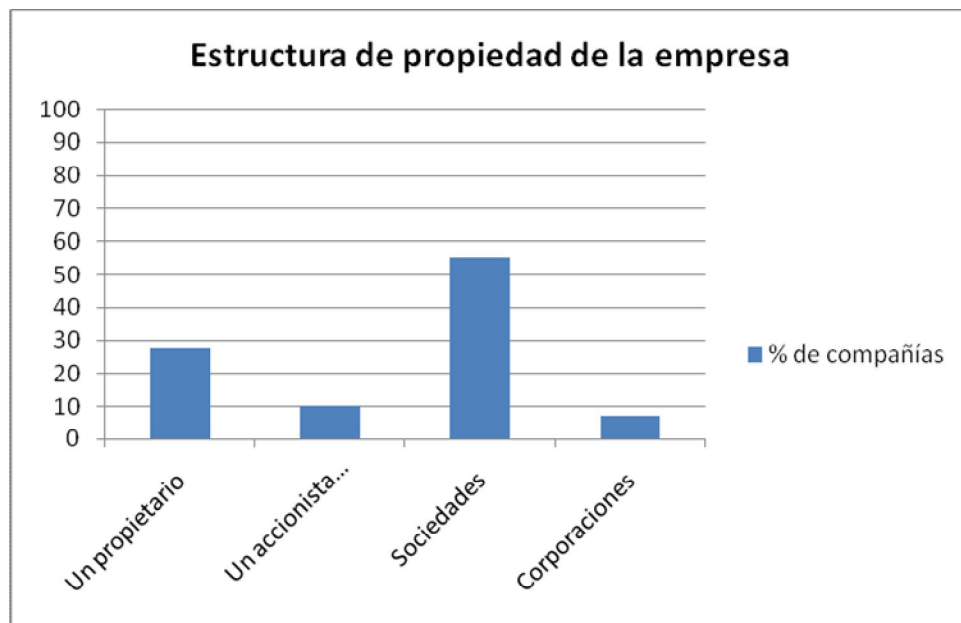
Como se muestra en la tabla, la mayor parte de las empresas, es decir, el 30 % tiene una antigüedad de 3 a 5 años, mientras que el 26 % tiene una edad que va de los 11 a los 20 años. Tan sólo el 10 % de las productoras tiene una longevidad mayor a los 21 años.

Entre otras cosas, lo que estos datos sugieren es la explosión de nacimiento de compañías entre los años 2002 y 2004, y otro periodo importante, pero relativo, de emergencia de empresas productoras entre los años 1987 y 1996. Si revisamos qué ocurría en el panorama cinematográfico en esos periodos nos encontramos con un factor en común, ambas etapas coinciden con la realización de películas mexicanas reconocidas y premiadas internacionalmente o con buena recaudación en taquilla y aceptación por parte de las audiencias nacionales.<sup>382</sup>

<sup>382</sup> A principios de los años noventa se da la llamada segunda ola de “nuevo cine mexicano” con la realización de películas taquilleras como “Como agua para chocolate” 1992, o películas exitosas que encontraron nichos de arte como “Danzón” 1991, “Cronos” 1993, “Cabeza de vaca” 1991, “Sólo con tu pareja” 1991, “Ángel de fuego” 1992, “Miroslava” 1993, y “Lolo” 1993. El periodo 2002-2004 es precedido y caracterizado por el estreno de películas mexicanas taquilleras: “Sexo, pudor y lágrimas” 1999, “Amores perros” 2000, “La segunda noche” 2000, “Todo el poder” 2000, “Y tu mamá también” 2001, “El segundo aire” 2001, “El crimen del padre Amaro” 2002, “Amar te duele” 2002, “El tigre de Santa Julia” 2002 y “Ladie’s night” 2003.

Las casas productoras en la Ciudad de México ya sean grandes, semi-independientes o independientes suelen ser flexibles y capaces de moverse con rapidez como lo indican su constitución legal, su abanico de actividades realizadas, su posesión de capital fijo y sus relaciones inter e intrasectoriales, características que revisaremos a continuación.

En términos de la estructura de propiedad, el 55.17 % de las compañías están constituidas como sociedades, el 27.59 % tienen un propietario, el 10.34 % tienen un accionista mayoritario, y tan sólo el 6.9% son o pertenecen a una corporación.



**Gráfica 1. Estructura de propiedad de la empresa.**  
**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

Si bien las firmas encuestadas tienen como actividad principal la producción fílmica, ésta no es exclusiva; el estudio indica que todas las productoras de la muestra están diversificadas en otras actividades de producción audiovisual, como muestra la Gráfica 3.



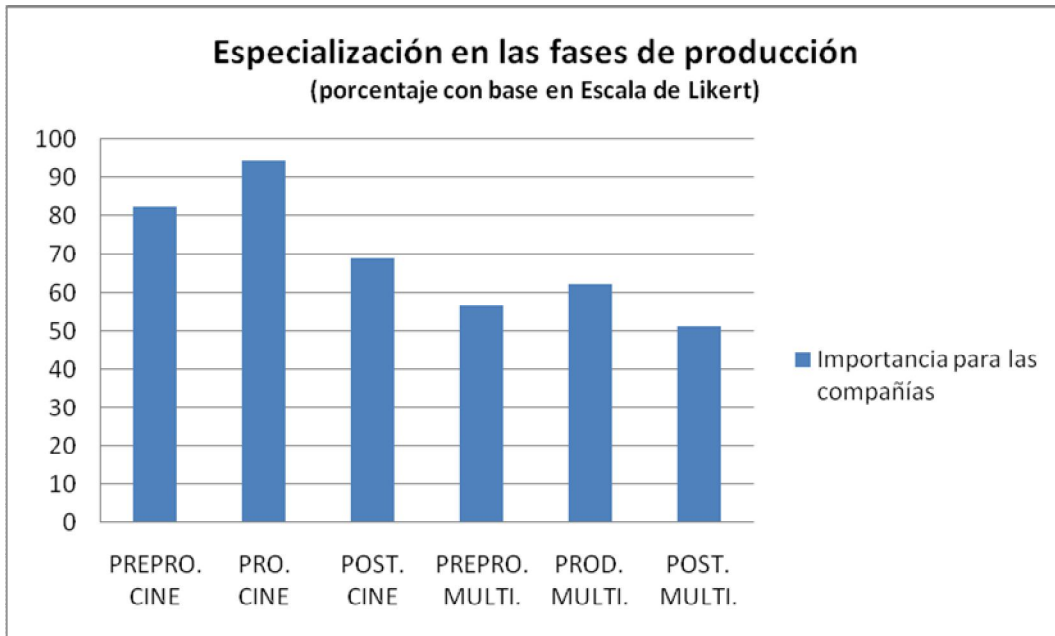
**Gráfica 2. Jerarquía de actividades realizadas por las compañías.**  
**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

Por otro lado, la rama de producción audiovisual suele dividirse en tres etapas de desarrollo que en la producción cinematográfica consisten particularmente en la preproducción, la producción y la postproducción.<sup>383</sup>

Como muestra la Gráfica 4, las productoras mexicanas están ligeramente más especializadas en la fase de producción, en segundo lugar se especializan en la preproducción y en menor medida en la fase de postproducción. A pesar de que las compañías parecen especializarse más en la producción, los altos porcentajes en la realización de pre y postproducción sugieren que hay un nivel de generalización más que de especialización entre las firmas.<sup>384</sup> El 31 % de las firmas productoras contratan servicios externos de postproducción, siendo esta una de las fases con mayor independencia relativa.

<sup>383</sup> (a) La preproducción, que implica la elaboración de la idea inicial, la preparación del escenario, la búsqueda de financiamiento, el diseño del set, el casting, etcétera; (b) la producción propiamente dicha (la filmación) es un periodo intenso en el que un gran número de trabajadores se movilizan dirigiendo, actuando, operando cámaras junto con numerosas funciones aliadas desde la construcción del set hasta la iluminación y el maquillaje; y (c) la postproducción, es decir, el procesamiento fotográfico, la edición del filme, la edición de sonido, etcétera." Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p.41.

<sup>384</sup> Hay una división técnica del trabajo pero no una alta división social del trabajo.



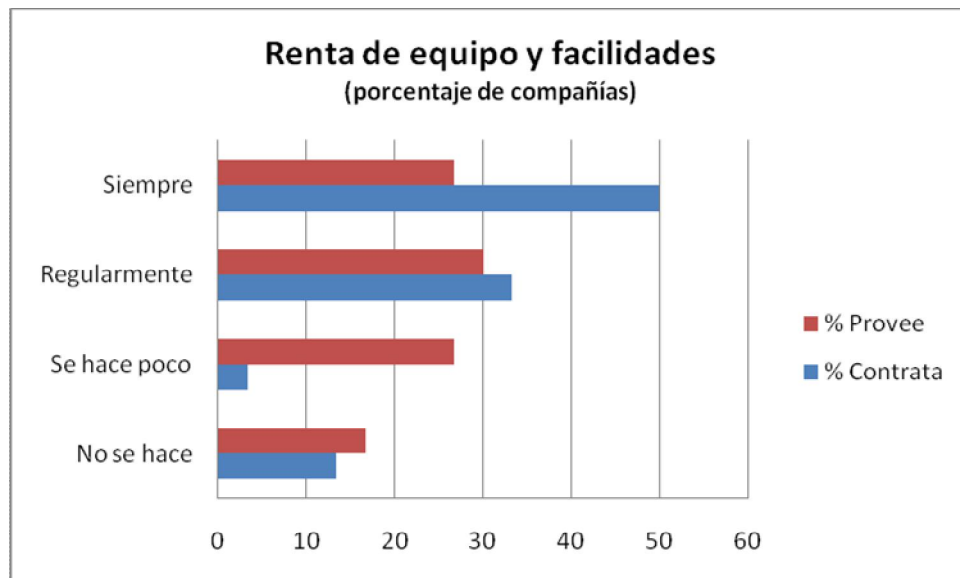
**Gráfica 3. Especialización en fases de la producción.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta.**

A partir de lo dicho anteriormente, podemos deducir que las empresas suelen tener gran control sobre el proceso de producción desde la idea y planeación del proyecto hasta la fijación del producto audiovisual sobre el primer soporte material (máster). Pueden plantearse algunas hipótesis para explicar el alto grado de generalización en la realización de las fases de producción: 1) los proyectos se originan dentro de la propia productora y hay un interés especial y comprometido en desarrollarlos “personalmente;” 2) las productoras encuentran más ventajas (simplificación de procesos, disminución de los costos) en realizar las actividades al interior de la firma; 3) las nuevas tecnologías permiten hacer las actividades en casa de manera más barata que subcontratarlas externamente en el mercado; 4) entre más servicios ofrezcan las productoras mejor compiten para obtener clientes externos. Y para explicar el 31 % de contratación de servicios externos de postproducción puede sugerirse que algunos proyectos requieren un alto grado de especialización (requieren un trabajo específico que sólo una empresa de fuera puede proporcionar) o bien, carecen del equipo necesario para postproducir, que suele ser caro (a pesar de las nuevas tecnologías).

El hecho es que tanto en Canadá como en México la sub-rama de postproducción ha ido diferenciándose, especializándose, creciendo como proveedora de servicios, aún más a raíz de la digitalización y por lo tanto, presenta un carácter potencial de futuro desarrollo. Es en Hollywood, donde el grado de especialización e independencia de la sub-rama es más perceptible pues la post-producción requiere tecnología de punta y los grandes presupuestos de las grandes compañías empujan hacia adelante la frontera tecnológica. (Chaminade y Vang, "Cultural Clusters, global-local linkages and spillovers, theoretical and empirical insights from an explanatory study of Toronto's Film Cluster," *Industry and Innovation*, 14 (4), 401-420, septiembre, 2007).

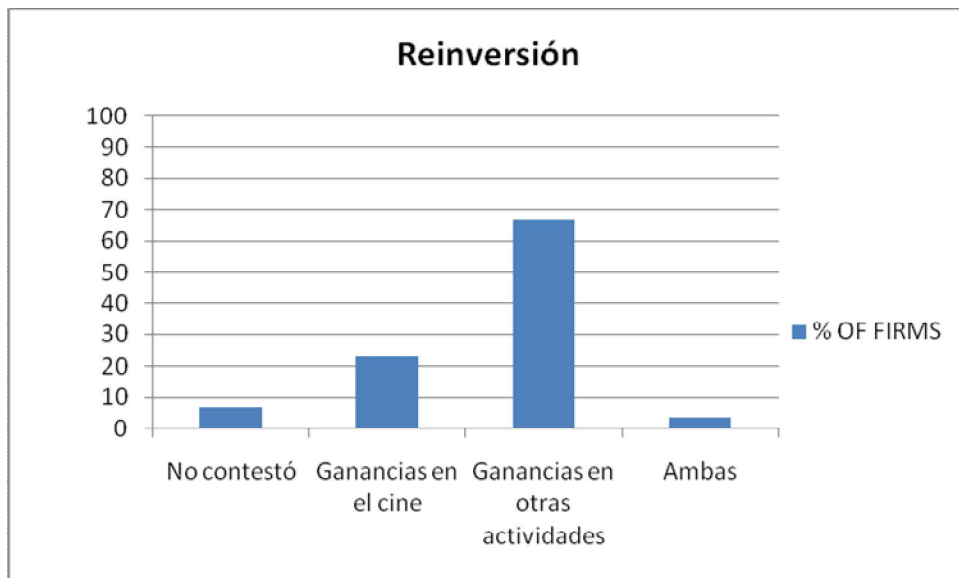
Por otro lado, la mitad de los encuestados en la Ciudad de México suele contratar *siempre* equipo cinematográfico y facilidades externas para llevar a cabo la producción y otro 33.33 % renta ese servicio *regularmente*. Lo anterior significa que: 1) Esas compañías no poseen mucho capital fijo; 2) que dependen de otras compañías a través de contratos formales estables o transacciones de mercado; 3) que algunas firmas necesitan equipo y facilidades especializadas de manera desintegrada (subcontratada). En cualquiera de esos casos se muestra un grado significativo de flexibilidad (ya sea por la carencia de capital o por el nivel elevado de división del trabajo). Por otro lado, el 26.67 % de las empresas proveen siempre equipo en renta a otras compañías y el 30 % lo hacen de manera regular. Esto puede interpretarse como la búsqueda de una fuente alternativa de ingresos.



**Gráfica 4. Renta de equipo y facilidades.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

Tanto la diversificación en actividades audiovisuales distintas a la cinematográfica como la generalización en la realización de las fases de producción, la carencia de capital fijo y el recurso a la renta del poco que se tiene como una fuente alternativa de ingresos para las empresas, están relacionados con el problema estructural de descapitalización del sector productivo cinematográfico, el alto riesgo para las inversiones y la consecuente inconstancia de los proyectos, problemáticas que abordamos en el capítulo anterior. *Es decir, tanto la diversificación como la generalización y la provisión de equipo en renta, confieren un grado de movilidad entre las distintas opciones para compensar las deseconomías de la producción cinematográfica.* Sólo el 23.33 % de las empresas encuestadas es capaz de sobrevivir e invertir con las ganancias derivadas de la actividad cinematográfica. El 66.67 % de las firmas necesitan los ingresos provenientes de otras actividades diferentes a la cinematográfica para poder reinvertir y sobrevivir. El 3.3 % de las unidades de producción se sostienen con los rendimientos de ambas actividades.



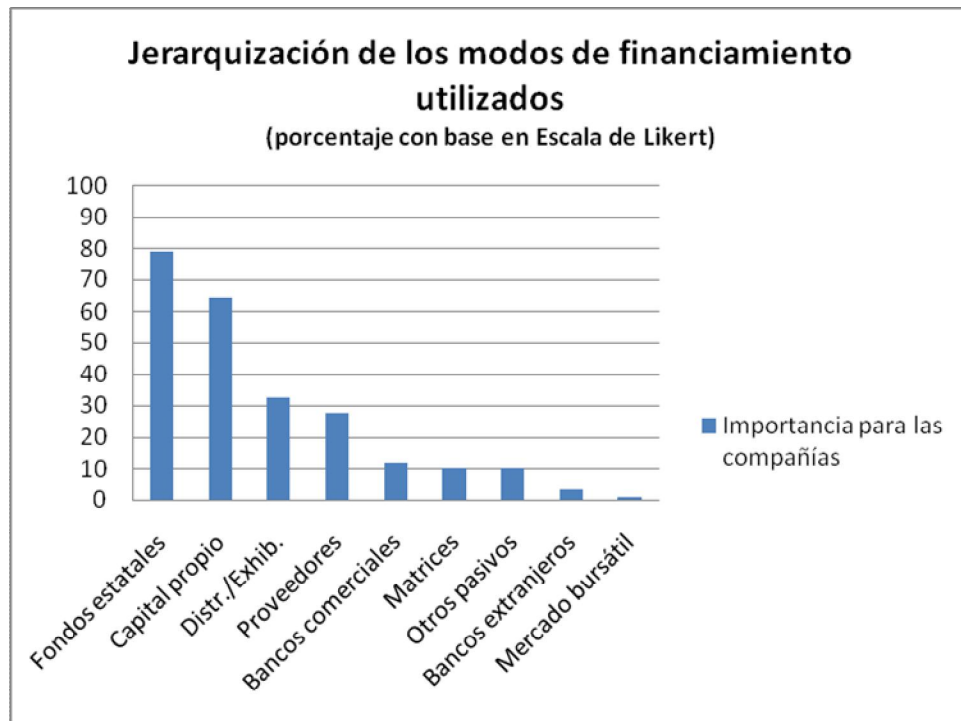
**Gráfica 5. Reinversión.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

En una perspectiva general las pequeñas y medianas empresas mexicanas dentro del marco del TLCAN están desvinculadas del motor de crecimiento que ha generado la liberalización, que está constituido por las exportaciones e importaciones y que ha favorecido a las actividades financieras. Las *pymes*, por el contrario, suelen orientarse al mercado interno, en el cuál el crecimiento económico ha sido débil y la demanda limitada. Las estrategias gubernamentales macroeconómicas mantuvieron, hasta el 2008, la sobrevaluación del tipo de cambio, esta situación incentivó las



importaciones, mismas que compiten con las *pymes* por el mercado interno. Las *pymes* han perdido en términos de empleo y tienen el grave problema de falta de acceso al financiamiento por sus altos costos y las altas tasas de interés. Este contexto nos ayudará a entender el marco general en el que se desenvuelven las *pymes* productoras cinematográficas a efectos del TLCAN y de las políticas neoliberales.<sup>385</sup> La crisis crediticia para las empresas de cine en México puede observarse claramente en la Gráfica 7 que muestra una tasa muy baja de productoras que recurren a préstamos de bancos comerciales.



**Gráfica 6. Jerarquía de los modos de financiamiento utilizados por productores.**  
Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta

En términos de los principales recursos de financiamiento utilizados por las firmas se encontró en los encuestados que las empresas son financiadas principalmente por los fondos estatales que obtuvieron una calificación del 79.17 %. El segundo lugar, con la calificación de 64.7% lo ocupa el financiamiento con el capital propio de la empresa. La tercera forma más importante de hacerse de recursos son los adelantos recibidos mediante los contratos con Distribuidoras y Exhibidoras, 32.50 %. En ocasiones los proveedores de equipo, facilidades y servicios conceden créditos a las productoras siendo esta la cuarta forma de financiamiento más importante con una calificación de 27.50 %. La banca local tiene la función de vincular al sector financiero con el empresarial, sin

<sup>385</sup> Dussel, "Pequeña y mediana empresa en México: condiciones, relevancia en la economía y retos de política". *Economía/UNAM*, Núm. 2, mayo-agosto, 2004.

embargo, los bancos comerciales representan la quinta fuente de financiamiento con el 11.67 %. En el 10% de los casos el capital requerido es proveído respectivamente por las casas matrices u otros pasivos como patrocinios o capital privado de personas físicas. Los créditos de los bancos extranjeros ocupan el octavo lugar de importancia (3.33 %) en la inversión de las compañías productoras. Finalmente, el último recurso empleado es el capital adquirido en el mercado bursátil (0.83%).

Los resultados anteriores confirman las conclusiones de las fuentes de segunda mano consultadas que apuntan hacia *la dependencia en los apoyos estatales y la carencia de una infraestructura industrial productiva autofinanciable y autosustentable.*

¿Cómo es el financiamiento fílmico en los otros países de América del Norte? En el distrito industrial de producción cinematográfica de Toronto, el 58 % de la producción fílmica es financiada por producciones extranjeras y el 42 % son producciones domésticas que a su vez dependen de un 49 % a un 64 % de los fondos públicos. (Chaminade y Vang, "Cultural Clusters...", *Op. cit.*). En Vancouver las empresas productoras dependen también del financiamiento de las empresas estadounidenses, de las cadenas de televisión y los recursos estatales. Sólo Quebec logra financiar de manera autónoma el 90 % de su producción. (Coe, Neil. "A Hybrid Agglomeration? The Development of a Satellite Marshallian Industrial District in Vancouver's Film Industry." *Urban Studies*, 38 (10), 1753-1775.)

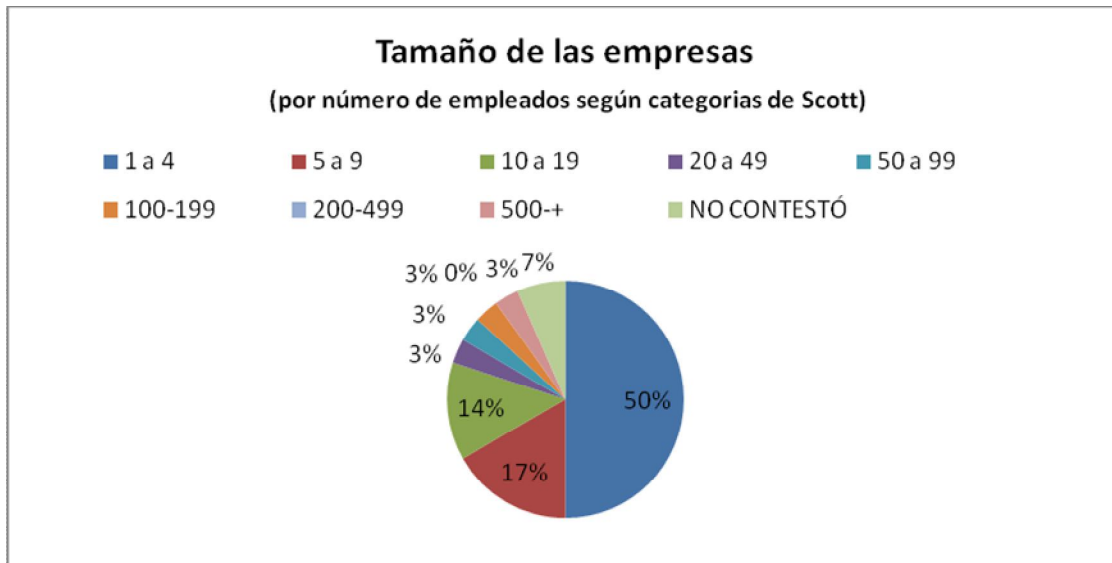
En Estados Unidos "las estructuras de financiamiento dependen en gran medida de los derechos de distribución que están en juego, y las más utilizadas comúnmente son: películas distribuidas por un estudio, películas distribuidas por dos o más estudios, películas distribuidas por un estudio en Estados Unidos y por un tercero internacionalmente." (Houlihan Lockey, Howard & Zukin, "Estructuras de financiamiento fílmico. El caso de Estados Unidos", *Estudios Cinematográficos*, 26, enero-marzo, 2005). En otras palabras, el financiamiento depende del organismo bancario de los estudios, del capital de la compañía madre y de un tercer socio bancario (incluyendo activos en la bolsa de valores). Cuando las productoras independientes estadounidenses no tienen capital propio recurren: a la afiliación con estudios o tratados de distribución; a especialistas financieros que consiguen clientes de capital de alto riesgo que desean invertir en varias películas a la vez para colateralizar de manera cruzada los riesgos; a fondos internacionales de coproducción; a preventas de licencias de distribución en el extranjero en los festivales de cine (mercado internacional de películas); a becas de agencias gubernamentales federales y estatales, fundaciones privadas, grupos de intereses especiales, becas académicas y organizaciones de medios: "Hay cientos de organizaciones en los Estados Unidos ofreciendo becas financieras y otros tipos de apoyo a la producción cinematográfica."\* Hay directorios y revistas dedicadas a monitorear estos programas cambiantes de financiamiento; a exhibidoras, compañías de televisión por cable y a brazos corporativos dedicados al video; al capital personal y a inversionistas privados; a incentivos fiscales gubernamentales.

(\* Goodell, Gregory, *Independent Feature Film Production: A Complete Guide from Concept to Distribution*, New York, St. Martin's Griffin, 1998. p. 31).

### 3.1.3 Estructura de la rama de producción cinematográfica en la Ciudad de México

Dentro de la rama de producción cinematográfica en la Ciudad de México la mayoría de las empresas pertenecen a la categoría de micro y pequeñas empresas de carácter independiente o semi-independiente y coexisten con un puñado de grandes empresas mexicanas que se considerarían pequeñas y medianas si se compararan con las grandes corporaciones o *majors* hollywoodenses.

La Gráfica 8 ilustra el porcentaje de empresas según su tamaño por su número de empleados.



**Gráfica 7. Tamaño de las empresas.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta.**

Utilizando las distribuciones de frecuencia de la Secretaría de Economía<sup>386</sup> el porcentaje por categorías de tamaño de las empresas productoras de cine quedaría de la siguiente manera. El 76.67 % de los encuestados pertenecerían a la categoría de microempresas, el 3.33 % a la de pequeñas empresas, otro 3.33 % a la de medianas empresas y un 6.67 % a la de grandes empresas.

<sup>386</sup> Clasificación del tamaño de las empresas de servicios por el número de empleados según la Secretaría de Economía publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre del 2002.

De acuerdo a las estadísticas oficiales canadienses, la mayoría de sus compañías productoras son microempresas (de 1 a 4 empleados) o pequeñas y medianas empresas (de 5 a 19 empleados). (Chaminade, "Cultural clusters...", *Op. cit.*).

Sin embargo, en el caso de las grandes productoras tanto mexicanas como canadienses, no puede establecerse como único factor cuantificable el número de empleados, ya que algunas de ellas tienen menos de 20 empleados permanentes pero son grandes empresas por su capacidad autofinanciada, su prestigio, su posición en el mercado o su exitoso desempeño económico. De hecho, el reducido número de trabajadores permanentes en las casas productoras es común en los tres países: las productoras en el DF tienen un promedio de 10 trabajadores permanentes y sus homólogas estadounidenses en el área de Los Ángeles County tienen un promedio de 14.4 trabajadores. (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*).

Otro común denominador de la producción filmica en América del Norte es que se lleva a cabo en la forma de "one off projects", es decir, de un modelo por proyectos. (Christopherson y Storper, "Flexible specialization...", *Op. cit.* Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, Chaminade, "Cultural clusters...", *Op. cit.*). Esto significa que incluso las productoras de dos empleados permanentes pueden llegar a desplegar más de cien empleados temporales para la realización de un proyecto.

### 3.1.4 Las grandes empresas productoras

Según nuestros datos, de las aproximadamente 124 empresas productoras mexicanas, 6 de ellas son grandes compañías, es decir, el 5 % del total.<sup>387</sup> Como menciona Víctor Ugalde "se ha perdido la época de las grandes y constantes compañías productoras."<sup>388</sup> Quedó reducida a cascarón aquella burguesía cinematográfica cuyas empresas pertenecían a la Asociación Mexicana de Productores y Distribuidores de la República Mexicana, herederas de la Época del Cine de Oro que habían evolucionado hacia la producción de un cine de bajo presupuesto y mala calidad; empresas protegidas por el Estado hasta que el gobierno les retiró el apoyo por el desvío que hacían, algunas de ellas, hacia negocios paralelos. Todavía en la década de los ochenta algunas de estas grandes productoras realizaban 3 o 4 cintas al año. La empresa nacional más grande fue Videocine, de la televisora Televisa, que producía en la década de los ochenta hasta 34 cintas anuales.

<sup>387</sup> Altavista Films, Alameda Films, Argos Comunicación, Televisa Cine, Anheló Producciones, Lemon Films. De menor tamaño financiero pero no de menor importancia creativa son las empresas medianas Titán Films y Bandidos Films.

<sup>388</sup> Ugalde, "Panorama de la producción cinematográfica nacional", en *Estudios Cinematográficos*, núm 26, enero-marzo, 2006. 50-59. p. 51

En esta primera década del siglo XXI son pocas las grandes compañías productoras en el país. Entre ellas se encuentra la firma de edad mediana (con más de 10 años) Altavista Films; las subsidiarias del poderoso duopolio televisivo como Coyoacán Films de Televisa o Argos aliada durante varios años a TV Azteca (y posteriormente a Telemundo, la cadena de televisión en habla hispana estadounidense); destaca también la veterana productora cinematográfica Telecine, hoy llamada Televisa Cine, filial del Grupo Televisa; la productora longeva Alameda Films<sup>389</sup> asociada con Trans Globe Films y Discovery Channel; finalmente, están las productoras de reciente creación como Lemon Films<sup>390</sup> y Producciones Anheló, Propiedad del Grupo Omnilife.<sup>391</sup>

Estas grandes compañías nacionales son de las pocas productoras que han logrado recuperar inversiones y recaudar ganancias con la producción de largometrajes. Tienen también acceso a los fondos estatales<sup>392</sup> y algunas de ellas tienen el respaldo financiero de una casa matriz o se asocian entre ellas o con *pymes* para disminuir sus riesgos. Algunas forman parte de empresas de integración horizontal con propias divisiones destinadas a la distribución de películas como Televisa Cine (productora) y Videocine (distribuidora) de Televisa, empresa que también tiene garantizada la programación en televisión abierta, por cable y satelital. Nuvisión es la distribuidora de la misma empresa propietaria de Altavista Films, Corporación Interamericana de Entretenimiento, S.A de C.V. (CIE), compañía transnacional líder en el mercado de entretenimiento en América Latina.<sup>393</sup> Argos aliada en principio a TV Azteca y posteriormente a Telemundo tiene también el apoyo televisivo. Otras como Alameda y Lemon Films han desarrollado su propio brazo de distribución de películas y se asocian con grandes distribuidoras.

A pesar de sus ventajas, esas “grandes” empresas nacionales generaban tan sólo el 8% de la producción anual de películas en el 2004;<sup>394</sup> la cifra no es similar en el caso de Estados Unidos

<sup>389</sup> Fundada en 1948 por Alfredo Ripstein y cuenta con más de 120 películas realizadas. Produjo “El Callejón de los Milagros” y “El crimen del padre Amaro.”

<sup>390</sup> Fundada en 2003 hace su primer largometraje “Matando Cabos” 2004 distribuida por Videocine que recaudó 63 millones de pesos en taquilla; siguió “Kilómetro 31” junto con la española Filmax con 3 millones 400 mil espectadores, “Sultanes del Sur” coproducida con Warner Bros. Tiene divisiones dedicadas a la televisión y medios.

<sup>391</sup> Empresa productora con base en Jalisco, perteneciente a Grupo Omnilife, propiedad de Jorge Vergara Madrigal. El corporativo integra a empresas dedicadas a la venta de suplementos alimenticios, asesoría financiera, renta de aviones, industria editorial, industria de la construcción, investigación biotecnológica, producción discográfica y cinematográfica a través de Anheló (Inició buscando directores para sus películas corporativas). Ha producido “Y tu mamá también” de Alfonso Cuarón, “El espinazo del diablo” junto con Tequila Gang, “Temporada de Patos” y “El Deseo” de Pedro Almodóvar. Ha garantizado la libertad creativa a sus directores. El empresario posee tres equipos de fútbol profesional: Chivas del club Guadalajara de México, Deportivo Saprissa de Costa Rica y Chicas USA.

<sup>392</sup> Las únicas que no han recurrido a ellos son Anheló y Lemon Films.

<sup>393</sup> Realiza producciones teatrales, parques de diversiones, captación de apuestas deportivas, sorteos, ferias comerciales, exposiciones, eventos deportivos y eventos en vivo. Grupo CIE tiene una participación del 67 % en el mercado local de Ticketmaster y el 100% de éste en América Latina. Agrupa a las empresas Ocesa, Grupo Lobo, Grupo Mágico, Wandoo City, Altavista Films y Administradora mexicana del hipódromo. Está aliada con Sinca Inbursa, para las actividades de distribución de películas, empresa de Carlos Slim y parte del Grupo Carso.

<sup>394</sup> Incluso Televisa, la cadena televisora más poderosa de México, ha disminuido al mínimo su producción de cine para concentrarse en la actividad menos riesgosa de distribución de películas a través de Videocine - para lo cual se ha aliado con Warner Bros.- lo anterior le

donde las *majors* producían, hacia el año 2000, el 39.3 % del número total de películas. En ambos países la producción de las grandes es menor que la de las productoras independientes en su conjunto.

En este momento cabe preguntarnos ¿Qué similitudes y diferencias hay entre las grandes compañías mexicanas, estadounidenses y canadienses? A pesar de todas sus ventajas, las grandes productoras mexicanas están por debajo de sus similares canadienses que están a su vez muy por debajo de sus similares estadounidenses, las seis *majors* localizadas en Los Ángeles: AOL Time Warner, Walt Disney Company (Buena Vista Tri star), Viacom (Paramount), News Corp (Twentieth Century Fox), NBC (Universal), Sony Corp (Columbia Pictures).

En Vancouver, BC hay por ejemplo, tres compañías líderes Pacific Motion Pictures, Crescent Entertainment y New City Productions que se han beneficiado al ser subcontratadas por empresas estadounidenses y utilizan esos contactos con socios, redes y distribuidoras para llevar a cabo producción propia. (Coe, "A hybrid agglomeration?...", *Op. cit.*). En Toronto, tienen base otras 6 compañías bien financiadas y diversificadas: Malofilm Communications, Cinar, Nelvana, Alliance Communications, Atlantis Communications y Astral. (Magder, "Film and Video Production...", *Op. cit.* p. 159). Alliance Communications produce programación televisiva y cine además de distribuirlo a través de Alliance Releasing y ser accionista mayoritaria de una compañía de cable y a su vez, la cadena de exhibición Cineplex Odeon es propietaria del 8 % de las acciones de Alliance. La otra grande es Atlantis Communications que está más dedicada a la producción y venta de programación de TV en Estados Unidos que al cine y está aliada estratégicamente con Interpublic Group of Companies de la industria publicitaria y con Freemantle Corporation, productora de programas de juegos, ambas empresas de nivel internacional. Finalmente, está Nelvana Ltd. que es una productora líder en animación subcontratada por Paramount Pictures y dependiente en un 92 % de ventas provenientes fuera de Canadá. (Chaminade, "Cultural clusters...", *Op. cit.*).

Las grandes productoras en los tres países comparten un liderazgo a nivel nacional por la escala de sus presupuestos y de la comercialización final de sus productos. Las *majors* estadounidenses son grandes empresas transnacionales también por el número de empleados que tienen, porque forman parte de conglomerados mediáticos y porque controlan las tres fases de la cadena de valor: producción, distribución y (en aumento paulatino) la exhibición. No es así en el caso de las grandes empresas mexicanas y canadienses que pueden ser pequeñas en tamaño medido por su número de empleados, pero a pesar de que no controlan completamente la distribución nacional han logrado posicionarse con propias distribuidoras a través de vínculos con grandes empresas o distribuidoras transnacionales. En el caso canadiense las llamadas "core companies" son grandes compañías porque deben gran parte de su éxito al aumento de demanda de programación televisiva estadounidense y canadiense y por asociarse con las *majors* hollywoodenses. (Magder, *Op. cit.*).

Pese a las ventajas económicas de estas grandes empresas productoras es paradójico encontrar que tienen un porcentaje de producción anual muy pequeño comparado con la producción nacional total en cada uno de sus países de origen.

En cuanto a los contenidos, las *majors* estadounidenses están enfocadas en la producción de películas generalizadas que puedan atraer el mayor número de espectadores posibles mediante *blockbusters* (Ver capítulo 2.). Las grandes productoras canadienses han sido capaces de explotar los mercados internacionales por sus vínculos con Hollywood pero no la diversidad de la vida diaria canadiense. (Magder, *Op. cit.*). Las películas de algunas de las grandes productoras mexicanas han explorado temáticas locales que logran diferenciarse de los productos hollywoodenses y ocupar un lugar especial en el cine de arte internacional. Sin embargo, recientemente como estrategias de mercado y debido al incremento de los vínculos financieros en la fase de producción con Hollywood se han experimentado fórmulas de géneros y temáticas similares a las hollywoodenses o a las de producción televisiva de telenovelas.

### 3.1.5 Las empresas productoras independientes

El 95% de las empresas productoras en México, según propios cálculos, son compañías independientes. Suelen ser micro y pequeñas empresas con un promedio de 6 empleados permanentes.<sup>395</sup> Las empresas independientes son aquellas cuya esfera de operación rara vez o nunca se cruza con la de las grandes empresas. Éste estatus particular significa que las decisiones de llevar a cabo transacciones, estrategias y objetivos son tomadas por la empresa misma.<sup>396</sup> Las firmas independientes no pierden independencia cuando se asocian para coproducir con otras. Sin embargo, muchas compañías que inician siendo independientes llegan a aliarse estratégicamente con otras empresas o a ser subcontratadas por otras firmas, en tales casos su estatus sería de semi-independencia. En otras ocasiones empresas que fueron alguna vez independientes son compradas total o parcialmente por otra productora convirtiéndose en subsidiarias.<sup>397</sup>

Desde el 2003 a la fecha, se observa un aumento del prestigio de productoras mexicanas independientes en posición de despegue aunque su situación económica es inestable; la buena calidad ha hecho que el público responda bien a sus productos.<sup>398</sup> Las películas de estas empresas han sido taquilleras a pesar de tener que competir contra las superproducciones estadounidenses y a pesar de que la distribución de los ingresos es desventajosa para el productor.<sup>399</sup>

Como observa Allen Scott, en las pequeñas independientes un productor de películas suele ser también el presidente o director general de las compañías productoras, mientras que en el caso de subsidiarias el productor es un empleado más contratado. En el estudio en la Ciudad de México

<sup>395</sup> Con base en los resultados de la encuesta.

<sup>396</sup> En realidad no solo las *pymes* pueden ser independientes, las grandes compañías son independientes, sin embargo, con fines metodológicos no las llamaremos independientes.

<sup>397</sup> Algunas empresas son originadas desde un principio como subsidiarias o filiales por parte de una gran empresa. Es el caso de Coyoacán Films subsidiaria de Televisa.

<sup>398</sup> Gómez García, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 284.

<sup>399</sup> *Ibid.*, p. 282.

el alto porcentaje de productores que son Presidentes o Directores Generales de las compañías (63.33 %), sugiere que la estructura gerencial es simple, que la firma es pequeña en tamaño y tiene objetivos estrechos. Esto contrasta con la compleja estructura de las corporaciones transnacionales hollywoodenses y la mexicana Televisa donde la producción fílmica es sólo una actividad más del espectro variado de negocios de igual o mayor importancia que la realización cinematográfica. En estos casos existen diferentes departamentos, como divisiones de mercadotecnia, distribución y filiales internacionales e intereses diversificados en otros sectores como electrónicos, música, TV, etc., dada su integración horizontal.

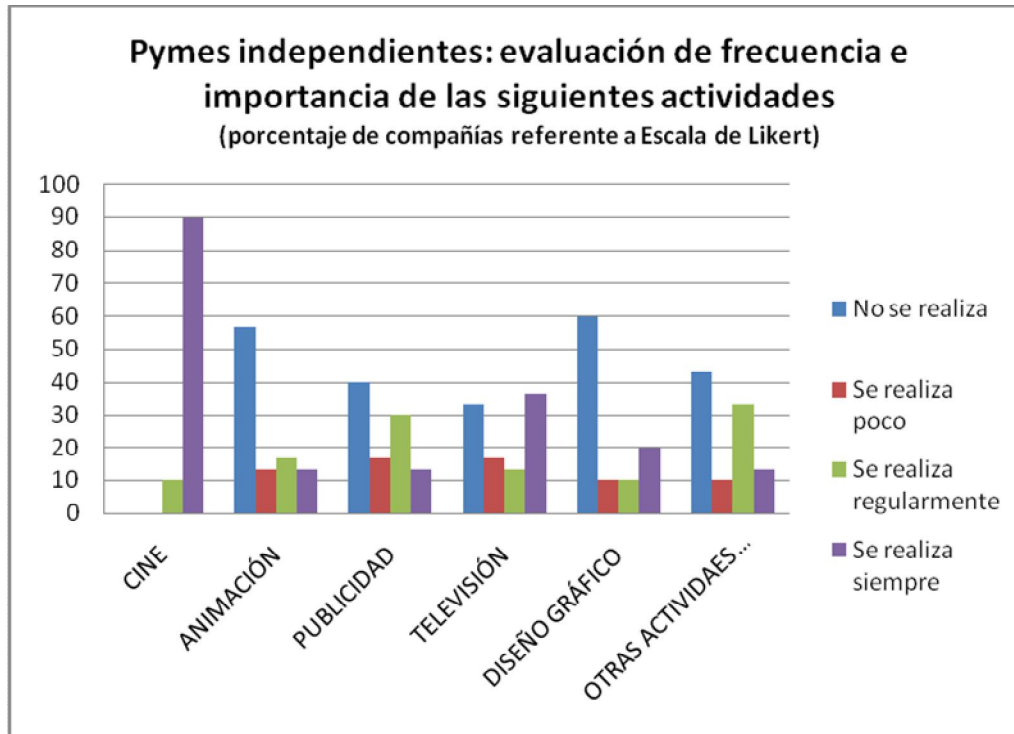
El segmento independiente de productoras en México, en Canadá y en EU es importante y floreciente. Por supuesto, las comparaciones deben ser relativas, ya que mientras que en la Ciudad de México las unidades de producción independiente suman un poco más de una centena y en Canadá más de 7 centenas, en el área de Los Ángeles County son más de tres millares (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 46). En el complejo productivo mexicano las independientes realizaban la altísima cantidad de 92.1 % de la producción nacional para el año 2004. Las independientes estadounidenses por su parte realizaban, en el año 2000, el 58.6% de las películas totales realizadas en ese país.

El distrito industrial de Vancouver consta de 67 pequeñas compañías productoras conformando redes con economías externas; sin embargo, puede ponerse en tela de juicio su carácter independiente pues las fuentes de financiamiento no suelen ser locales, el *cluster* depende en un 80 % del capital estadounidense. (Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.*).

Pocas películas de la producción independiente mexicana apelan a contenidos para mercados globales, a pesar de que muchas de ellas han llegado a tener éxito en festivales internacionales y como consecuencia han tenido una buena taquilla a ese nivel. A diferencia de la orientación local de las independientes en México, en Estados Unidos las independientes están enfocadas a mercados domésticos e internacionales. Como sus similares en Canadá y en Estados Unidos, las independientes mexicanas hacen películas para presentarse en formatos diversos: exhibición en salas, televisión o video; y sirven a una variedad de nichos de mercado con películas de géneros, cine de arte, documentales, comerciales para televisión, películas en video, etc. (*Ibid.* p. 46).

Como mencionamos anteriormente, las productoras mexicanas están diversificadas en actividades audiovisuales que les permiten aprovechar sinergias entre dichas actividades y tener fuentes alternativas de ingresos.





**Gráfica 8. Pymes independientes: evaluación de frecuencia e importancia de las siguientes actividades. Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta.**

*Es común que tanto las productoras independientes como las grandes, constituyan una empresa tan sólo para la realización de una película.* Los entrevistados coinciden en el carácter engorroso de mantener una misma denominación o razón social para la realización de distintos proyectos cinematográficos dados los trámites fiscales con Hacienda. Incluso, una misma compañía puede usar distintas denominaciones o razones sociales para distintos proyectos y así facilitar el ejercicio de sus obligaciones contables y fiscales (generación de impuestos). Dados los estímulos fiscales (devolución de impuestos) y debido a que las empresas sin ingresos no pagan impuestos (de todo lo que gastaron), cuando una denominación o razón social tiene una historia de varios proyectos, las revisiones de Hacienda se vuelven más confusas, haciendo preferible crear otra razón social distinta, la antigua puede dejarse sin ejercer, destinarse a proyectos más pequeños o seguirse utilizando como marca de reconocimiento.

En Estados Unidos las “compañías productoras independientes se establecen frecuentemente para producir un solo proyecto filmico y se disuelven.” (Christopherson y Storper, “Flexible specialization..., *Op. cit.*) LO mismo ocurre en el caso de Canadá donde “las compañías de cine y video regularmente se establecen para producir un solo proyecto y luego se disuelven; están diseñadas como sociedades limitadas y reflejan los complejos arreglos financieros usados por productores.” (Magder, “Film and Video Production..., *Op. cit.*).

### 3.1.6 Patrones de organización industrial: ¿La especialización flexible o la descapitalización flexible?

La organización industrial en Hollywood ha sido estudiada desde los años ochenta por Storper y Christopherson y más recientemente por Scott. Sus estudios empíricos observan que desde esa década la producción independiente de películas mostró un crecimiento intenso gracias a los mercados auxiliares en televisión y video. Éstos investigadores coinciden en la formación de un sistema bipartito (*majors* e *indies*) y posteriormente tripartito de organización y transacción entre las empresas (*majors*, subsidiarias e *indies* aliadas a *majors* o independientes completamente).

Entre las *majors* y las *indies* hollywoodenses suelen tenderse puentes de colaboración en proyectos que incluyen desde producciones nicho hasta superproducciones. Las alianzas de colaboración tienen distintos protocolos pero implican en “la mayoría de los casos un control significativo de las *majors* sobre decisiones definitivas en producción y edición.” (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.* p. 44). Los procedimientos típicos de las *majors*, dice Allen Scott, tienen que ver con tratados de financiamiento, producción y distribución, pactos de coproducción, *joint ventures*, acuerdos de repartición de los derechos y contratos de “first look” o visto bueno, o la compra de películas terminadas para su distribución y mercadeo. Las independientes suelen armar paquetes de guiones, actores, directores y presentarlos a los estudios con esperanzas de asegurar arreglos de producción o distribución, aunque pocos tienen éxito. (*Ibid.*) El estatus independiente ha sido el origen de muchas subsidiarias estadounidenses que han incrementado su producción en los últimos años.

A pesar de que las *majors* continúan dominando por entero a la industria, y mantienen un grado significativo de capacidad de producción en casa, también dependen más y más en las pequeñas subsidiarias o compañías de producción independientes para esparcir sus riesgos, diversificar sus ofertas de mercado y explorar oportunidades de mercados emergentes. (*Ibid.*, p. 45).

La mayoría de las independientes estadounidenses (72 % en el 2000-01) operan de manera separada de las esferas de comercialización y creatividad de las *majors*, pero es evidente, comenta Scott, “la simbiosis entre las dos en el sentido en el que cada una genera externalidades que son de valor para la otra, incluyendo flujos importantes de nuevo talento desde la parte baja hasta la alta del sistema.” (*Ibid.*, p. 47).

En Vancouver y, en mucho menor grado en Toronto, el distrito está compuesto por una masa de pequeñas firmas locales y un mercado laboral específico que dependen de las inversiones de los estudios hollywoodenses. La desintegración vertical en Hollywood permitió también aumentar la filmación de producciones fuera del área de LA y de EU. El patrón de pequeñas compañías en Hollywood se replica en los distritos externos de Vancouver y Toronto: el resultado es una aglomeración de producción híbrida que es efectivamente una producción satelital de Hollywood pero está simultáneamente basada en las redes de pequeñas industrias cooperativas (Coe, "A hybrid agglomeration?...", *Op. cit.*, p. 1757). Coe clasifica el distrito industrial de Vancouver como un distrito satelital-marshalliano; es decir, una "combinación de elementos de la localidad inmersos en las redes de pequeñas firmas y el mercado laboral del distrito marshalliano, con la inestabilidad y dependencia externa de la plataforma satelital". (La plataforma satelital es la aglomeración de plantas filiales que son propiedad extranjera de corporaciones multiplantas. Las decisiones claves de inversión se hacen desde afuera sin ser compromisos de largo alcance). (*Ibid.*, p. 1757). A diferencia del sistema de economías de enfoque en la relación *majors-indies* estadounidenses, la relación *majors-satélites* con Canadá se debe básicamente al ahorro de costos (*Ibid.*): "Las compañías Hollywoodenses no recurren a las firmas de Toronto por competencias especializadas que sean difíciles de encontrar en LA, sino por sus bajos costos de producción." (Chaminade y Vang, *Op. cit.*, p. 412-413). Por otro lado, la relación de grandes canadienses con independientes canadienses ha sido limitada y no ha generado derramas económicas significativas excepto por las externalidades que ambas comparten. En México, las *majors* estadounidenses han participado de manera muy limitada o inexistente en la producción cinematográfica y televisiva local.

¿Cuál es la relación y qué tipo de externalidades positivas se crean entre las grandes productoras mexicanas y las independientes mexicanas? Como se comentó anteriormente, las grandes mexicanas no son grandes conglomerados de alta capacidad financiera y redes de distribución mundial. Así es que encontramos mayor rigidez entre la esfera de las grandes empresas y la de las independientes, mismas que rara vez construyen relaciones de interdependencia o dependencia.

Las grandes productoras en México no están involucradas en nada similar al grado en el que lo hacen sus equivalentes hollywoodenses en la participación financiera directa con las actividades productivas de las independientes. Esta distancia funcional se debe posiblemente a 1) la poca capacidad financiera de la mayoría de las grandes y el desinterés en la cinematografía por parte de las únicas empresas audiovisuales nacionales capaces de hacerlo; 2) al bajo y temprano nivel de especialización, o bien, al desinterés o poco requerimiento de éste (animación, efectos especiales, postproducción, géneros cinematográficos, desarrollo de tecnología e innovaciones para contenidos); 3) a la existencia de fuentes alternativas de apoyo financiero como el estatal tanto para grandes como para pequeñas; 4) a la crisis estructural del sector industrial por su descapitalización y la producción inconstante que genera niveles de incertidumbre y riesgo mayores a los que

caracterizan de manera “natural” a la industria cinematográfica, incluso para las transnacionales, en Hollywood. Lo que si suele darse, aunque de manera escasa, son las coproducciones entre las grandes y las independientes mexicanas.

Cuando las productoras cinematográficas en la Ciudad de México suelen interactuar entre sí o con otras empresas fuera del sector, lo hacen por motivos financieros, económicos, creativos, de especialización y de asociación política. Una de las relaciones más comunes entre independientes, entre grandes o entre ambas es la asociación para coproducir un largometraje. Sin embargo, también existen relaciones dentro y fuera del sector productivo para realizar los otros tipos de actividades audiovisuales: producción de programas de televisión, publicidad, diseño gráfico, animación y otras actividades multimedia.

El 53.3 % de las unidades encuestadas se ha relacionado con otra empresa, cifra que indica niveles medios de vinculación entre firmas sean de carácter estable o semi-estable. Dentro de ese porcentaje, en el 93.8 % de los casos la otra empresa pertenece a la industria audiovisual y sólo en el 6.2 % se trata de empresas “compañeras” de otro sector económico distinto al audiovisual. *Estos últimos datos sugieren altos niveles de vinculación intrasectorial.*

Veamos ahora cual es la naturaleza de los vínculos entre las productoras mexicanas y otras empresas. El 43.33 % mostró haber generado relaciones interdependientes en alianzas estratégicas, es decir, el acuerdo entre las dos empresas de actuar de determinada manera para lograr un objetivo común, en algunos casos las partes involucradas tienen capacidades complementarias; el alto porcentaje en las respuestas para esta categoría sugiere la interpretación laxa de alianza como sinónimo de asociación por parte de los encuestados,<sup>400</sup> y probablemente fue utilizada para indicar la participación en una coproducción. El sistema actual de coproducción en México, destacado por Ugalde, implica la asociación entre empresas ya sean independientes, grandes o ambas y, sobre todo, de éstas con el financiamiento estatal.

El 30 % de las compañías que contestaron los cuestionarios ha establecido relaciones de dependencia mediante subcontratación con empresas “compañeras”, es decir, una empresa independiente establece un contrato con otra para proveerle una parte de los servicios de un proyecto. Aquí es importante aclarar que las productoras suelen ser subcontratadas en su mayor parte por la televisión pública (programación), el estado (spots), u otras empresas (realización de comerciales o videos corporativos) para que se realicen actividades audiovisuales no

---

<sup>400</sup> Mientras que la alianza estratégica entre compañías indica un tipo de relación aliada permanente, los encuestados la interpretaron como la realización de alianzas temporales o asociaciones para la coproducción.

necesariamente cinematográficas, o bien actividades especializadas, pero casi nunca son subcontrataciones provenientes del segmento de las grandes productoras cinematográficas del país.

El 4.62 % manifestó haber establecido relaciones de subordinación total mediante la compra o la propiedad mayoritaria de sus acciones por parte de otra compañía quedando su estatus reducido a ser subsidiaria o filial de la otra empresa. Ninguna de estas tres maneras de relacionarse es excluyente, es decir, una misma firma puede establecer los tres tipos de relaciones al mismo tiempo.

*Sumarizando, hay un nivel medio de relaciones equitativas y cooperativas en forma de coproducciones y un menor nivel, pero importante, de relaciones de tipo subordinado entre las productoras y otras empresas “compañeras”.*



**Gráfica 9. Tipo de relaciones que establecen las productoras.**  
Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta.

Además de la coproducción, otra de las pocas formas de vinculación entre grandes empresas e independientes en México son los tratados de distribución con las grandes distribuidoras nacionales (Videocine, Gussy o Nuvisión).

*En resumen, las empresas grandes e independientes en México coexisten sin desarrollar el sistema cooperativo que sí generan en Hollywood. Algunas hipótesis que explican la razón de esta distancia son:*

1) En Hollywood la cercanía entre grandes e independientes se deriva de un mayor grado de cooperación, de especialización, innovación y profesionalización (tecnológicas y creativas) de ciertas fases de la producción cinematográfica, aunado a la forma de organización de los negocios de las *majors* en la modalidad de desintegración vertical, es decir, su externalización de ciertas fases de la actividad productiva que a través de la subcontratación genera una mayor división social del trabajo.

2) En México, la desvinculación entre las grandes y las independientes se deriva del bajo grado de especialización, innovación y profesionalización (tecnológicas y creativas) para llevar a cabo ciertas fases de la producción audiovisual aunado a la descapitalización de ambos tipos de empresas y la falta de interés en la producción cinematográfica de las únicas dos empresas audiovisuales exitosas financieramente. Éstas últimas, las cadenas de televisión abierta y restringida que constituyen el duopolio privado de televisión en México, están integradas verticalmente, es decir, tienen internalizados sus procesos productivos y por ello, no suelen generar externalidades económicas positivas que se traduzcan en derrama económica hacia el sector audiovisual local<sup>401</sup> con excepción de la industria de la publicidad, particularmente la producción de comerciales para televisión.<sup>402</sup>

*En este sentido, son la publicidad y la televisión pública las que generan mayores externalidades al sector productivo cinematográfico. Las únicas sinergias importantes, dada la derrama generada por empresas privadas grandes e independientes, son aquellas que ambas comparten: el gremio de actores, trabajadores técnicos, la provisión de servicios externos auxiliares y de servicios especializados dentro del propio sector de la industria cinematográfica.*

### 3.1.7 Proveedores auxiliares y especializados en las distintas fases de la cadena de valor

En el aparato de producción desintegrada de actividades económicas interrelacionadas se observan, además de las compañías productoras, diversas compañías de servicios generales, técnicos y creativos.

El sector de la industria cinematográfica depende de servicios que proveen otros sectores económicos. La mayoría de las ciudades cuentan con servicios a la producción generales, tal es el

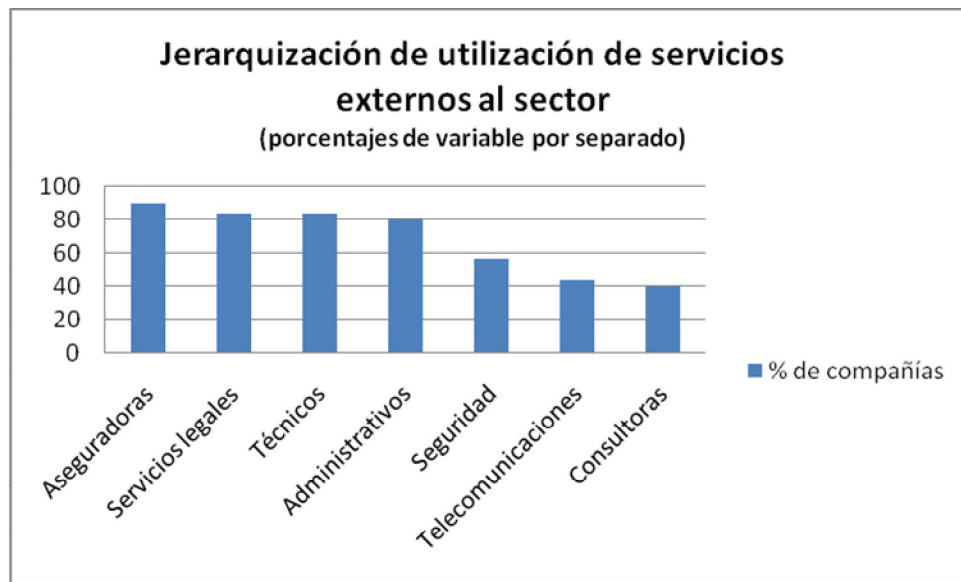
---

<sup>401</sup> Observación sugerida durante la tutoría de Allen Scott en la realización de esta tesis.

<sup>402</sup> La industria de los comerciales ha podido desarrollarse y crecer al no estar controlada por las televisoras ni estar expuesta a la competencia extranjera (dada la distancia entre los productos de los mercados locales y a la prohibición de la ley mexicana de importar programación con sus comerciales originales o en otro idioma a menos de conseguir permisos).

caso de Vancouver cuyo distrito industrial cinematográfico se beneficia de la existencia de servicios de hospedaje, alimentación, contadores, abogados y empresas aseguradoras.<sup>403</sup>

Según la muestra de compañías de producción en la Ciudad de México, los servicios externos más demandados son los servicios de compañías aseguradoras dado que el 90% de los encuestados mencionó contratarlos; los servicios legales y servicios técnicos son requeridos por el 83.33 % de las firmas, respectivamente; los servicios de administración y contaduría ocuparían el cuarto lugar en importancia con el 80 % de las compañías contratándolos; el 56.67 % de las unidades requieren servicios de seguridad. De los servicios ampliamente utilizados destacan los de transporte y alimentación. Finalmente, en porcentajes menores existen otros servicios externos requeridos como telecomunicaciones y consultorías.



**Gráfica 10. Jerarquización de utilización de servicios externos al sector.**  
Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta

El tipo de transacción entre las productoras y estos servicios externos depende tanto de la naturaleza del proyecto como de los servicios mismos, de su necesidad y sus costos. El 50 % de la muestra total ha establecido relaciones esporádicas con los servicios externos, lo que significa que adquieren los servicios en el mercado cuando los necesitan y de una manera poco frecuente. El 50 % de los encuestados también establece relaciones de subcontratación de dichos servicios externos indicando que hay ya una mayor familiaridad con las empresas o personas que los proveen. El 36.67 % de las

<sup>403</sup> Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.*, p. 1766.

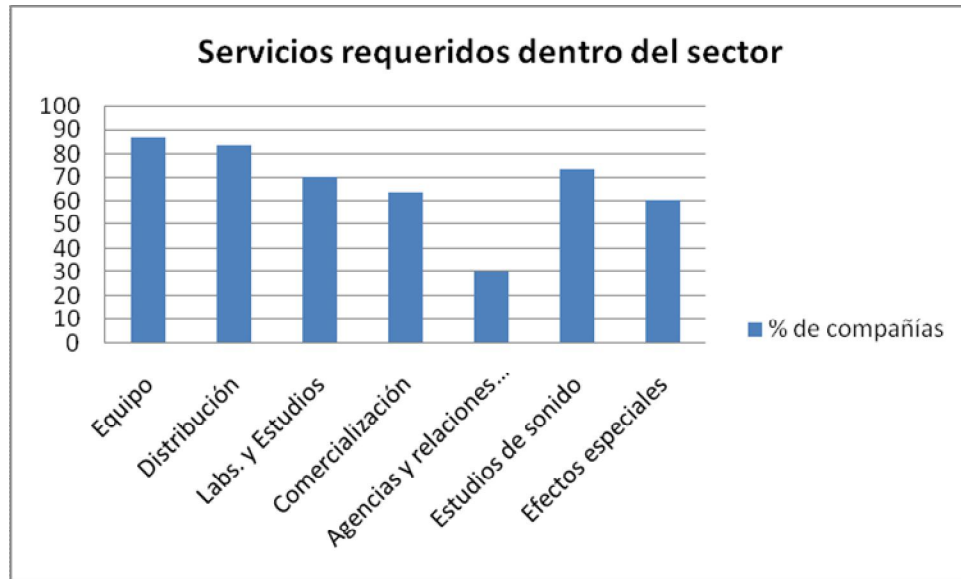
compañías ha desarrollado relaciones de alianza con sus proveedores de servicios. El último caso sugiere que la importancia de los servicios y de las transacciones es más alta que en el primer caso, indicando una relación de mayor dependencia y frecuencia. A veces los proveedores patrocinan alguno de los servicios, lo que se da en el 10 % de nuestras empresas productoras. Sólo un 3.33 % de las compañías ha adquirido en propiedad o de manera subsidiaria a algún proveedor de servicios externos al sector cinematográfico.



**Gráfica 11. Tipo de relaciones que se establecen con proveedores de servicios externos al sector productivo. Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

Existe además un grupo de compañías de servicios técnicos y creativos relacionados directamente con la producción fílmica de los que las firmas productoras dependen: diseño del escenario, vestuario y ambientación, actuación (casting), equipo de fotografía, iluminación, ingenieros de sonido, efectos especiales, laboratorios, estudios y foros cinematográficos. Las productoras dependen además de empresas distribuidoras, y a través de ellas, empresas de exhibición y comercialización de los productos fílmicos. La Gráfica 13 muestra una alta dependencia en algunos de estos servicios.





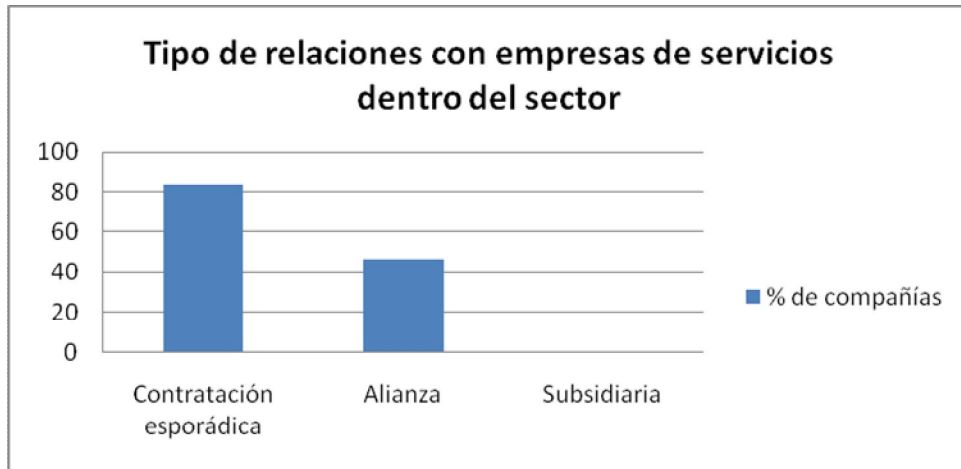
**Gráfica 12. Servicios requeridos dentro del sector.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

Las agencias de talento, de colocación y relaciones públicas, así como, otros intermediarios importantes<sup>404</sup> fueron ramas que se incrementaron de manera espectacular en el Hollywood reestructurado en la modalidad de especialización flexible. Los intermediarios, se volvieron esenciales para disminuir la incertidumbre de una industria donde la relación entre la fuerza laboral y las empresas empleadoras, o bien entre compañías, se volvió flexible, inestable, competitiva y riesgosa. En México, la importancia de las agencias de talento, casting, colocación y demás intermediarios es reducida porque implica la elevación de los costos para obtener servicios muy especializados, situación que presenta mayores obstáculos dado el estado de crisis estructural de descapitalización, inconstancia y baja producción. En este contexto las firmas productoras mexicanas han establecido otras prioridades y los productores se han convertido en “todólogos” desempeñando múltiples tareas personalmente supliendo así la labor de intermediarios especializados. La importancia de los servicios intermediarios en Hollywood sugiere la relevante necesidad de los vínculos entre los agentes económicos y el alto nivel de articulación en el distrito industrial.

El tipo de relaciones más recurrentes de las empresas productoras mexicanas con empresas de servicios especializados dentro del sector cinematográfico son la contratación esporádica (76.67 %) y las alianzas (40 %).

<sup>404</sup> Gerentes de producción, agentes de distribución, agentes financieros, managers, etc. V. Goodell, *Independent Feature Film Production: A Complete Guide from Concept to Distribution*, EU, St. Martin's Griffin, 1998.



**Gráfica 13. Tipo de relaciones que se establecen con empresas de servicios dentro del sector.**  
**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

*En resumen, las empresas productoras dependen fuertemente de servicios intersectoriales e intrasectoriales. Las transacciones realizadas en su mayoría están caracterizadas por ser esporádicas (su adquisición se realiza en el mercado de manera ocasional) o por mostrar en grado moderado una mayor estabilidad a través de subcontrataciones (relaciones más estables y frecuentes) y alianzas (acuerdos constantes mutuamente benéficos como reparto de ganancias). Es en este nivel donde las relaciones familiarizadas o cara a cara se vuelven muy importantes.*

Como se mencionó al hablar del financiamiento de las productoras, una de las fuentes de hacerse de recursos son los créditos que hacen los proveedores de servicios, facilidades y equipo que difieren la fecha de cobro por sus servicios prestados cuando han establecido ya relaciones de confianza con alguna de las productoras. Los proveedores conscientes de la lenta capacidad de las productoras para hacerse de recursos u obtener devoluciones fiscales, acuerdan el pago tardío de sus servicios. Los entrevistados han comentado lo reducido del “mundo del cine”, refiriéndose a que todos se conocen y a nadie le conviene quedar mal con los demás.

Para la teoría de la industrialización geográfica el contacto cara a cara, el intercambio detallado de información, las subcontrataciones a corto y largo plazos, así como, los flujos de insumo y consumo, son esenciales para la creación de complejos industriales organizados alrededor de relaciones de transacción interfirmas en los procesos de desintegración vertical.<sup>405</sup>

<sup>405</sup> Christopherson y Storper, “Flexible specialization...., *Op. cit.*

En Estados Unidos el sector de servicios aliados a la producción cinematográfica creció sorprendentemente de 509 a 2,366 establecimientos y de emplear 10, 946 personas a 120,000 entre 1980 y 1997, reflejando "el gran crecimiento de la demanda de productos intermedios en la industria, incluyendo efectos especiales y servicios digitales." (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.* p. 50).

En el área metropolitana de Vancouver había en 1999 decenas de firmas de servicios especializados en cada una de las siguientes actividades: diseño y construcción (22), distribución y ventas (13), gráficas y fotografía (40), música (29), post-producción (45), equipo de producción (50), efectos especiales (26), *stunts* y *performers* (12) y estudios (17). "La mayoría son micro y pequeñas empresas que han crecido para satisfacer la demanda de las productoras fugitivas. Dada la lejanía de centros importantes como Toronto o LA, las firmas están inmersas en la localidad en términos de relaciones de negocios con muchas de ellas realizando todos sus negocios dentro del Área Metropolitana de Vancouver." (Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.* p. 1767). En el caso de Toronto, los estudios de Vang y Chaminade encuentran que las derramas de las *majors* hollywoodenses sobre el eje de servicios especializados ha sido limitada sobre la producción de un cine propio debido a que a pesar de aprenderse nuevas técnicas, estas suelen ser caras. La transferencia tecnológica y su derrama potencial es difícil dadas las diferencias presupuestales. (Chaminade y Vang, *Op. cit.*).

### 3.2 MERCADOS LABORALES LOCALES Y LOS PATRONES GEOGRÁFICOS

#### 3.2.1 Patrones laborales

La producción cinematográfica está caracterizada por ser una actividad de trabajo intensivo<sup>406</sup> que requiere un gran número de trabajadores calificados y especializados: técnicos, creativos y administrativos; y otros tantos no necesariamente calificados: técnicos, oficinistas e intendentes. Además de crear empleos directos de tiempo completo se necesita también personal de medio tiempo y se genera una cantidad importante de empleos indirectos en sectores económicos distintos como en los servicios auxiliares y complementarios.

Sin embargo, la mayoría de los trabajadores de la producción cinematográfica son eventuales porque los proyectos de producción son temporales y tienen una duración aproximada de 3 a 5 meses. Con base en las entrevistas y cuestionarios, podemos decir que los empleos permanentes en esta rama son escasos y ocupados generalmente por los productores-directivos y el personal administrativo. Durante la época del sistema de estudios, la mayoría de los trabajadores tenía un contrato permanente que les permitía tener un empleo estable y la oportunidad de

<sup>406</sup> Definido por economistas como procesos industriales que requieren una alta cantidad de trabajo para producir sus bienes o servicios, se mide el trabajo requerido en proporción relativa al capital usado en el proceso. También se utiliza para designar la cantidad de trabajo capacitado que implica la realización de un trabajo determinado. Bannock, *Diccionario de Economía*, México, Trillas, 2007.

organizarse para conseguir prestaciones y mejores condiciones de trabajo. Después de la crisis mundial de la industria cinematográfica en los años 50, la forma de producción por proyecto ha significado que la mayoría del empleo en la producción sea temporal en la modalidad de *free-lance* o tercerización de labores.<sup>407</sup>

El empleo temporal de contratistas independientes ha sido una forma de flexibilizar las relaciones laborales que permite a las compañías productoras ahorrar costos fijos y hacerlos variables, al no tener una nómina con prestaciones permanentes. Además, este patrón laboral se adecuó al cambio hacia una producción intermitente con periodos de alta y baja productividad. Algunas firmas productoras que tienen dificultades para hacerse de recursos sólo pueden producir de esa manera, otras con suficiente respaldo capital, simplemente persiguen sus objetivos de maximizar ganancias a costa de uno de los actores más vulnerables, el trabajador.<sup>408</sup>

El empleo por proyecto ha generado un alto nivel de movilidad laboral entre los trabajadores de compañías locales o de productoras en otras partes del mundo. La competencia ha aumentado y el carácter individualista y pasajero del empleo ha influido en la disminución de su organización colectiva para conseguir beneficios de interés común.

Sin embargo, el empleo por obra determinada (temporal) no deriva necesariamente en la pauperización de las condiciones laborales. Así lo demuestran algunos casos de gremios de la producción cinematográfica en Hollywood que lograron reestructurar sus sindicatos y mantener su fortaleza (como los sindicatos de actores, guionistas, directores y fotógrafos) a pesar de estar conformados ya no por asalariados de nómina sino trabajadores temporales. Un cinefotógrafo, por ejemplo, tiene que estar sindicalizado para poder trabajar en Hollywood y a pesar de pagar altas cuotas cuando recibe su sueldo por un proyecto, tiene importantes derechos como el seguro de desempleo que podría cubrirlo entre un proyecto y otro.<sup>409</sup> Además de la existencia de una división ocupacional del trabajo por la naturaleza colectiva del rodaje y el consumo de tiempo dados los preparativos del set, del equipo o los ensayos, la producción cinematográfica requiere la coordinación temporal de distintas actividades: desde el departamento de iluminación, de arte y utilería, los maquillistas y vestuaristas, los actores, los fotógrafos, los directores, el transporte a la locación, etc. Esa coordinación implica que la cantidad de horas de trabajo al día excede la normal

---

<sup>407</sup> Anglicismo que se refiere a la realización de trabajos de una ocupación, oficio o profesión de forma autónoma para terceros que requieren de esos servicios para tareas determinadas que generalmente le abonan su retribución no en función del tiempo empleado sino del resultado obtenido, sin que ninguna de las dos partes contraigan la obligación de continuar la relación por más allá del trabajo por encargo realizado. *Ibid.*

<sup>408</sup> Entrevista a Marcela Fernández Violante, directora y productora de cine, Secretaria General del STPC, México DF, 17/06/2008.

<sup>409</sup> Entrevista a Xavier Pérez Grobet, cinefotógrafo mexicano, Los Ángeles, CA, 25/10/2007.

de 8 horas, por la de 11 horas diarias 6 días a la semana.<sup>410</sup> Sin embargo, a veces para ahorrar tiempos, costos o simplemente coordinar de manera más eficiente la producción, se requieren horas extras que por ley deben ser remuneradas adecuadamente. Históricamente esta situación ha sido fuente de abusos al trabajador.

¿Cuáles son los principales problemas laborales que enfrenta el sector productivo cinematográfico mexicano y sus sindicatos? 1) Los trabajadores de la industria se enfrentan a condiciones de un mercado laboral extremadamente impredecible: no hay trabajo constante y sí mucha competencia (incluso con trabajadores de la industria de la televisión o con trabajadores de otras partes de la República); entre un proyecto y otro, el trabajador sea creativo o técnico debe recurrir a otro tipo de empleo para mantenerse: trabajar en la industria de la publicidad, dedicarse a la docencia, etc. 2) La disminución de las prestaciones laborales (tanto de los sindicalizados como de los no sindicalizados). 3) La baja sindicalización y el aumento de los trabajadores libres. 4) Cierta rigidez de algunos sindicatos y la desconfianza que han generado. 5) El desconocimiento de los pequeños productores independientes de la posibilidad de negociación con los sindicatos cuyas condiciones consideran son obstáculos para la producción.

La causa determinante de estos problemas es la situación de la industria descapitalizada, con baja producción y poca audiencia: “Pierde el patrón, perdemos nosotros (los trabajadores).”<sup>411</sup>

En México, un trabajador *free-lance* ya sea técnico o creativo, sindicalizado o no, recibe su sueldo, seguro médico, comidas y en ocasiones un seguro de vida, solamente mientras dura la producción. Cada vez son menores las diferencias entre las prestaciones que garantiza el sindicato y las que obligan a todo productor ofrecer a sus trabajadores libres. Anteriormente, cuando el sindicalismo era fuerte se tenían prestaciones sociales importantes como la pensión y el seguro social; pero, las condiciones del trabajador en general han cambiado con las políticas neoliberales: actualmente se tiene el sistema de fondos para el retiro (afores) y no pueden ofrecerse a más trabajadores prestaciones permanentes como la seguridad social. Existe la modalidad de cuota de paso que permite a un trabajador no sindicalizado, que pague su respectiva cuota, tener derechos sindicales únicamente mientras dura la filmación. Las cuotas de paso en los sindicatos son temporales como los derechos del trabajador temporal no sindicalizado.

---

<sup>410</sup> La Ley Federal del Trabajo permite aumentar tres horas a la jornada en actividades excepcionales que por su naturaleza lo requieran, una de ellas es la producción cinematográfica.

<sup>411</sup> Entrevista Marcela Fernández Violante, directora y productora de cine, Secretaria General del STPC, México DF, 17/06/2008.

Los sindicatos de la producción cinematográfica en la Ciudad de México suelen ofrecer a sus agremiados fondos de retiro, capacitación, seguro social, seguro de vida, atención personalizada para proteger sus derechos laborales y para mantenerlos informados sobre la bolsa laboral. A diferencia de los trabajadores libres un trabajador sindicalizado está amparado por un tabulador de horarios y sueldos; además de preservar todas estas prestaciones se protege su crédito en pantalla.<sup>412</sup>

Ser sindicalizado ofrece la ventaja de ser defendido por un órgano colectivo, mientras que los trabajadores no sindicalizados son contratados en condiciones desventajosas, en las que si el trabajador no está de acuerdo con el empleador, éste puede contratar a otro que sí lo esté. Algunos trabajadores de las nuevas generaciones no tienen confianza en los sindicatos, prefieren no afiliarse para evitar descuentos, consideran engorrosas las obligaciones sindicales como la asistencia a las asambleas, se inclinan por poder elegir libremente a qué empleador prestarán sus servicios y consideran que aumentan sus posibilidades de ser contratados si permanecen como trabajadores libres (para el productor los sindicalizados implican mayores costos y trabas burocráticas).

La ventaja que tiene una productora al contratar empleados sindicalizados es el derecho de sustitución, en el que si un elemento falta o enferma, es sustituido rápidamente por otro. Entre las desventajas que tiene contratar trabajadores sindicalizados los entrevistados enumeraron: el aumento del 15 % de costos de producción, la burocracia, la imposición de un mínimo de trabajadores a contratar,<sup>413</sup> la imposición de horarios (jornadas, de comidas y descanso), la imposibilidad de elegir al personal a contratar con base en sus capacidades, el pago de cuota de desplazamiento,<sup>414</sup> la rigidez en los lugares de los llamados, etc.

Estas y otras condiciones de rigidez<sup>415</sup> prevalecieron en los sindicatos durante décadas; pero, poco a poco, la situación ha ido cambiando. Los sindicatos mismos son conscientes de la disminución de la producción, se han percatado de la baja afiliación sindical en aumento y la fuerte competencia con trabajadores libres que los desplazan. Al parecer, este es un momento de transición hacia una mayor flexibilización que probablemente conlleve a una reestructuración de las instituciones laborales.

---

<sup>412</sup> Para ello, los sindicatos requieren una cuota nominal (al productor) -prestación por seguro social, Infonavit- y cuota sindical (a los sindicalizados); con estas cuotas se solventan las prestaciones, se mantiene la planta fija del sindicato y sus instalaciones.

<sup>413</sup> Las quejas sobre la imposición de personal innecesario, por ejemplo, en el caso de la ANDA de tener que pagar el sueldo de un supervisor del sindicato que vigila el cumplimiento del contrato durante la filmación.

<sup>414</sup> El pago del sueldo de un trabajador sindicalizado que fue suplantado por otro que la productora contrató por su cuenta.

<sup>415</sup> Y vicios como el no permitir la renovación de cuadros o el ingreso de gente capacitada pues debía, en palabras de Víctor Ugalde, "recorrer la escalera meritatoria para ir ascendiendo puesto por puesto." Esta fue una decisión equivocada que pretendía hacer frente a la baja en la producción, cuyas consecuencias fueron el anquilosamiento, el desprestigio de los sindicatos, el surgimiento del movimiento corporativista y el aumento de los trabajadores libres.

Según comentaron las agrupaciones laborales y algunos productores entrevistados, las condiciones del contrato pueden negociarse actualmente. Dependiendo del sindicato puede haber flexibilización, pero la productora debe establecer claramente las necesidades de la película y debe haber voluntad de negociación para llegar a un acuerdo. Los sindicatos sorprenden a las productoras ofreciéndoles contratos colectivos viejos con condiciones obstaculizantes, pero los gerentes de producción experimentados saben negociar con las organizaciones laborales; la inexperiencia y falta de pericia de la mayoría de las productoras las ha alejado de los sindicatos.

En el pasado, el tipo de sindicatos correlativos a formas de producción en las que había una mayor estabilidad laboral y una industria con alta productividad y rendimientos, no corresponde con la realidad actual de descapitalización flexible de la industria cinematográfica; pero esto no significa que las organizaciones laborales deban renunciar a los logros en la conquista de derechos laborales importantísimos obtenidos por las históricas luchas sindicales.

A pesar de que la mayoría de los trabajadores de la producción cinematográfica, en otros países como Canadá y Estados Unidos, son empleados temporales, un gran número de ellos tiene la cobertura de algún esquema de desempleo financiado por el gobierno centralizado en una práctica sindical:

Ayuda a mantener el suministro de trabajadores calificados a un costo razonable mientras que se permite a los productores la máxima flexibilidad respecto a decisiones de contrataciones y recortes (*layoff*) –una ventaja crucial para una industria donde la rentabilidad depende de la habilidad de mantener costos fijos bajos y evitar contratos laborales duraderos.<sup>416</sup>

El Sindicato de Trabajadores de la Industria Cinematográfica, STIC surgió en 1939. Está conformado de 80 secciones relativamente independientes,<sup>417</sup> dos dedicadas a la producción cinematográfica específicamente al rodaje, la sección 49 y la 50 agrupan a los técnicos y manuales y la segunda tenía los Estudios América, vendidos en el gobierno de Carlos Salinas en 1993. El STIC es fuerte en la rama de exhibición pero carece de ramas importantes en la producción y de estudios propios, de modo que enfrenta problemas aún más fuertes de escases de trabajo.

---

<sup>416</sup> Scott, "French Cinema...", *Op. cit.* p. 23.

<sup>417</sup> Es fuerte en secciones de la rama de distribución: taquilleros, dulcerías, etc.

El STPC, Sindicato de los Trabajadores de la Producción Cinematográfica se fundó en el año de 1945.<sup>418</sup> Es la asociación de 5 sindicatos y maneja los registros de todos ante la Secretaría de Trabajo: el Sindicato de Trabajadores Técnicos y Manuales (STYM) con un aproximado de 1000 afiliados,<sup>419</sup> Sindicato de Autores (escritores) con 70 afiliados, Sindicato de Directores con 70 miembros, Sindicato de Filarmónicos con 30 miembros, y la Asociación Nacional de Actores (la ANDA), que tiene una doble representatividad por ser sección y asociación y es el único sindicato fuerte y el mejor estructurado al incluir entre sus 8,000 agremiados a actores de televisión, espectáculos, teatro, cine y circos. La ANDA es el sindicato que más prestaciones otorga: estancias infantiles a actrices, gastos médicos a conyugue y dos hijos menores, pago de medicinas, seguro social, etc.<sup>420</sup> Las secciones del STPC son autónomas y de ellas depende la negociación con las productoras.<sup>421</sup>

La Asociación Nacional de Cinematografistas (ANCITI), se fundó tras un conflicto al interior del Sindicato de Técnicos y Manuales del STPC; existe también el sindicato Justo Sierra de los exhibidores que se transformó también en sindicato de producción. Por último existe la libertad de trabajo y de asociación del trabajador libre.

Las producciones de Fidecine suelen trabajar en un 30 % con el STPC, un 28% con el STIC y un 17% con el ANCITI y los demás son elementos libres.<sup>422</sup> Las entrevistas se contradicen respecto a la mejor o peor capacitación tanto de los elementos sindicalizados, como de los cooperativistas y de los libres.

En cuanto al aprendizaje y capacitación laboral; se mencionarán más adelante las escuelas públicas y privadas de cine que entrenan principalmente cuadros creativos y técnico-creativos especializados. Sin embargo, la parte técnica sigue estando basada en un modelo de entrenamiento informal, en este sentido los sindicatos que fueron la única escuela antes de los años sesenta, siguen siendo hoy instituciones formativas.

---

<sup>418</sup> Derivado de un conflicto interno en el STIC. En México, los sindicatos del ramo son sindicatos industriales y gremiales, no sindicatos de empresas.

<sup>419</sup> Escenógrafos, tramollistas, sonidistas, chinchullas, fotógrafos, postproducción en sonido y trabajadores de planta como secretarios y jardineros.

<sup>420</sup> Datos aproximados proporcionados por la secretaria general del STPC, las cifras del registro en la ST actualizadas en 2007 mencionan un total de 8044 afiliados del STPC.

<sup>421</sup> El STPC Tiene un convenio con la ST, estipulado durante el sexenio foxista, que le confiere la posibilidad de denunciar ante la Secretaría del Trabajo a productoras que usan fondos públicos pero que no negocian con sindicalizados, para que lleguen inspectores y detengan la producción.

<sup>422</sup> Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.



Tan sólo el 10 % de las compañías productoras entrevistadas para este trabajo tienen vínculos con los sindicatos.

Según los datos oficiales para el Distrito Federal, en 2004 había un total de 439 empleados en la producción de películas cinematográficas y del video.<sup>423</sup> Siguiendo las cifras gubernamentales de los 439 empleados totales, el 56.3 % eran empleados permanentes y 43.7 % eran empleados temporales. El 71.3 % de los trabajadores en la producción cinematográfica son población masculina y el 28.7 % de la fuerza laboral es femenina.<sup>424</sup> De acuerdo a los cuestionarios enviados, sea cual sea el número de trabajadores dependientes de la razón social, en caso de llevar a cabo un proyecto se pueden contratar entre 30 y 150 trabajadores más.

En la categoría de servicios de post-producción para la industria fílmica y del video se reportaron 1043 empleados; de los cuales 379 (36.3 %) eran trabajadores permanentes y 664 (63.7 %) temporales; en esta sub-rama, el 63.6 % de la fuerza laboral era masculina y el 36.4 %, femenina.<sup>425</sup>

Entre los empleados permanentes, por cada 2.2 trabajadores creativos, hay un trabajador oficinista, 2.1 trabajadores administrativos, 1.6 técnicos. Sin embargo, entre los trabajadores temporales por cada 6.7 creativos hay un trabajador oficinista, 5.3 empleados administrativos y 16.6 técnicos. Estos datos sugieren que la categoría de técnicos es la más intensiva cuando se llevan a cabo las filmaciones y la más inestable por su carácter de empleo temporal.

Los empleos de la industria cinematográfica son relativamente bien pagados pero hay que recordar que eso ocurre sólo cuando se tienen en marcha proyectos que son temporales (3 a 4 meses) y escasos en el contexto de inestabilidad de las dinámicas flexibles actuales de la actividad en muchos países, así como en un estado de crisis de la industria fílmica mexicana.

Según el testimonio de los encuestados, el salario mínimo<sup>426</sup> por categorías laborales sería aproximadamente como sigue: los creativos estarían percibiendo de 4 a más salarios mínimos, los empleados técnicos estarían recibiendo en promedio de 3.4 a más salarios mínimos; los administrativos estarían ganando un sueldo de 3.6 o más salarios mínimos y; finalmente los oficinistas, recepcionistas y otros, tendrían un salario de 3 salarios mínimos.

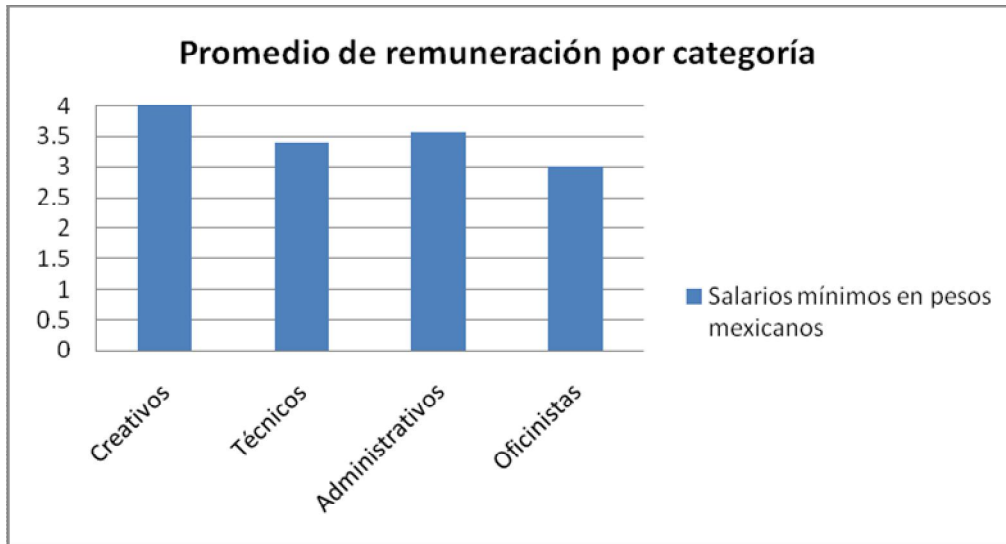
---

<sup>423</sup> Esta cifra es muy baja y dudosa si la comparamos tan sólo con el número de afiliados a los sindicatos de la producción cinematográfica que mencionamos anteriormente; pero, puede deberse al carácter intermitente de la producción.

<sup>424</sup> Censos económicos 2004, INEGI. La investigación de campo realizada personalmente arrojó que en el empleo permanente de las productoras cinematográficas, por cada 2 hombres trabajadores hay una mujer.

<sup>425</sup> *Ibid.*

<sup>426</sup> El salario mínimo al momento de realizar la encuesta era de \$50.57 pesos diarios, que es igual a \$ 1,800 mensuales.



**Gráfica 14. Promedio de remuneración por categoría de empleo.**  
**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

En síntesis, *el mercado laboral del centro productor cinematográfico de la Ciudad de México tiende a inscribirse en un patrón dominante de trabajo temporal; enfrenta poca demanda laboral dada la crisis de productividad y experimenta desde hace dos décadas una crisis doble de transición del sistema sindical hacia las nuevas necesidades de flexibilización. A nivel interno, los sindicatos han tenido que aceptar la existencia negativa de rezagos corporativistas y clientelistas de antaño que generaron rigidez, corrupción, desconfianza, estancamiento de la profesionalización y baja sindicalización; a nivel externo, se enfrentan a la desaparición de un Estado corporativista hacia uno neoliberal que terminó por dismantelar las fuentes de trabajo<sup>427</sup> y los beneficios sociales de los logros sindicales.*

<sup>427</sup> La privatización de la industria que se llevó a cabo de 1988 a 1994, generó huelgas que culminaron con el cierre de las empresas privadas y paraestatales. Dichas huelgas perdidas para trabajadores de la producción, la distribución y la exhibición, se sumaron a las ventas de los medios de producción de los trabajadores (estudios y equipos cinematográficos), la sustitución de sindicalizados por personal libre, más joven de acuerdo a la "imagen" que las nuevas empresas querían dar, el recorte de personal por sistemas automatizados y el desplazamiento tecnológico debido a la falta de capacitación de antiguos trabajadores en la industria. Saavedra, *Entre la ficción y la realidad, fin de la industria cinematográfica mexicana, 1988-1994*, México: UAM Xochimilco, 2007.

En el 2002, Los Ángeles County contaba con 39, 951 empleados en la producción cinematográfica. (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.* p. 50). Allen Scott divide la historia de los mercados laborales hollywoodenses en dos episodios, el del empleo permanente durante el sistema clásico de estudios y un segundo episodio del New Hollywood:

“cuando las relaciones de empleo se externalizaron a gran escala en todas las categorías excepto grupos selectos de trabajadores que proveen continuidad gerencial y administrativa a la firma. En este orden de cosas, quizá la mayoría de los trabajadores son temporales o en estatus de *freelance*, siendo contratados por las compañías productoras como empleados por un corto plazo o bajo comisión y moviéndose irregularmente de un trabajo a otro dependiendo de las fluctuaciones de la actividad productiva.” (*Ibid.*, p. 117).

La flexibilidad y volatilidad hace que los trabajadores enfrenten altos riesgos respecto a su remuneración, beneficios y búsqueda de empleo; a pesar de ser empleados altamente calificados y bien pagados. Los sindicatos han sido condicionantes para la buena salud de los mercados laborales. Actualmente existen el International Alliance of Theatrical and Stage Employment, IATSE con 23 ramas distintas de técnicos, manuales y creativos; y los organismos profesionales laborales: el Directors Guild con 12,420 agremiados, el Screen actors Guild con 98,000 agremiados, y el Writers Guild con 7, 727 agremiados. En total suman 162, 000 agremiados en todo el país -aunque dos terceras partes habitan en LA-, lo que representa una tasa altísima de sindicalización. (*Ibid.*, p. 134). La mayoría de los creativos está sindicalizado en los organismos profesionales, pero el IATSE sólo agremia al 50 % del total de trabajadores de esas ramas técnicas. La tendencia a la baja en la sindicalización de empleados técnicos y manuales se debe a la disminución en la contratación de éstos por parte de las productoras independientes.

Los sindicatos manejan los contratos colectivos con el brazo contratador de la MPAA, la Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP), con la que acuerdan tabuladores de salarios por categorías laborales, negocian contratos individuales de salarios arriba de la escala mínima y la administración de los residuos (que son las compensaciones basadas en segundas corridas u otras ventanas de salida del producto). Los contratos también estipulan beneficios de salud, pensión, vacaciones y condiciones de trabajo. Estas organizaciones sindicales codifican las categorías laborales, acreditan la experiencia laboral y brindan capacitación y entrenamiento. (Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 235).

En Canadá, las reglas sindicales han sido más laxas y las tarifas más baratas que en Los Ángeles, ésta fue una razón más para que Vancouver y Toronto pudieran atraer inversión extranjera proveniente de Hollywood. Con ello, los técnicos locales incrementaron la experiencia y las habilidades, dado que la estrategia de las producciones fugitivas es emplear a trabajadores “por debajo de la línea,” (es decir, trabajadores que reciben remuneración impersonal de acuerdo a los tabuladores salariales negociados en los contratos colectivos) reservando las actividades creativas de la producción a Los Ángeles. Desde los años setenta hasta finales de los noventa, el empleo en rodajes aumentó de un 40 a un 97 % construyéndose una base local de actores, agentes de talento, choferes y técnicos. (Coe, “A hybrid agglomeration...”, *Op. cit.*, p. 1767).

Los sindicatos en Vancouver fueron un factor más como impulsores de la captación de inversión hollywoodense. Entre ellos están: la sección número 891 de sindicato de técnicos estadounidenses IATSE (International Alliance of Theater and Stage Employment), la sección 669 IATSE de cinefotógrafos, la 155 IATSE de Teamsters (choferes y cargadores), NABET de técnicos y otros sindicatos autónomos de actores (UBCP), de guionistas (WGC), y ACFC de técnicos. Los primeros sindicatos impulsaron la promoción de Vancouver en Hollywood y la construcción de infraestructura como los Crown Corporation Bridge Studios. El carácter estable de las condiciones laborales, debido a los acuerdos entre sindicatos y otras instituciones que mencionaremos más adelante (ver capítulo 3.3.3), permite a las productoras estadounidenses saber de antemano los costos y planear sus presupuestos. Para 1997 había 5500 agremiados a los 7 sindicatos. Se estimaban 25000 empleos en el sector, empleos que si bien han encontrado una corriente continua de trabajo en el cine y la televisión y asegurado incrementos salariales, no dejan de estar sujetos a las incertidumbres de los contratos temporales y del carácter dependiente de la inversión extranjera. (Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.*). En Toronto, la provisión de actividades técnicas y rutinarias funciona porque el mercado laboral está regulado de tal manera que permite la flexibilidad requerida por los productores, posee costos ventajosos respecto a la fuerza laboral en Hollywood, además de la alta calidad del capital humano, una base educativa basada en el estado y el desarrollo de capital social inclusivo. (Chaminade y Vang, "Cultural clusters...", *Op. cit.*).

Según el censo de 2004 en Canadá había 41671 empleados en la producción filmica y de video, de los cuales 74.2 % eran *freelancers* y 25.8 % permanentes, con la tendencia a aumentar: 30912 eran *freelancers* y 10759 permanentes, la tasa de incremento de la participación de trabajadores libres fue del 18 % de 2001 al 2004. (Statistics Canada, The Daily: Film, Video and Audio-visual Production, Thursday, July 18, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060718/d060718a.htm>, consultado en Internet el 1 de abril del 2007).

### 3.2.2 Patrones geográficos

La rama de producción cinematográfica en el área metropolitana de la Ciudad de México concentra según los datos oficiales del censo económico INEGI 2004 el 75% de las empresas dedicadas a dicha actividad económica al haber 41 firmas a nivel nacional y 31 de ellas en el Distrito Federal.

Según datos propios, de un directorio de 131 casas productoras en el país, 124 están localizadas en el DF, lo que significa que el 94.4 % de ellas están concentradas en la capital del país.

Ya sea que tomemos el dato oficial de 75% o el de esta investigación, 94.4 %, es evidente que las compañías productoras de cine y video están en su mayoría ubicadas en la Ciudad de México. Esta concentración geográfica de las empresas se refuerza por la asociación necesaria con los mercados laborales locales, igualmente ubicados en la ciudad. Los trabajadores de la rama de

producción de películas cinematográficas y de video han podido recibir un entrenamiento especializado formal o informal en las escuelas de cine, en el ambiente laboral y en los sindicatos del Distrito Federal: “La concentración de la fuerza laboral en un lugar por periodos duraderos de tiempo fomenta procesos de socialización y ayuda a reducir los costos *per capita* de provisión de facilidades educativas y capacitación.”<sup>428</sup>

El mismo patrón de aglomeración existe en las instituciones parasectoriales: a pesar de que se denominan sindicatos de producción fílmica de la República Mexicana, éstos tienen sus únicas sedes en la capital del país;<sup>429</sup> lo mismo ocurre con las sociedades de gestión y las instituciones estatales para el cine como el Imcine y la Cineteca Nacional, a pesar de ser órganos de carácter federal.

Las filmaciones en locaciones fuera de la capital son frecuentes, en ese sentido, las comisiones estatales de filmaciones pueden jugar un papel relevante y el proyecto de hacer una película puede activar algunos servicios externos como el de alimentación, hospedaje y personal técnico local.<sup>430</sup> Sin embargo, las funciones medulares de la producción fílmica permanecen concentradas en la Ciudad de México.

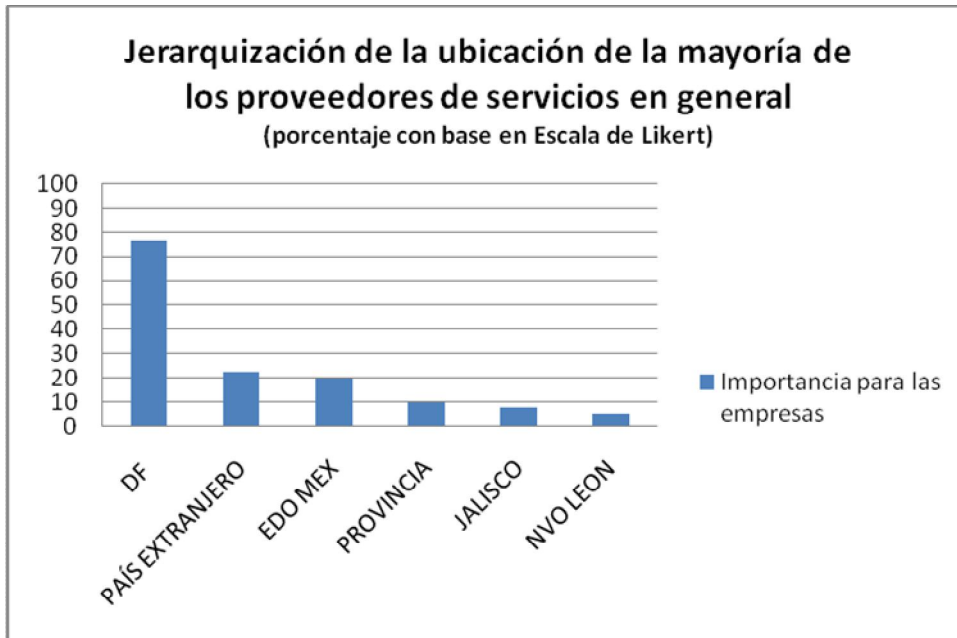
La mayoría de las empresas productoras capitalinas encuestadas establecen transacciones intersectoriales (con servicios auxiliares externos: alimentación, transporte, aseguradoras, servicios legales, técnicos, administrativos, seguridad, telecomunicaciones y consultoras) e intrasectoriales (proveedores especializados: estudios cinematográficos, de sonido, distribuidoras) locales.

---

<sup>428</sup> Scott, “French cinema. Economy, Policy and Place in the Making of a Cultural-Products Industry.” *Theory, Culture and Society*, Vol. 17 (1), 2000, p. 22.

<sup>429</sup> Esa es una de las razones por las cuales los rodajes en provincia contratan un cierto número de trabajadores libres locales, usualmente técnicos.

<sup>430</sup> En el resto del país hay esfuerzos aislados por descentralizar la actividad productiva. Algunas entidades federativas son sedes de festivales cinematográficos anuales que están dedicados a la difusión y exhibición pero no al mercado de películas como otros festivales internacionales. Recientemente algunos gobiernos de provincia (Nuevo León y Zacatecas) han decidido crear fondos de apoyo a la producción local facultados por la Ley Federal de Cinematografía vigente. Algunos estados tienen escuelas privadas de cine y jóvenes interesados en esta actividad. En la Universidad de Guadalajara existe el posgrado en Estudios Cinematográficos y ha financiado coproducciones mexicanas.



**Gráfica 15. Jerarquización de la ubicación de la mayoría de los proveedores de servicios en general. Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

En cuanto a los servicios intrasectoriales (es decir, los servicios especializados y empresas del sector cinematográfico como proveedores de equipo fílmico, laboratorios y estudios fílmicos, estudios de sonido, efectos especiales, agencias de colocación y compañías distribuidoras), el 52.17 % de las unidades económicas se relaciona con proveedores nacionales. El 47.83 % de las firmas productoras se relaciona con servicios intrasectoriales tanto nacionales como extranjeros.

El 88.24 % de las empresas de la industria audiovisual con las que las productoras de cine se relacionan a través de alianzas, subcontrataciones o propiedad, son mexicanas y el 11.76 % se relacionan con subcontratadoras, aliadas o matrices nacionales y extranjeras.

La concentración de la producción, los servicios aledaños, los mercados laborales especializados y las instituciones parasectoriales en la Ciudad de México hacen de esta el lugar más ventajoso en el país para establecer una compañía productora de cine. La aglomeración genera relaciones simbióticas entre los agentes económicos mencionados: reduce los costos de transacciones, incrementa el intercambio de información y facilita la búsqueda de trabajadores especializados, ya sean creativos o técnicos, por contratar.<sup>431</sup>

<sup>431</sup> V. Scott, "French Cinema...", *Op. cit.*

Por ejemplo, los productores ubicados en el resto de la República se ven en desventaja al transportar equipo cinematográfico y adquirir servicios y facilidades especializados que sólo existen en el DF; lo mismo ocurre con el talento creativo y técnico: al contratar empleados sindicalizados con base en el DF implicaría pagarles el transporte, el hospedaje y las tres comidas durante los meses de filmación.

¿Cuáles son las razones históricas de la concentración localizacional de la producción cinematográfica en la Ciudad de México? ¿Se debe principalmente a sinergias creadas por el desarrollo endógeno de la actividad? ¿O hay otros factores que han facilitado dicha aglomeración?

La concentración ha sido fruto de un proceso de control histórico<sup>432</sup> dentro de un marco político centralista donde la misma ciudad fue el principal centro de toma de decisiones, la única gran urbe y el espacio de mayor desarrollo económico, que paradójicamente, hasta los últimos 10 años careció de autonomía e independencia en sus asuntos internos frente a los poderes federales.<sup>433</sup>

La ciudad de México es una ciudad región global subdesarrollada por sus problemas de megalocéfalia: niveles bajos o mala calidad de urbanización e infraestructura, poca planeación, sobrepoblación, desempleo, degradación ambiental y una significativa desigualdad social.

El principal indicador de la desarticulación que muestra la Ciudad de México es la concentración desigual y centralizada en términos económico, político y sociocultural, respecto al resto del país y dentro de la ciudad misma. Es decir, la alta concentración existente en la ciudad de México con respecto al país en actividades e infraestructura, ocurre dentro de la propia ciudad. A escala delegacional, en el sur-poniente de la ciudad, abarcando las delegaciones Miguel Hidalgo, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Álvaro Obregón y Coyoacán, se concentra la emergente ciudad global, las actividades de alta productividad, las matrices de 250 de las 500 empresas transnacionales más grandes y la infraestructura en telecomunicaciones. En la ciudad y dentro de estas cinco delegaciones es evidente una fragmentación del desarrollo espacial, en cuanto a los niveles de vida y a un aumento de segregación social.<sup>434</sup> Como muestra el mapa, es en esas cinco delegaciones en las que están localizadas las 124 productoras cinematográficas.

<sup>432</sup> Durante el colonialismo y el corporativismo post-revolucionario.

<sup>433</sup> En el campo político el D.F. ha pasado por reformas recientes e inacabadas de autonomía. Los problemas de la ciudad son también los problemas del país, ésta carga con el lastre del subdesarrollo de toda la nación.

<sup>434</sup> Pamreiter, "Ciudad de México: el camino hacia una ciudad global", EURE (Santiago) [En línea] Archivo disponible en [http://www.scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-716120020085000066lng\\_es&nm=iso](http://www.scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-716120020085000066lng_es&nm=iso), consultado el 02 de junio del 2006.

# Mapa 1. Concentración geográfica

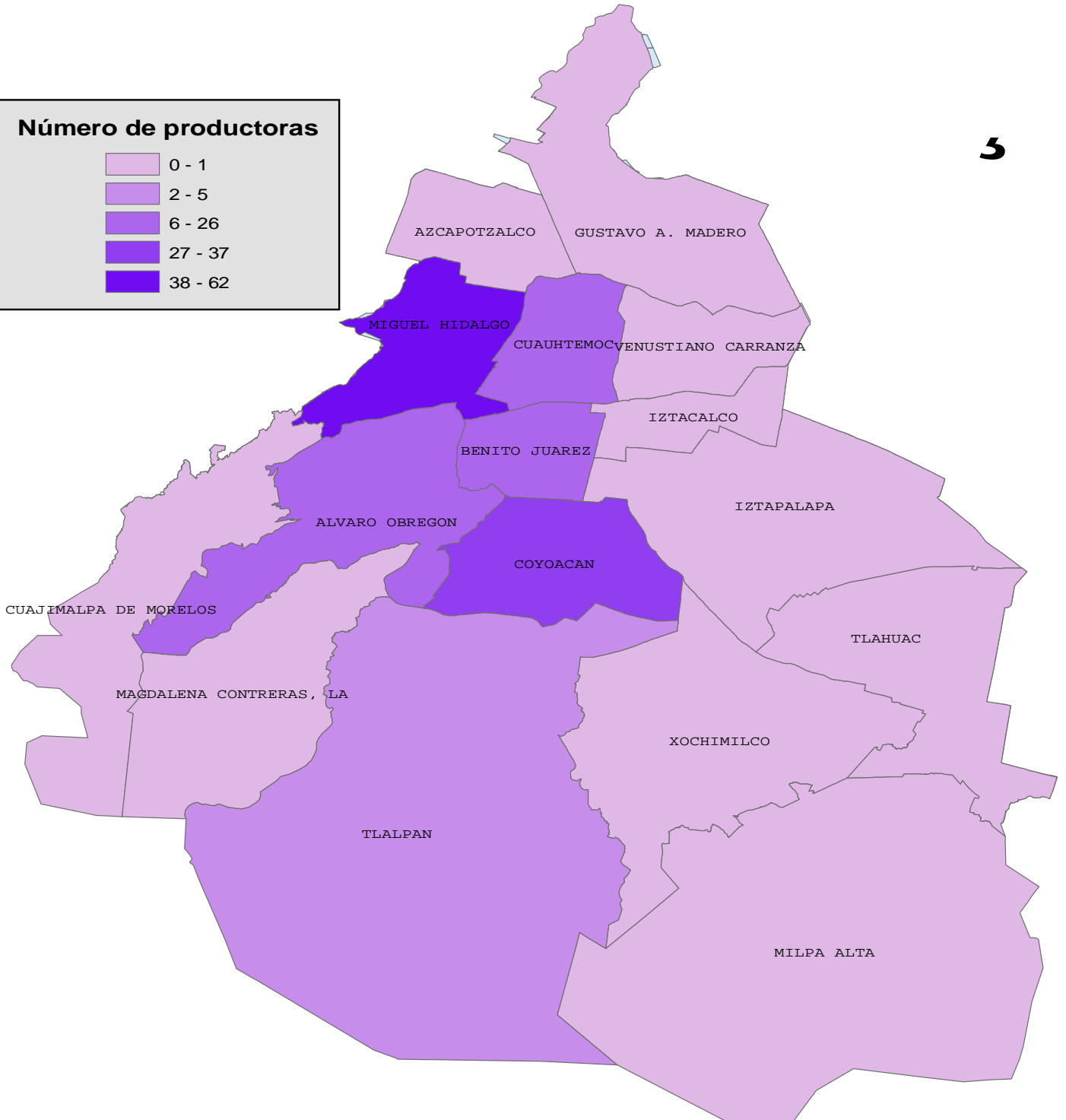
Fuente: realización propia basada en la elaboración del directorio de productoras

## Compañías de producción cinematográfica en la Ciudad de México

*Concentración de firmas por delegaciones políticas*



5





Algunos sectores económicos sobresalientes en la Ciudad de México solo implican una mayor concentración respecto al resto del país, sin embargo, no son necesariamente dinámicos sino la base de operación de oligopolios nacionales y transnacionales que se benefician de su relación con las elites del poder o de políticas económicas federales.<sup>435</sup> La ciudad está especializada económicamente en los “servicios financieros, de seguros y actividades inmobiliarias”, así como en los “servicios al productor” desde principios de los años noventa. Sobresalen también los sectores de transportes y telecomunicaciones incluyendo la producción televisiva. Hay un alto número de subsectores especializados comerciales y de servicios relacionados con los ya mencionados.<sup>436</sup>

Como se comentó en apartados anteriores, los servicios financieros, de transportes, telecomunicaciones y servicios al productor (contadores, asesores fiscales y financieros, abogados, agencias de publicidad, consejeros políticos) son fundamentales para la producción cinematográfica y la ciudad de México está especializada en ellos. Estos servicios han tenido la función de integrar las economías regionales/nacionales con la economía mundial y han vinculado las diferentes partes de las cadenas globales de producción.<sup>437</sup>

El mismo patrón de concentración lo experimenta el capital cultural de la ciudad, por su más alto grado educativo, su tradición humanística, artística y multicultural.<sup>438</sup> En la ciudad se concentran la mayoría de las escuelas de cine y artes audiovisuales, asimismo, permanece en ella la memoria histórica y los restos de la estructura institucional de la época del Cine de Oro Mexicano como los sindicatos, la Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas, la Asociación de Productores y Distribuidores de la República Mexicana y los Estudios Churubusco. El D.F. concentra también el 16% de las salas de todo el país y un tercio de las ganancias en taquilla.<sup>439</sup>

---

<sup>435</sup> Tales son los casos del rescate a la banca de 1997, la carencia de licitación en las concesiones de televisión en el último medio siglo y en la privatización de Teléfonos de México, la injerencia de empresarios en la arena política mexicana y sus simpatías y diferencias con presidentes de la República.

<sup>436</sup> Datos propios obtenidos mediante la aplicación del coeficiente de la especialización local para los sectores mencionados con datos del INEGI, Censos económicos 2003. Corroborados en Parnreiter, *Op. cit.*

<sup>437</sup> Las metrópolis son ambientes propicios para su establecimiento y demanda. En el sector de servicios al productor hay grandes empresas de Londres y EU que establecen en México sus oficinas regionales y que califican a la ciudad como la primera de su tipo en América Latina. Lo anterior coadyuva a que en la ciudad de México se presente la concentración de matrices de las grandes empresas de capital extranjero por las ventajas de aumento de ventas, de participación de capital extranjero, del volumen de importaciones y exportaciones, concentración de la IED y de servicios financieros. Tras la privatización de teléfonos de México la ciudad se convirtió en una red global de telecomunicaciones (servicios tradicionales como teléfono, red con EU, Internet) lo que la hizo concentrar flujos de información del país. La concentración significativa en la Ciudad de México también la posiciona dentro de la red global de viajes aéreos y genera un sector de transportes y servicios relacionados conformando una red nacional. V. *Ibid.*

<sup>438</sup> Socialmente hablando, hay una desigual distribución del ingreso, donde la riqueza está concentrada en el 10% de la población; la concentración educativa, de participación política y las oportunidades de expresión cultural a nivel hegemónico (si bien la cultura no puede ser acotada o eliminada de la población en general) están también acotados en sectores sociales muy específicos. La concentración política en las elites ha sido fruto de un proceso histórico

<sup>439</sup> Gómez García, “El Impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 295.

*Sin embargo, la aglomeración de la actividad cinematográfica en México no implica necesariamente el establecimiento de vínculos eficientes entre los agentes económicos participantes (empresas, instituciones, trabajadores) y la generación de rendimientos económicos crecientes, tema que abordaremos en el capítulo cuarto. Dada la actual descapitalización del sector y la limitada derrama económica derivada de la interacción entre los actores económicos, gran parte de las economías de aglomeración dependen del subsidio gubernamental, es decir, de aportaciones externas y no de ingresos propios.*

Nuestras reflexiones coinciden con las de Christof Parnreiter, quien dice “la ciudad de México es una *ciudad global relé*”, que tiene flujos de centralidad indispensables para el sistema capitalista, sin embargo, a diferencia de las *ciudades globales alfa*, las ciudades *relé* son singularmente reemplazables por su importancia y relación con el exterior. “De tal modo se puede concluir, [...] que el alcance de la Ciudad de México no traspasa su territorio y economía.”<sup>440</sup> Su relación con lo global está en función del centro con su carácter de periferia mundial.<sup>441</sup>

El distrito industrial cinematográfico de la ciudad de México siguió los beneficios de la urbanización como razones para su localización, inició un proceso de concentración exitosa durante los años 40 (favorecida por sus relaciones externas con el cine estadounidense y el contexto de la segunda guerra mundial)<sup>442</sup> para posteriormente mostrar signos de estancamiento y decadencia. Sin embargo, permaneció como centro nacional de producción fílmica en una larga fase de estancamiento y hasta recientemente parece mostrar los signos del incremento en una renaciente aglomeración, cuyo futuro depende, al parecer una vez más, de los vínculos nacionales-regionales-globales.

El distrito industrial cinematográfico de Los Ángeles se encuentra, desde hace varias décadas en la tercera fase del proceso de aglomeración, después de haber pasado por una primera fase de localización siguiendo alguna razón geográfica preexistente o incluso azarosa y una segunda fase en la que empezó a destacar sobre otras regiones. La tercera etapa corresponde a la construcción del distrito sobre sus ventajas competitivas, la extensión y consolidación de su alcance de mercado. Una vez que las economías de aglomeración empezaron a funcionar, la decisión de localizarse en esa región aumentó por las ventajas que representaba. Es en esta etapa de consolidación del distrito industrial que algunas fases de la producción pueden realizarse en otros puntos geográficos, como es el caso de los rodajes en Vancouver, Canadá.

<sup>440</sup> Parnreiter, *Op. cit.*

<sup>441</sup> *Ibid.*

<sup>442</sup> Peredo Castro, *Op. cit.*

La localización industrial cinematográfica de Vancouver responde a la lógica de una plataforma satelital de compañías de propiedad externa o subcontratadas a nivel regional. En Vancouver han sido determinantes las producciones fugitivas hollywoodenses atraídas por la proximidad geográfica, el idioma en común, las similitudes de paisajes naturales y culturales, el aprovechamiento de los servicios e infraestructura de la ciudad y sobre todo, por la tasa de cambio diferencial favorable a los productores estadounidenses.

Toronto ha sido históricamente el centro líder de producción en medios de Canadá, además de tener sobre otras regiones canadienses la ventaja del primer motor, cuenta con infraestructura, capital humano, social y cultural, así como, un marco institucional que lo hace ser el distrito con mayores posibilidades para desarrollar un aglomerado cinematográfico "indígena" en Canadá de habla inglesa.

### 3.3 INFRAESTRUCTURAS INSTITUCIONALES DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN MÉXICO

La importancia de este apartado resalta si recordamos los supuestos de la economía institucional y a los autores fundamentados en la teoría de la regulación cuando afirman que:

los agregados económicos complejos (tales como, los sistemas económicos nacionales o urbanos) nunca podrán reproducirse exitosamente a sí mismos a lo largo del tiempo sobre la base de puras relaciones de mercado atomizadas. [...] Agregados como estos no podrían virtualmente operar de manera exitosa sin un mínimo de apoyos colectivos (ya sean gubernamentales o civiles) y, en muchos casos el desempeño económico puede ser fomentado ahí donde los mercados están complementados por arreglos institucionales apropiados.<sup>443</sup>

Al observar el abanico de organizaciones institucionales públicas, privadas y civiles relacionadas al sector de la industria cinematográfica en México, podría sorprender el radio tan completo que abarca, prácticamente cubriendo toda la cadena de valor desde la formación educativa del trabajador creativo y técnico, hasta asociaciones de consumidores finales cinematográficos pasando por organizaciones empresariales de las ramas productiva, de distribución y exhibición.

Toda esta paleta de variadas instituciones comprende objetivos tan distintos como representar los intereses de un sector social o fungir como grupos de presión; algunas hacen una labor de formación de capital humano, canalización de información y conocimiento, gestión,

---

<sup>443</sup> Scott, "French cinema.... *Op. cit.*

protección, regulación; otras tienen como función resguardar, auditar, vigilar, autorizar, defender, investigar, idear, producir, etc. Todas ellas contribuyen a la creación de actividades y actitudes convencionalizadas, hábitos y dinámicas rutinarias que conforman el tejido social que rodea a las relaciones de mercado de la industria cinematográfica. Lo anterior no significa que algunas de estas formas institucionales no tengan intereses y prácticas contrarias entre sí, de hecho, la magnitud del poder e injerencia entre los agentes de este arreglo institucional varía. También difieren en su antigüedad, su trayectoria histórica, sus problemáticas internas, en su voluntad y capacidad de cambio. De manera individual, refiriéndonos a cada institución, o de manera general, refiriéndonos al arreglo institucional en su conjunto, existen trayectorias que en menor o mayor grado siguen patrones dependientes en sus prácticas.

Aquí es pertinente preguntarnos ¿El arreglo institucional que envuelve a la industria cinematográfica en México es apropiado para fomentar su desempeño económico? Si bien esta pregunta será respondida hasta el siguiente capítulo, es conveniente no perderla de vista. A continuación describiremos el arreglo institucional que enmarca a la industria cinematográfica en México.

### 3.3.1 Las instituciones del sector público

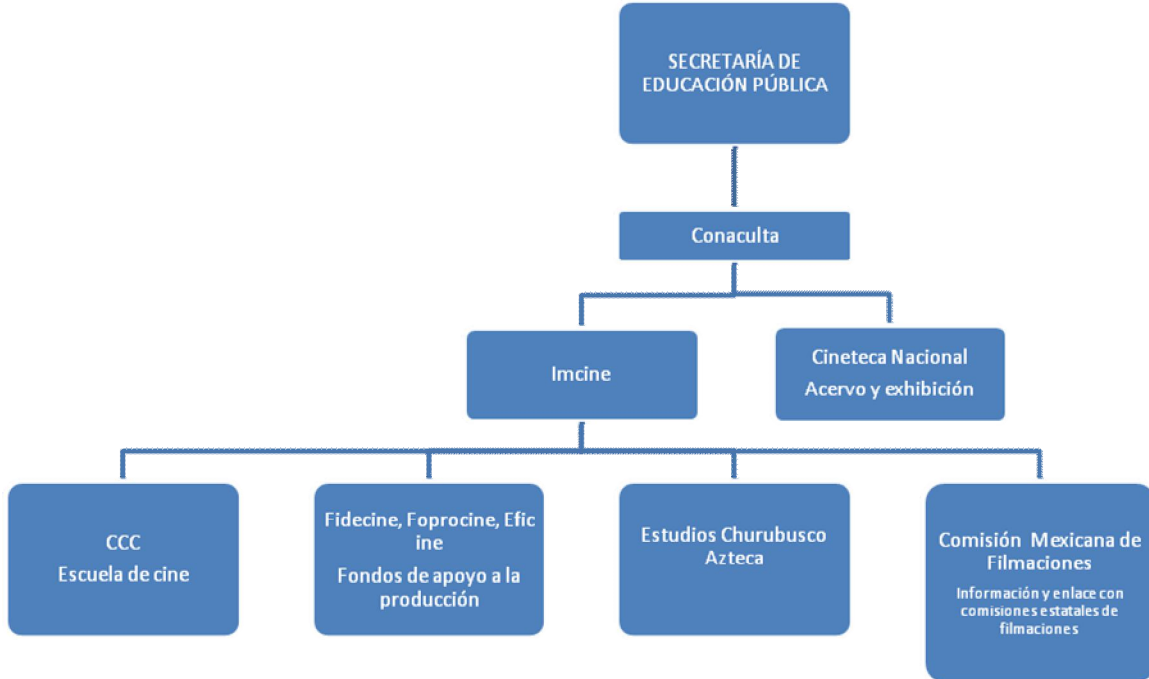
Los presupuestos estatales referentes a las instituciones de cinematografía dependen de la discrecionalidad del ejecutivo<sup>444</sup> y de las políticas sexenales del Plan Nacional de Desarrollo, que para 2007-2012 menciona: “Especial relevancia tiene el impulso a la creación y exhibición cinematográficas por ser la creación fílmica una expresión de la identidad y la idiosincrasia nacionales que día a día obtiene mayor prestigio en el país y en el extranjero.”<sup>445</sup> Es pertinente observar el énfasis en su importancia cultural pero no en su relevancia económica e industrial.

Actualmente, las entidades federales directamente relacionadas con la industria cinematográfica dependen de la rectoría de la Comisión Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) de la Secretaría de Educación Pública. Tales son los casos del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) y del a Cineteca Nacional.

---

<sup>444</sup> Sólo algunas cuestiones abordadas en la Ley federal de Cinematografía de 1998 y la Ley del Impuesto Sobre la Renta dan continuidad de políticas de apoyo a la producción a través del establecimiento de los fondos de financiamiento, aunque sus montos dependen año con año de la voluntad del ejecutivo.

<sup>445</sup> *Plan Nacional de Desarrollo, 2007-2012*. Objetivo 21, Estrategia 21.2, Apartado 3.8.



**Diagrama 1. Instituciones parasectoriales del cine en México. Fuente: realización propia**

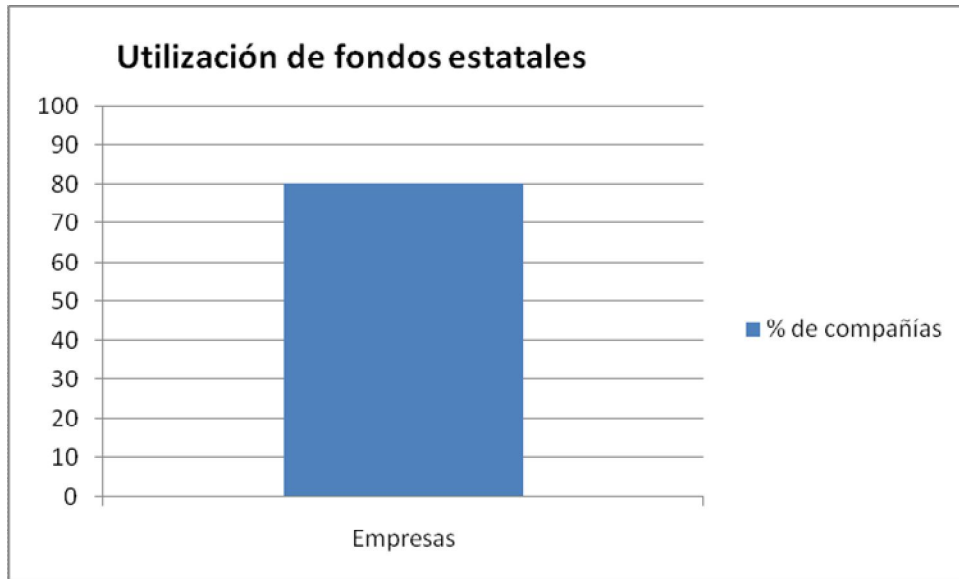
El Imcine, creado en 1983, es el encargado de promover el cine mexicano. Actualmente coordina apoyos logísticos, técnicos<sup>446</sup> y financieros<sup>447</sup> de proyectos productivos y creativos. También promueve culturalmente los productos cinematográficos a través de un programa semanal en la televisión pública,<sup>448</sup> una revista, su página en línea y la labor de difusión que se hace a través el apoyo y la participación en festivales y, la exhibición en circuitos culturales del país.

El Imcine es de suma importancia para el sector productivo. El 80% de las casas productoras encuestadas se ha beneficiado de sus fondos: Fidecine, Foprocine o Eficine.

<sup>446</sup> A través de los Estudios Churubusco Azteca.

<sup>447</sup> A través del Eficine, Foprocine y Fidecine.

<sup>448</sup> Cinesecuencias, Canal 22.



**Gráfica 16. Utilización de fondos estatales.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

De esta instancia estatal depende el Centro de Capacitación Cinematográfica, institución educativa que forma cineastas de tipo creativo.<sup>449</sup> Por otro lado, la Comisión Nacional de Filmaciones está integrada a las funciones de la Dirección de Apoyo a la Producción del Imcine. Esta comisión provee información sobre asuntos relativos a las necesidades de la producción audiovisual en el país tanto a productores nacionales como extranjeros y sirve de enlace entre las comisiones de filmaciones de los estados o sus equivalentes.

Una de las funciones clave del Imcine es su capacidad de generar propuestas políticas mediante su participación, “bajo la coordinación del Conaculta, en la elaboración del Plan Nacional de Cultura y en la estructuración de sus propios planes para lograr los objetivos fijados en el Plan Nacional de Desarrollo.”<sup>450</sup>

La antigua Comisión Nacional de Filmaciones estuvo a cargo del Imcine, posteriormente y durante tres años fungió como asociación civil para obtener sus propios recursos, recibía apoyo gubernamental pero no le rendía cuentas a nadie. Fue el STPC el que advirtió sobre la irregularidad y el peligro de haberla “desincorporado, no licitado, y [...] (que hubiera) cero apoyo a productores mexicanos, cero apoyo a sindicatos [...] Nos pareció muy grave que debíamos recurrir a una

<sup>449</sup> Directores, cinefotógrafos, etc.

<sup>450</sup> Entrevista a Hugo Villa, Director de Servicios de Apoyo a la Producción (Imcine), México DF, 03/06/2008.

entidad privada, que es una asociación civil, sin tener nosotros conocimiento oficial de que esto había ocurrido.”<sup>451</sup> La Conafilm,

Comenzó a expandir su cartera de acción al Instituto Nacional de Migración y no permitía que la ANDA ocupara actores extranjeros, si no era con la venia de la comisión; también se saltó a la Sección de Directores, habiendo una tradición de más de 40 años en los que los sindicatos eran los que daban la venia. De pronto nos encontramos con la sorpresa de la nueva dinámica, (Sergio Molina) la negaba, pero luego conseguimos un documento del instituto (de migración) en el que se decía que él tenía que dar la venia a los sindicatos como requisito.<sup>452</sup>

Tras el escándalo, la Conafilm regresó al tutelaje del Imcine y se renombró Comisión Mexicana de Filmaciones.

Por otro lado, la Cineteca Nacional, fundada en 1974, se compone de: 1) La Dirección de Acervos, que administra el rescate, clasificación, conservación, restauración y preservación de las obras cinematográficas más destacadas de México y el mundo; así como de 2) De la Dirección de Difusión y Programación, dedicada a la difusión de lo mejor del cine nacional y mundial. Tiene también una biblioteca y una hemeroteca con más de 10 mil títulos y 500 publicaciones periódicas sobre el cine y medios audiovisuales.

El éxito de la Cineteca Nacional en la parte de exhibición en los últimos años es perceptible a través del número de asistentes a sus salas, su recaudación en taquilla y el prestigio de calidad en su programación.<sup>453</sup> Sin embargo, su alcance geográfico y de infraestructura es limitado: sólo tiene ocho salas disponibles en una sola sede en el D.F. a pesar de ser una institución federal.

Hay también todo un conjunto de órganos estatales vinculados sólo de manera indirecta con la industria cinematográfica mexicana, es decir, que tienen facultades sobre el sector aunque el ámbito de sus operaciones es mucho más extenso.

Bajo la jerarquía de la Secretaría de Educación Pública, tenemos el caso del Instituto Nacional de Derechos de Autor (Inadutor) que lleva a cabo los registros nacionales de derechos de autor según lo marcan la Ley Federal de Derechos de Autor, su reglamento y las sanciones penales

---

<sup>451</sup> Marcela Fernández Violante entrevistada por Huerta, “Conafilm volverá a ser de Imcine”, *El Universal*, Viernes 13 de octubre de 2006  
Espectáculos, página 21.

<sup>452</sup> *Ibid.*

<sup>453</sup> Cuyos boletos de entrada no son mayores a los \$30 pesos. Entrevista a Susana López, Directora de Difusión y Programación de la Cineteca Nacional, México DF, 16/05/2008.

aplicables en caso de su violación. Esta ley fue modificada en 1997, en ella se conserva la tradición latina de proteger la figura de los derechos colectivos en la producción de conocimiento y de distinguir esa propiedad intelectual de la propiedad industrial, siendo la primera inalienable. Es decir, en esta tradición los creadores nunca pierden el derecho de propiedad sobre su obra. Según la Sociedad Mexicana de Directores y Realizadores de Obras Audiovisuales, la ley no es la más adecuada, pero les ha permitido demandar a las empresas el cobro de las regalías que les corresponden.<sup>454</sup> Esta normatividad es incompatible con la anglosajona donde la protección de la propiedad intelectual de los individuos puede ser relegada a manos del productor o de una empresa. Esta visión comercial y lucrativa de la creación es imperante en las organizaciones internacionales que plantean la liberalización de las industrias culturales donde “la cultura se enmarca bajo las estrategias del capitalismo global.”<sup>455</sup>

Otra de las entidades estatales involucrada en la defensa de derechos, pero en este caso, derechos laborales de los empleados cinematográficos es la Secretaría del Trabajo.

La Comisión Federal de Competencia (CFC o Cofeco) es dependiente de la Secretaría de Economía y la encargada de garantizar la libre competencia económica y la libre concurrencia en el país. Tiene la función legal de investigar, vigilar, recomendar y sancionar los casos de prácticas monopólicas, competencia desleal y existencia de monopolios entre los agentes económicos que operan en territorio nacional. La conformación de una estructura de mercado oligopólica en dos de las ramas de la industria cinematográfica debería de atraer especial interés por parte de esta Comisión. Sin embargo, su credibilidad puede ponerse en duda con casos tan evidentes y generales de impunidad dentro de la economía del país como la existencia del monopolio en la telefonía fija y las prácticas oligopólicas de los bancos comerciales. En ambas situaciones el consumidor mexicano es afectado directamente por las altas tarifas y comisiones si se compara con los consumidores del resto del mundo. ¿Y qué decir de los altos precios en la taquilla cinematográfica? Cabe mencionar la investigación sobre las distribuidoras cinematográficas transnacionales en México en el año 2000 por su presunta responsabilidad en prácticas monopólicas de discriminación a exhibidores independientes, polémica que se abordará en el apartado 3.4.1.<sup>456</sup>

---

<sup>454</sup> Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

<sup>455</sup> Yúdice en Gómez García, “El impacto del Tratado de Libre Comercio...”, Op. cit., p. 157.

<sup>456</sup> Hubo irregularidades en el proceso de investigación, los tiempos no fueron los estipulados por la legislación, las distribuidoras transnacionales se defendieron y las conclusiones tardías de la Cofeco les fueron favorables. V. Lay Arellano, *Análisis del proceso...*, Op. Cit. Sin embargo, las entrevistas realizadas para este estudio a exhibidores independientes indican la existencia de prácticas discriminatorias y condicionadas a éstos frente a lo que pareciera una colusión de las distribuidoras transnacionales con el oligopolio de exhibición en México. Ver apartado 3.4.1 sobre la distribución y exhibición.



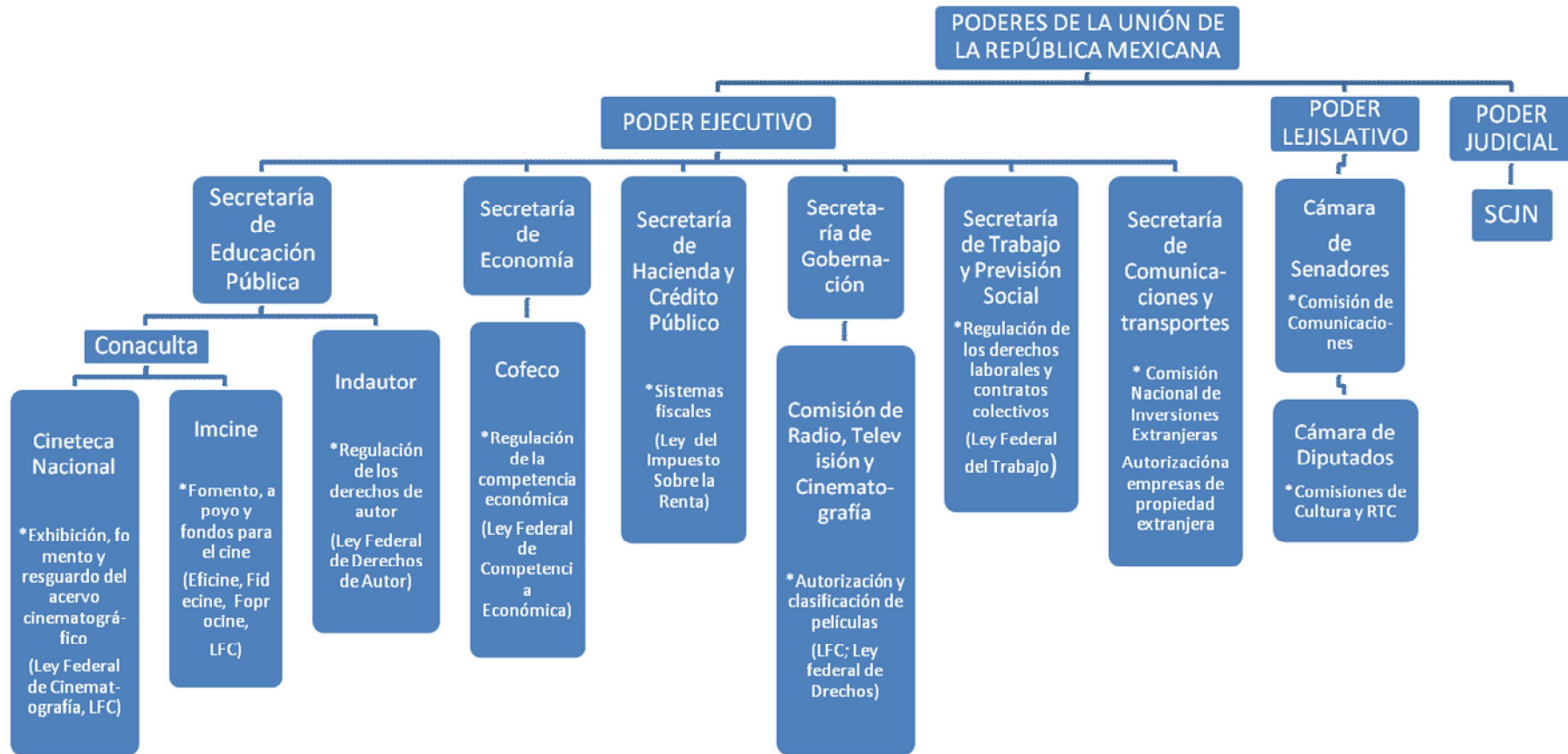


Diagrama 2. Instituciones estatales relacionadas con el cine en México. Fuente: realización propia

De suma importancia es la Secretaría de Hacienda y Crédito Público no sólo por su labor administrativa, sino política y ejecutiva; así como, por ser la supuesta encargada de la redistribución de la riqueza en el país mediante las recaudaciones impositivas. La SHCP generó la tasa cero del IVA a producciones extranjeras en territorio nacional<sup>457</sup> y el estímulo a la rama de exhibición mediante la devolución del IVA a aquellos que inviertan en la expansión de salas.<sup>458</sup> Esta instancia administra el procedimiento de incentivo fiscal marcado por las reformas al artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta conocido como Estimulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Cinematográfica Nacional (Eficine).<sup>459</sup> Cabe recordar el rechazo rotundo inicial de la SHCP a la iniciativa que proponía este estímulo, así como, la lenta entrada en vigor de la legislación ya aprobada.<sup>460</sup> Por otro lado, ésta secretaría se encarga de percibir lo correspondiente del gravamen a la renta de las compañías distribuidoras transnacionales en cuanto a lo estipulado en la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Por su parte, dependiente de la Secretaría de Gobernación, está la Dirección Nacional de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) que establece las tarifas por los derechos de exhibición pública y comercialización de largometrajes dependiendo de su clasificación en grupos de edad. Películas para todo público (A), para adolescentes en adelante (B), para adultos de 18 años en adelante (C), películas para adultos, con sexo explícito, lenguaje procaz o alto grado de violencia (D).<sup>461</sup>

Hay que mencionar que dentro del Poder Legislativo, a través de distintas comisiones, los legisladores han generado debates y apoyado o rechazado iniciativas de ley que afectan directamente a la industria fílmica. Y finalmente, la Suprema Corte de Justicia del Poder Judicial ha tenido bajo su jurisdicción la concesión de juicios de amparo, la creación de jurisprudencia y derogación legal de algunos puntos legislativos controversiales que implicaban conflictos de interés en la industria cinematográfica.

Todas las instituciones arriba mencionadas han fungido también como entidades que manifiestan sus variadas opiniones de apoyo o rechazo a ciertas iniciativas legislativas y políticas cinematográficas. *Pero tan sólo el 43.33 % de las firmas productoras consideran que sus intereses*

---

<sup>457</sup> Ugalde, *Op. cit.*, p. 53.

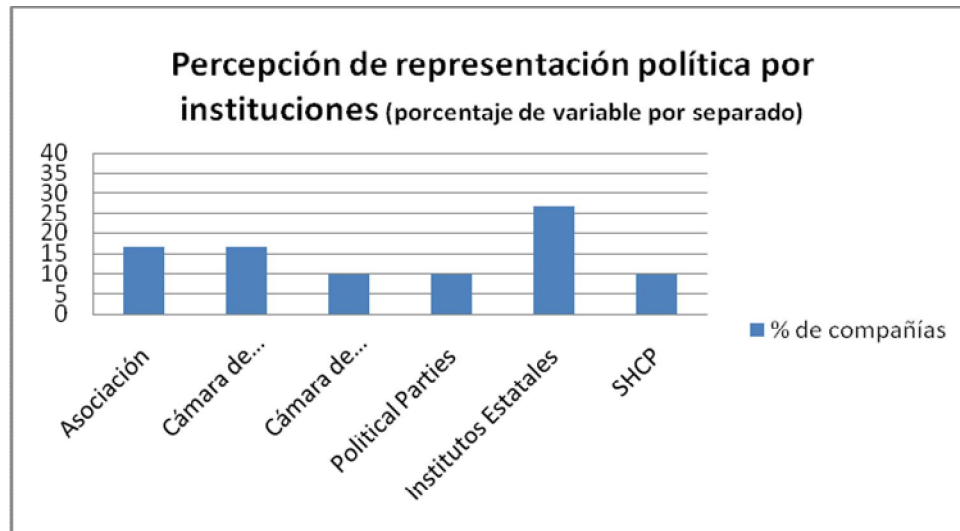
<sup>458</sup> Las únicas con la capacidad de reinvertir el 15 % de sus ganancias en la expansión de salas son las grandes cadenas de exhibición. Ver apartado sobre distribución y exhibición.

<sup>459</sup> Actualmente este tipo de apoyo se encuentra en peligro dada la estipulación de la Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETSU): "Para el año próximo, algunas empresas dejarán el ISR para sumarse al Impuesto Empresarial a Tasa Única, con lo que no podrán participar en la producción de cine." Huerta, "En 2008 incrementarán costo de boletos de cine," *El Universal*, Sábado 15 de diciembre de 2007.

<sup>460</sup> Que llegó al tope de 500 millones de pesos en el lapso 2006-2007. *Informe anual*, Incine, 2007.

<sup>461</sup> Artículo 25 de la Ley Federal de Cinematografía.

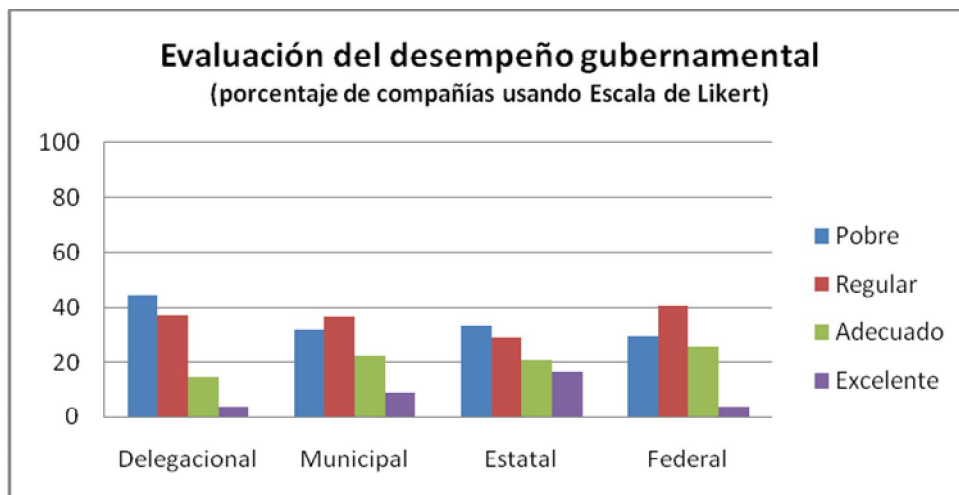
como empresas y como sector están representados a nivel político. Además, las empresas productoras cinematográficas que respondieron los cuestionarios para esta investigación demuestran insatisfacción con la representación política de los intereses del sector por parte de algunas instancias estatales.



**Gráfica 17. Percepción de la representación política por las instituciones.**  
Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta

La gráfica muestra cifras muy bajas: el 26.67 % de los encuestados considera que es representado por las institutos estatales (como el Imcine o el Indautor), el 16.67 % opina que es representado por la Cámara de Diputados. El 10 % menciona a la Cámara de Senadores, los partidos políticos y a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público como representantes políticos de sus intereses.

Suponiendo que las relaciones institucionales pueden influir en el desempeño económico de las empresas productoras se ha considerado su opinión respecto a los trámites de gestión, autorización y permisos en los que puede estar involucrada una firma de producción cinematográfica: desde la creación de una compañía, la obtención de permisos de rodaje, las declaraciones de impuestos, la utilización de subsidios, etc. *Al medir el desempeño gubernamental se encontró que en términos generales, éste ha sido evaluado pobremente por los encuestados.* El peor desempeño lo obtuvo el nivel delegacional. El mejor evaluado en términos relativos fue el nivel estatal, seguido del federal y del municipal.



**Gráfica 18. Evaluación del desempeño gubernamental.**  
Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta

### 3.3.2 Las instituciones del sector civil

La sociedad cinematográfica se ha organizado de distintas maneras dependiendo de los objetivos de representación de intereses de grupos, defensa laboral, económica y legal.

La Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas, AC, fue creada desde 1946 para promover los avances artísticos, científicos y técnicos, así como para otorgar reconocimiento público a los trabajos excepcionales de cineastas en la ceremonia de los Arieles. Si bien este evento es una buena plataforma para la crítica y el prestigio de cineastas, no garantiza como su homóloga ceremonia de entrega de los Óscars en EU, ser el trampolín para una fuerte publicidad en los medios ni buenas ofertas de distribución y exhibición:

Luz Silenciosa, la película de Carlos Reygadas que ayer se erigió como la máxima ganadora de los premios, no ha sido vista en todo el país. Su distribución ha sido limitada. Lo mismo sucede con otros filmes como *Cobrador in God We Trust* de Paul Leduc, cuya distribución aún no está garantizada en las salas comerciales.<sup>462</sup>

La Academia sigue siendo un buen esfuerzo emprendido por los propios realizadores para realizar trabajos de investigación, preservación y difusión de las artes y ciencias cinematográficas.

<sup>462</sup> “De emos y arieles”, Miércoles, marzo 26, 2008. [En línea] Archivo disponible en <http://freakradioproducer.blogspot.com/2008/03/de-emos-y-arieles.html>, consultado en febrero, 2008.

A nivel gremial destacan las sociedades de gestión colectiva como la Sociedad General de Escritores Mexicanos (SOGEM), la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, la Sociedad de Autores y Compositores de Música (SACM) y la Sociedad Mexicana de Autores de Fotografía Cinematográfica (AMC). Estas organizaciones están constituidas como sociedades de interés público en defensa de los derechos de autor de sus miembros y como intermediarios que autorizan la utilización de las obras y reciben el pago correspondiente a las regalías por el uso de éstas. Las sociedades realizan el registro de derechos de autor ante el Indautor y proveen de asesoría jurídica y fiscal en esta materia además de fungir como representantes legales de sus afiliados. En las industrias culturales inciden las legislaciones de derechos de autor, que son en la práctica gestionadas por este tipo de sociedades, y las legislaciones laborales defendidas por los sindicatos de trabajadores, organizaciones que abordamos anteriormente. La aplicación de la ley de derechos de autor es esencial dada la naturaleza industrial y cultural del producto cinematográfico que es una creación que será reproducida masivamente y que requerirá el cuidado y protección de la obra y sus creadores.<sup>463</sup>

Además las sociedades de gestión representan políticamente los intereses de sus gremios y están involucradas en la búsqueda de beneficios sociales para ellos mediante la discusión de los problemas de interés común y la articulación e impulso de demandas. Su labor fomenta también la profesionalización, la difusión de la bolsa de trabajo, el intercambio de información, experiencia y conocimiento al incrementar el contacto entre sus miembros mediante la organización de cursos, eventos, congresos, etc.

*Las sociedades gremiales crean estrategias y alianzas con sociedades de otros gremios, con proveedores de servicios e instituciones relacionadas a la industria, de tal modo que cumplen también objetivos de vinculación y enlace.*

Además existen asociaciones civiles que buscan canalizar esfuerzos, representar los intereses de sus miembros de forma organizada y convertirse en grupos de presión o representación política de ser necesario. Es el caso de la Asociación Mexicana de Productores Independientes (AMPI), la Asociación Mexicana de Estudios y Laboratorios de Doblaje y TV AC, la Asociación Mexicana de Cineastas Independientes (AMCI), la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, Cinérgica, la Asociación de Mujeres en el Cine (de la red Women in Film and Television International), la Federación Mexicana de Cooperativas de Cine y Video, etc.

---

<sup>463</sup> Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

Las cooperativas surgieron en la década de los 50 con “Alianza Cinematográfica”; en los años setenta se creó “Río Mixcoac.” Ambas fueron alternativas a la falta de recursos y la imposibilidad de jóvenes cineastas de acceder a la producción en las empresas privadas y los sindicatos de la época. Las cooperativas dentro del contexto de rigidez de los sindicatos, permitieron a productores y directores independientes hacer películas en un ambiente en el que podían escoger el equipo de trabajo que ellos querían.<sup>464</sup> Más tarde, los mismos sindicatos participaron como socios de las cooperativas. En palabras de Víctor Ugalde “descubrí que filmar una película puede ser un placer. [...] Si se trata de filmar yo si quiero trabajar con la gente que yo crea capaz y con gente con la que me sienta bien, [...] es muy estresante dirigir como para que encima tengas que trabajar con alguien que ni conoces.”<sup>465</sup> En la década de los 80, las cooperativas llegaron a producir el 15 % de la filmografía nacional.<sup>466</sup> Hoy en día existen 13 cooperativas<sup>467</sup> y una federación de cooperativas fundada en 1989: la Federación Mexicana de Sociedades Cooperativas de Cine y Medios Audiovisuales, SCL, Fecinema. La federación reúne a más de trescientos cinematografistas<sup>468</sup> y “coproducen entre sí, con la iniciativa privada, con países latinoamericanos y con los fondos de producción cinematográfica que coordina Imcine.”<sup>469</sup>

En México existen cerca de 50 festivales y muestras de cine en toda la república; algunos están especializados en largometrajes, video, documentales, cortos o mediométrajes, otros más obedecen a ejes temáticos. Entre los más destacados están el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (FICCO), el Festival Internacional de Cine en Guadalajara y Festival Internacional de cine de Morelia. Los festivales de cine tienen como objetivo generalmente la difusión de un cine que de otra manera no sería visto en los circuitos comerciales (aunque estas cadenas participen cada vez más en dichos eventos). Los circuitos alternativos que crean los festivales son esfuerzos por mostrar una diversidad cinematográfica aunque sea por una semana al año. A diferencia de los grandes festivales internacionales, los festivales locales no funcionaban hasta recientemente (que se han hecho esfuerzos de *pitching*) como mercados de películas donde productores ofrecen tratos de distribución a compañías distribuidoras, aunque los

<sup>464</sup> Los sindicatos solían imponerles personal que en ocasiones era hasta innecesario.

<sup>465</sup> Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

<sup>466</sup> Saavedra, *Op. cit.*

<sup>467</sup> Cooperativas de producción y servicios: Katarsis, Comunicación y Media SCL, Séptimo Arte SCL, Lagartija Negra Cooperativa Cinematográfica SCL, Mascarada SCL, Medios Creativos en Publicidad e Imagen SCL, Festival de Canes SCL, Esfera Films SCL, Instituto Ruso mexicano de Arte, Cine y Actuación “Serguei Eisenstein” AC, Cine Centros Digitales SCL, Cinematográfica de Trabajadores Independientes SC de RL Sindicato ANCITI, Ars Ludis SCL, Cooperativa Salvador Toscano SCL, Historietas y Artes Visuales, SC de RL y CV.

<sup>468</sup> Entre los cuales hay técnicos, manuales, directores, productores, guionistas, fotógrafos, directores de arte, editores, actores, historietistas, publicistas, cortometrajistas, documentalistas, videoástas, cineastas de animación, profesores de cine y actuación, etc.

<sup>469</sup> Federación Mexicana de Cooperativas de Cine y Video. [En línea] Archivo disponible en <http://www.irm.edu.mx/fecinema.html>, consultado en Internet el 14 de abril de 2008.

más importantes sí fungen como escaparates que dan a conocer a los medios de comunicación las nuevas producciones.

Por último, cabe mencionar la existencia de fundaciones dedicadas a conservar acervos históricos y colecciones de películas, a financiar producciones filmicas y publicaciones relacionadas, así como, a apoyar el trabajo creativo y académico.<sup>470</sup>

### 3.3.3 Las instituciones académicas

El Centro de Capacitación Cinematográfica dependiente del Imcine es una de las dos instituciones públicas de educación superior dedicadas a formar cineastas profesionales; la otra escuela pertenece a la Universidad Nacional Autónoma de México, el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (1964). Sus sociedades de exalumnos son componentes más de la sociedad civil cinematográfica. Ambas escuelas se encuentran en la Ciudad de Mexico y son las instituciones académicas cinematográficas más prestigiadas, sin embargo, cuentan con muy pocos lugares de admisión. Debido a lo anterior, se han creado numerosas escuelas privadas que han ampliado la oferta educativa en la ciudad.<sup>471</sup>

El análisis del sector productivo mostró que el 30 % de las compañías productoras encuestadas han estado vinculadas en cierta medida a las escuelas de cine; probablemente por el empleo de egresados, por actividades paralelas de docencia, por la coproducción, realización de eventos o de proyectos creativos en conjunto.



**Gráfica 19. Vinculación con actividades académicas.**

**Fuente: realización propia basada en información arrojada por la encuesta**

<sup>470</sup> Fundación Toscano, Fundación Nuevo Cine Latinoamericano, etc.

<sup>471</sup> Como el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, Campus Pedregal, Golem Media Lab, Instituto Ruso Mexicano Serguei Eisenstain, Arte 7, Centro, Centro de Capacitación para Productores, Centro de Estudios Cinematográficos Indi, Centro Internacional de Guionismo de Cine y Televisión, Cinemanía, Universidad del Cine AMCI, El Arte del Maquillaje, RO75 Training Center, Universidad del Claustro de Sor Juana, Instituto Cinematográfico Lumière, etc.

A principios de los años noventa, el CUEC y el CCC reestructuraron sus lineamientos y objetivos para preparar a sus alumnos a ingresar inmediatamente al mercado laboral ya fuera del sector público o del privado: se “requería una mentalidad compatible con el fin de siglo, con la modernización y con el liberalismo económico, sin descuidar la calidad y el compromiso del cineasta con su creación.”<sup>472</sup> Se habló de la necesidad del cine mexicano de conciliar el cine comercial con intereses precisos con el cine de pretensiones artísticas.

Las dos escuelas tienen vínculos importantes con la comunidad cinematográfica internacional: con el Sundance Institute, la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba, el Centro Internacional de Liaison des Écoles de Cinéma et Television (CILECT) y la Federación de Escuelas de la Imagen y el sonido de América Latina (FEISAL).<sup>473</sup>

### 3.3.4 Las instituciones del sector privado

La Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma, Canacine, fue constituida como una cámara industrial y empresarial desde 1942.

Sus objetivos eran 1) Representar los intereses de los industriales cinematográficos, 2) estudiar todas las cuestiones que afecten a la actividad industrial cinematográfica, 3) participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios, 4) ser órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades de las actividades industriales cinematográficas.<sup>474</sup>

Dado el buen desempeño de la industria cinematográfica durante la Época de Oro, se permitió que la cámara abarcara las tres ramas industriales; sin embargo, el declive económico de la industria hacia los años 50 provocó que la cámara perdiera su importancia hasta que en los 70, recibió el apoyo del gobierno como pago de la membresía de la cadena de exhibición que para entonces se había convertido en una paraestatal. Al finalizar el apoyo, “los intereses al interior de (Canacine) [...] comenzaron a chocar cada vez más, a razón de que los intereses de los productores comenzaron a ser más divergentes con los de los distribuidores y exhibidores.”<sup>475</sup>

Actualmente, a sus objetivos iniciales se han añadido ser el vínculo entre las empresas y la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía y hacer propuestas legislativas. Canacine está

---

<sup>472</sup> Saavedra, *Op. cit.*, p. 212.

<sup>473</sup> *Ibid.*

<sup>474</sup> Lay Arellano, *Análisis del proceso...*, *Op. cit.*, p. 46.

<sup>475</sup> *Ibid.*, p. 47



compuesta por la sección de productores de películas mexicanas, la sección de distribuidores de películas mexicanas, la sección de distribuidores de películas extranjeras, la sección de cortometraje, la sección de estudios, talleres y laboratorios, la sección de exhibidores en el DF y la sección de exhibidores en provincia.

Canacine ha fungido como grupo cabildero de los intereses de sus miembros económicamente más poderosos<sup>476</sup> tal como lo documenta la historia sobre el proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998. La Canacine se opuso a la cuota de pantalla de 30 % para el cine mexicano, a la prohibición del doblaje y a la creación de un fondo de apoyo a la producción a partir de la recaudación de un peso en taquilla. Tanto la industria del doblaje como los oligopolios de exhibición y distribución representados por la Canacine se movilizaron enérgicamente rechazando la propuesta de la llamada “sociedad civil cinematográfica” compuesta por los sindicatos, la Asociación Mexicana de Productores Independientes, sociedades gremiales de gestión, estudiantes de cine, la Federación de Cooperativas, entre otros.<sup>477</sup>

Como ocurre también con sus homólogas estadounidense y canadiense, la Motion Pictures Association of America y la Motion Pictures Exhibitors Association of Canada, dentro de la Canacine se encuentran empresas independientes que buscan beneficiarse de algunas de las facilidades que ofrece la organización colectiva y de los vínculos ágiles con dependencias gubernamentales, sin embargo, en otras cuestiones la representación de sus intereses se ve obstaculizada al ser éstos contrarios a los intereses de las empresas transnacionales de gran capital. De hecho, tanto la inclusión de ramas industriales con desarrollo económico desigual, como la de actores independientes, presenta una supuesta pluralidad de los miembros que conforman dichas asociaciones empresariales y con ello, las asociaciones obtienen mayor legitimidad.

---

<sup>476</sup> Demostrado por la Propuesta de Canacine para fortalecer la producción nacional de películas como contrapartida a la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998. La propuesta está firmada por los directivos del oligopolio de exhibición: Cinemark, Cinemex y Organización Ramírez, así como por la sección de distribuidores de películas extranjeras y la sección de talleres, estudios y laboratorios que contiene a la industria del doblaje. *Ibid.*, p. 109.

<sup>477</sup> *Ibid.*

Los Ángeles tiene una red importante de instituciones dedicadas a llenar vacíos informativos entre los mercados y los trabajadores o las empresas. Es el caso de agentes, directores de casting y managers. Además de las instituciones comentadas en el capítulo 2, proliferan también asociaciones civiles que representan intereses y objetivos colectivos como la Academy of Motion Picture Arts and Sciences cuyos objetivos son las relaciones públicas, publicitar y reconocer los talentos. Existen asociaciones gremiales como la Production Assistants Association, The Society of Motion Picture and TV Art Directors, Women in Film, la Stuntmens' Association y la Visual Effects Society, todas ellas proveen información, contactos, apoyo, capacitación, etc. Por último hay un número importante de escuelas que proveen oportunidades educativas y de capacitación. Hay universidades y colleges con programas de cine, televisión y medios como los diversos campus de la California State University, Los Angeles City College, Chapman University, Loyola Marymount University, los Angeles Film School, el American Film Institute, la School of Theater, Film and Television de UCLA y la School Cinema de la University of Southern California.

El marco institucional en Vancouver ha sido facilitador del desarrollo del distrito industrial. La British Columbia Film Commission (BCFC) jugó un rol esencial al combinar las producciones fugitivas, mediante tempranas alianzas con la agrupación de grandes estudios y compañías de producción (American Alliance of Motion Picture and Television Producers), con los sindicatos y productores locales (British Columbia Film and Television Producers Association, British Columbia Motion Picture Association).

Las escuelas de cine de Toronto son altamente reconocidas a nivel internacional y la ciudad consta también de instituciones gubernamentales de fomento, subsidio y promoción: Ontario Film Development Corporation que opera el Film Investment Program, así como, las oficinas provinciales de Telefilm Canadá y The National Film Board. (Ver capítulo 2).

Las instituciones gubernamentales han tenido un papel importante en mantener la economía canadiense orientada a las exportaciones y la tasa de cambio del dólar, además de crear los incentivos fiscales provinciales y federales para las producciones provenientes de Estados Unidos. (Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.*)

### 3.4 EL OLIGOPOLIO DE LA TELEVISIÓN, LA DISTRIBUCIÓN Y LA EXHIBICIÓN CINEMATOGRAFICAS EN MÉXICO

#### 3.4.1 Los oligopolios de la distribución y exhibición

Como mencionamos en el capítulo teórico, la economía institucional considera a las empresas como instituciones que lidian con las incertidumbres del mercado, en ese sentido, los oligopolios dan un

paso más adelante como instituciones que estructuran el mercado y que generan dinámicas económicas, políticas y sociales que benefician un grupo reducido de empresas.

Recordemos que la distribución de películas en México está compuesta por una quincena de compañías independientes cuya participación en el mercado es menor al 10%. Los negocios de distribución están dominados por un puñado de empresas transnacionales que obtienen el porcentaje restante: United International Pictures, Warner Bros-Videocine, 20th Century Fox y Buenavista Columbia Tristar.

La exhibición por su parte, está compuesta por unas 30 cadenas de cines, cuatro de ellas son grandes cadenas que controlan el 85% del mercado y el 87% de las pantallas:<sup>478</sup> Cinépolis (Organización Ramírez de capital mexicano), Cinemark (capital estadounidense), Cinemex (capital canadiense) y Multicinemas Estrella de Oro (capital mexicano).<sup>479</sup> Están dedicadas a proyectar películas de estreno (primera corrida) en complejos multisalas de lujo en áreas urbanas de más de 500 mil o 1 millón de habitantes y entre ellas rivalizan con el mismo tipo de producto (cine comercial), precios (que sólo el 20 % de la población mexicana puede pagar), servicios ofrecidos, sector demográfico socioeconómico e incluso área geográfica, pues en México no existe regulación alguna de límites territoriales entre negocios competidores. Existe también una cadena de tamaño mediano, Cinemas Lumière, dirigida a un mercado de menores ingresos económicos, con salas de menor comodidad y precios más bajos. El crecimiento exponencial de las cuatro grandes compañías inició con la reestructuración privatizadora y la apertura a la inversión extranjera de principios de los años noventa y fue ayudado por políticas estatales de exención de impuestos, liberalización de los precios y laxitud de las leyes laborales mexicanas: “la situación fiscal, la situación de los precios, y la situación del sindicato, (fueron) las tres cosas que básicamente contribuyeron a que este negocio volviera a ser bueno.”<sup>480</sup>

Actualmente, el sector de exhibición emplea a más de 10 mil personas,<sup>481</sup> la mayoría de esos trabajos competen al área de servicios y son empleos no calificados sin goce de prestaciones.

---

<sup>478</sup> Gómez García, “El Impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 291.

<sup>479</sup> Después de la compra del monopolio de exhibición Jenkins el estado mexicano estableció la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), vendida durante el gobierno de Salinas de Gortari, momento en el que la exhibición mundial sufrió la caída de asistencia dado el fenómeno del video y la TV de cable y satélite. Al abrirse el mercado a la privatización, liberarse los precios y dárseles incentivos fiscales, surgieron algunos exhibidores, muy pocos de los cuales fueron concentrando el poder de mercado mientras la asistencia a las salas a nivel mundial tomaba nuevo impulso. Así fue como los exhibidores más exitosos fueron comprados por capital transnacional, las cadenas transnacionales llegaron a establecerse en México y otros pequeños exhibidores se enfrentaron a la fuerte competencia de compañías altamente capitalizadas.

<sup>480</sup> Eduardo Echeverría de la 20th Century Fox en Saavedra, *Op. cit.*, pp. 159-160.

<sup>481</sup> Gómez García, “El Impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 295.

Las compañías de exhibición independientes cada vez son menos<sup>482</sup> debido a que enfrentan serios problemas para sobrevivir y muchas de ellas han ido cayendo en bancarrota. Están dirigidas a mercados populares con precios 40 % más baratos que los de las grandes cadenas, sin embargo, no existe la cantidad suficiente de salas independientes que satisfagan la demanda popular en un país donde la mayor parte de la población pertenece a la clase media baja y a la clase baja.

Los exhibidores independientes se han establecido en poblaciones de 100 mil habitantes.<sup>483</sup> Los independientes suelen tener inmuebles de menor calidad, con menos salas en las que proyectan películas de segunda, tercera corrida, o estrenos, si les es posible. Otros han encontrado nichos especiales como el cine de arte, pornográfico o el cine lésbico-gay. Por sus bajos precios (objetivos de mercado de clase media baja) y su carácter de segunda o tercera corrida, los exhibidores independientes enfrentan además la competencia de la piratería y de otras ventanas de comercialización como la televisión y el *DVD*.

Es evidente que las cuatro grandes cadenas de exhibición dependen en un 96% de las películas que les proporcionan las grandes distribuidoras transnacionales, es decir, de los superestrenos super-publicitados que facturan grandes cantidades de dinero en los primeros días de cartelera. Por el otro lado, las grandes distribuidoras deben su alto porcentaje de control del mercado a su vínculo con las grandes cadenas exhibidoras. ¿Pero, qué más sabemos de esta relación simbiótica?

No existen contratos escritos entre grandes distribuidoras y grandes exhibidoras, las copias de películas se entregan bajo palabra en un tipo de relación basada en altísimos niveles de confianza, familiaridad entre el personal y una estabilidad construida a través de años de realizar negocios en conjunto. La repartición de las ganancias en taquilla suele estar también convencionalizada: la distribuidora se queda con un monto que va del 35% al 50 % (dependiendo de si se trata de las ganancias de la primera semana o semanas posteriores) mientras que la exhibidora recibe el restante respectivo más sus ingresos en dulcerías y publicidad pagada en anuncios.

En México, ambos oligopolios están representados en la Canacine y a través de ella se han opuesto en conjunto al establecimiento de un impuesto al boleto en taquilla transferible al consumidor, a la prohibición de doblar películas clasificación B y C y a la cuota obligatoria de pantalla de 10% para el cine mexicano. Si esas medidas eran amenazantes lo eran en una muy pequeña magnitud, de hecho 1) las cadenas siguieron aumentando los precios año con año

<sup>482</sup> Metropolis Cinemas, Cinemas Xochimilco, Cinemanía, Contempo Cinema, Cinamas Gabal, Cadena Real e Intecine, entre otras.

<sup>483</sup> Entrevista a Roberto Luque, Gerente de Programación de Metrópolis Cinemas, México DF, 21/05/2008.

(afectando al consumidor que decían defender), 2) ese tipo de doblaje se había prohibido desde la ley anterior, la de 1992 (medida que no impidió la expansión gigantesca de sus negocios), 3) el 10% de pantalla es realmente de las menores cuotas comparada con otros países que las han establecido. Hay pruebas de la intervención de la Motion Pictures Association of América que cableó con el presidente de México amenazando con paralizar la inversión estadounidense en filmes mexicanos y advirtió sobre las distorsiones que generaría el impuesto sobre la expansión del sector de exhibición. Al aprobarse la ley a la que tanto se oponían, distribuidoras y exhibidoras se ampararon e interpusieron exitosamente juicios de anticonstitucionalidad de la ley ante la SCJN en lo relativo al doblaje bajo los argumentos de “libre competencia” y se derogó el artículo 19 que imponía el gravamen.

Las distribuidoras tomaron como suya la causa de no permitir el cobro del peso en taquilla y tras la imposición de 5 juicios de amparo decididos en su favor se creó jurisprudencia que derogó el artículo de cobro del peso en taquilla. Algunos miembros de la comunidad cinematográfica consideran, aunque sin pruebas, que además de no poder permitir una derrota moral de esa manera, lo que realmente temían las distribuidoras era la auditoría de la SHCP sobre las entradas en las salas debido a la existencia ilegal de una doble contabilidad (junto con la complicidad de las grandes cadenas de exhibición) en la que al gobierno mexicano se le reportan menos ganancias que a las casas matrices con el fin de pagar menos impuestos.

Al realizar entrevistas a algunos exhibidores independientes<sup>484</sup> para realizar esta investigación (2008), se nos informó de la existencia de prácticas en las que las distribuidoras niegan copias injustificadamente o condicionan discriminatoriamente el material. En el primer caso se niegan copias de cine de arte a exhibidores independientes mientras que dichas películas son exhibidas en alguna de las secciones de exhibición de cine de arte de las grandes cadenas exhibidoras. En el segundo caso, las distribuidoras piden, por ejemplo, un adelanto de 40 mil pesos (que cubre dos o más veces el costo de la copia que oscila entre los 10 mil y 20 mil pesos) desde antes de que el independiente la exhiba; adelanto que no exigen a las grandes cadenas de exhibición.

Estas prácticas violan las disposiciones de la Ley Federal de Competencia:

Artículo 8º. Quedan prohibidos los monopolios y estancos, así como, las prácticas que, en los términos de esta ley disminuyan, dañen o impidan la competencia y la

---

<sup>484</sup> Cuyas referencias quedarán anónimas.

libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.

Artículo 9°. Son prácticas monopólicas absolutas los contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes: [...]

Fracción 3.- Dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de un mercado actual o potencial de bienes y servicios, mediante clientela, proveedores, tiempos o espacios determinados o determinables. [...]

Artículo 10°. [...] Se consideran prácticas monopólicas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso a establecer ventajas exclusivas a favor de una o varias personas en los siguientes casos: [...]

Fracción V. La acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero.<sup>485</sup>

También son consideradas prácticas ilegales por la Ley Federal de Cinematografía (1998) y su Artículo 17:

Los distribuidores no podrán condicionar o restringir el suministro de películas a los exhibidores y comercializadores, sin causa justificada, ni tampoco condicionarlos a la adquisición, venta, arrendamiento o cualquier otra forma de explotación, de una u otras películas de la misma distribuidora o licenciataria. De lo contrario se estará a lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica.<sup>486</sup>

En 1997, la Comisión Federal de Competencia Económica inició por su cuenta una investigación emplazando a las 5 grandes distribuidoras por su presunta responsabilidad en la realización de prácticas monopólicas absolutas y relativas. Se investigaba la práctica absoluta del supuesto acuerdo entre las distribuidoras para “segmentar el mercado en forma temporal, reservando la distribución de las películas más rentables del año para que fueran exhibidas por primera vez en

<sup>485</sup> Ley Federal de Competencia Económica, 1992.

<sup>486</sup> Ley Federal de Cinematografía, 1998.

junio y julio”<sup>487</sup> de manera escalonada pues de lo contrario la competencia disminuiría el rendimiento de cada copia. Las prácticas monopólicas relativas investigadas eran la negación del trato sin explicación a exhibidores independientes afectados.

Excediendo los límites de tiempo en el proceso de investigación las distribuidoras presentaron su defensa mediante los argumentos de trabajar sólo con cines de primera corrida y de maximización de beneficios.

En su criterio, los cines con salas de calidad son los adecuados para la primera corrida, pero la contradicción es que había salas de baja calidad a las que se les proporcionaban estrenos que se negaban a otras salas que también eran de baja calidad. En su defensa las distribuidoras dijeron tener que cubrir la demanda de un amplio sector de población de bajos ingresos explicando así el suministro en salas de menor calidad en ciertas áreas geográficas y no en otras. Por otro lado, siguiendo estrategias de optimización las distribuidoras decidían las salas más adecuadas para ellas: había zonas con salas de primera calidad que eran preferidas frente a otras de menor calidad por su rentabilidad y carácter de primera corrida, lo que justificaba la exclusión de las últimas.

Mediante las pruebas de maximización de ganancias la Cofeco decidió en marzo del 2000 que no procedía sanción alguna y que las distribuidoras no eran responsables de las prácticas monopólicas imputadas. Sólo se les recomendó:

eliminar los mecanismos consistentes en que la asignación de películas se haga mediante la utilización de la denominada lista negra o boletín; así como el trato discriminatorio en la exigencia a algunos más no a todos los exhibidores, de una garantía que asegure la ganancia mínima esperada por la exhibición de la película.<sup>488</sup>

Es decir, la Cofeco reconoció este tipo de prácticas y las pasó por alto al hacer sólo una recomendación. Aunque se estableció que “ en el evento de que se llegara a desatender la presente recomendación, esta CFC en uso de sus atribuciones, podría dar inicio a un procedimiento de investigación.”<sup>489</sup> De ser ciertos los testimonios de las entrevistas realizadas para este trabajo, a 8 años de concluir la investigación de la Cofeco se siguen cometiendo las prácticas ilegales que se había recomendado eliminar.

---

<sup>487</sup> Lay Arellano, *Op. cit.*, p. 161.

<sup>488</sup> *Ibid.*, p. 164-165.

<sup>489</sup> *Ibid.*, p. 165.

Como mencionan los exhibidores independientes, se trata de un círculo vicioso. Si no obtienen películas de estreno no pueden mejorar su facturación y no pueden mejorar sus salas que entonces son consideradas no aptas para ser de primera corrida, y el ciclo vuelve a empezar. Por otro lado, hay algunos independientes que logran buena asistencia y no sólo recuperar costos sino recaudar ganancias pero se les niegan copias sin justificación bajo criterios de rentabilidad. En otros casos, al exigirse un adelanto desde antes de que la película se exhiba, el riesgo de no recaudar lo suficiente no se reparte entre el distribuidor y exhibidor sino que recae todo en el exhibidor independiente, mientras que el distribuidor no sólo recuperó la inversión en la copia sino un 100% más en el caso de que no haya recuperación y mucho más en caso de que sí la haya. En otras ocasiones, la expansión geográfica de las grandes salas cerca de las independientes ha generado el cierre de las últimas que no presentan tantas opciones o que no están ubicadas dentro de un centro comercial con otras atracciones para los consumidores. Incluso, la apertura de salas independientes en algunas poblaciones puede ser exitosa, pero sólo sirve para abrir el mercado y perderlo cuando dos o tres años después alguna grande se establece en la región.

En consecuencia, el negocio de exhibición independiente presenta un panorama contrario al de las cuatro grandes cadenas que han tenido un crecimiento impresionante del 6 % anual en los últimos 16 años; la exhibición independiente es un negocio riesgoso, que enfrenta competencia desleal de las grandes cadenas, que presenta deseconomías y que está subsumido a las estrategias de provisión de películas de 5 compañías distribuidoras.

Por otro lado, un independiente que no recurre al suministro del oligopolio de distribuidoras tendrá menores ventajas competitivas. Sólo los productos de las grandes distribuidoras garantizan la promoción masiva, la atracción de grandes audiencias y, por lo tanto, las economías de escala. Exhibir productos de distribuidoras independientes o productos diferenciados (géneros, cine de otros países -no hollywoodense-, incluso el mexicano) no es garantía para romper el círculo vicioso. Por ejemplo, aquellos que históricamente abrieron nichos de mercado proyectando cine de arte, se ven afectados por la reciente incursión en el mismo nicho de las grandes cadenas que se han dado cuenta de su potencial económico.<sup>490</sup> La historia es una historia de sobrevivencia o bancarrota, no de rentabilidad.

La propia Cofeco había explicado hipotéticamente en que podría consistir la colusión entre las grandes distribuidoras y las grandes cadenas exhibidoras, relación en la que las distribuidoras:

---

<sup>490</sup> Entrevista a exhibidor independiente anónimo.



distribuyen presuntamente de manera discrecional, otorgando ventajas exclusivas a favor de algunas salas de exhibición y desplazando indebidamente del mercado a otras. El tener la exclusividad de las películas de estreno permite a Cinemex, Cinemark y a Organización Ramírez aumentar tanto los precios de admisión como los de dulcería. El aumento de los precios de admisión genera beneficios económicos extraordinarios que en cierto porcentaje son transferidos a las empresas distribuidoras en cuestión en forma de renta por la copia de las películas de estreno.<sup>491</sup>

Además de las prácticas monopólicas de competencia desleal (que las autoridades competentes no han comprobado oficialmente), la sola existencia de la concentración por los oligopolios distorsiona los mercados y la libre concurrencia al crear barreras de entrada a negocios con menor capital, al desequilibrar las condiciones de competencia y al generar un poder económico capaz de influir en las decisiones políticas que afectan no sólo la economía sino sectores industriales completos, sociedades y sus hábitos culturales.

Esta historia que México ha visto en los últimos 16 años, tiene un antecedente importante: la conformación del monopolio privado de los Jenkins, empresa de origen estadounidense en la exhibición en México, que no cumplía la cuota de pantalla de 50 % para el cine mexicano exigida la ley cinematográfica de 1950; ley que además prohibía los monopolios privados; lo anterior llevó al Estado a comprar todas las salas del país para poder adecuar la exhibición de cine con lo estipulado en la legislación. El negocio en la exhibición daría origen al banco comercial Bancomer propiedad de los Jenkins.

En la actualidad, estructurada así la oferta de exhibición cinematográfica comercial deja un vacío para sectores amplísimos de la sociedad mexicana reconocido por las grandes cadenas exhibidoras, las grandes distribuidoras, el estado, los cineastas, los académicos y la sociedad misma.

Una historia similar es la que Canadá ha tenido y de forma ininterrumpida desde 1920: Los estudios estadounidenses "han mantenido el control de las redes de distribución y exhibición en Canadá" (Coe, "A hybrid agglomeration...", *Op. cit.*, p. 1760) y, por lo tanto, las ganancias en taquilla. En este sentido, el cine propio canadiense presenta un problema de demanda dada la carencia de control sobre la distribución y el consumo. Estados Unidos logró tener una exhibición plural, después de la aplicación de sus leyes antimonopólicas, sin barreras de entrada y prácticas desleales de competencia, aunque con las políticas laxas de los últimos años, una vez más las grandes empresas han regresado a concentrar el poder de mercado en la exhibición con consecuencias para el cine independiente estadounidense. (Ver capítulo 2).

<sup>491</sup> Investigación de la CFC, Oficio Núm. 10-20-97. Cit. por Lay Arellano, p. 162.

### 3.4.2 El duopolio de la televisión en México

Incluimos reflexiones a cerca de las dos cadenas privadas de televisión porque el carácter monopólico de la historia de la televisión privada y comercial en México ha influido en el marco político, jurídico, institucional y organizacional industrial en el que se desarrollan las industrias audiovisuales en el país. Son además, una prueba más de la existencia histórica impune de estructuras y prácticas supuestamente ilegales en una economía de libre mercado.

La televisión en México tuvo un origen comercial orientado al entretenimiento. Los 3 canales comerciales que iniciaron operaciones se unieron en 1955 para formar Telesistema Mexicano, antecedente de Televisa.<sup>492</sup> La alianza se llevó a cabo para disminuir la competencia entre los canales por diversificarse, expandir su cobertura y ganar mercado publicitario. La creación de ese monopolio fue avalado por la discrecionalidad del sistema político mexicano en el que el poder político se vinculó directamente con los negocios privados<sup>493</sup> y se generó una estrecha relación entre los intereses del grupo empresarial y los del grupo en el poder.<sup>494</sup> Desde entonces y hasta 1993, la empresa se establece como monopolio de la televisión comercial.

Bajo prácticas monopólicas como la concentración total de la difusión, la producción y el acaparamiento de toda la publicidad televisiva:

Televisa se ha consolidado como una empresa transnacional que opera desde un país en vías de desarrollo y, al mismo tiempo, como el líder en la producción de contenidos audiovisuales en español. Esto como consecuencia de su posición concentradora del mercado audiovisual mexicano y su zona de influencia geolingüística.<sup>495</sup>

Desde muy temprano Televisa combinó la compra de programación estadounidense (series, películas, caricaturas, eventos deportivos) con programación propia: entretenimiento (películas, variedades, telenovelas y concursos), deportes y noticias. Sus cuatro canales con audiencias diferenciadas satisficieron las necesidades de anunciantes. Las ventajas monopólicas le permitieron estar en la vanguardia tecnológica y conformar “los gustos de las teleaudiencias mexicanas a través de sus emisiones.”<sup>496</sup>

---

<sup>492</sup> En 1972, Telesistema se convierte en Televisión Vía Satélite, S. A. (Televisa) tras la absorción de un joven canal independiente.

<sup>493</sup> La familia del entonces presidente Miguel Alemán resultó ser más tarde parte del accionariado de la empresa monopolio.

<sup>494</sup> Perceptible en la línea editorial de los noticiarios de la empresa.

<sup>495</sup> Gómez García, “El impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 344.

<sup>496</sup> *Ibid.*, p. 307.

Actualmente, la empresa es la principal cadena de televisión abierta, por cable y satélite en México, pero además está integrada horizontalmente con intereses en la radio (Radiópolis); la industria discográfica (Televisa-EMI Música); publicaciones (Editorial Televisa); Internet (esmas.com); producción de cine (Coyoacán Films y Televisa Cine); distribución cinematográfica (Videocine); una empresa de doblaje; organización de espectáculos (OCESA); acciones en cadenas importantes de la televisión estadounidense, española, chilena, colombiana y argentina; es dueña de tres equipos profesionales de fútbol, propietaria del Estadio Azteca y del 25% de una aerolínea.<sup>497</sup> Televisa exporta programación a EU, Iberoamérica, Europa y Asia.

En 1993, el gobierno mexicano puso en subasta pública, bajo criterios puramente económicos, un paquete que incluía 2 canales de televisión, los Estudios América y la Compañía Operadora de Teatros, todos ellos propiedad del Estado. El empresario ganador, Ricardo Salinas Pliego, comenzó a operar TV Azteca que entró a competir por el mercado de la publicidad con el monopolio de Televisa.

Una de las principales estrategias de la nueva cadena comercial, fue desplegar una competencia agresiva intercalando programas novedosos con la imitación de programación de su competidora, aprovechando patrones de consumo televisivo ya construidos. En tan sólo cuatro años de competencia con TV Azteca, Televisa perdió un 25 % de su cuota de pantalla. La nueva cadena logró atraer al 30 % de la publicidad televisiva, invirtió en tecnologías de punta y cotizó en las bolsas de valores de México y Nueva York. Después de consolidarse en el mercado nacional, en 1998 se expandió internacionalmente a los mercados hispanos, latinoamericanos y estadounidenses. Dadas las ventajas de la competencia duopólica en México, TV Azteca pudo posicionarse como una de las productoras líderes de contenidos en español vendiendo programación en el extranjero.

TV Azteca está también diversificada horizontalmente con negocios como Azteca Music; un portal de Internet; telefonía celular UNEFON; Internet móvil; Grupo Elektra (de importación y ensamblaje de electrónicos; un equipo de fútbol además de sus canales de televisión abierta. En cuanto al cine tiene un convenio de producción con Columbia Pictures.<sup>498</sup>

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte ha favorecido a las dos televisoras. Televisa dependía en un 37% de la programación extranjera (estadounidense) en 2002 y TV Azteca de un 31 % en el 2004.<sup>499</sup> A Grupo Televisa le ha convenido poder comprar grandes cantidades de

---

<sup>497</sup> *Ibid.*, p. 346.

<sup>498</sup> *Ibid.*, p. 357.

<sup>499</sup> *Ibid.*, p. 352 y 364.

programas y películas de productoras estadounidenses, además “el porcentaje más alto de sus ganancias [...] (en concepto de) ventas de licencias y contenidos de la empresa está en el mercado estadounidense.”<sup>500</sup> Por otro lado, TV Azteca compró la estadounidense Pappas Telecasting, y creó Azteca América en el año 2000, que funciona como intermediaria para cadenas regionales estadounidenses que quieran difundir los contenidos de la televisora mexicana. “Esto se puede llevar a cabo gracias a que TV Azteca tiene una licencia de programación que incluye a los miembros del TLCAN.”<sup>501</sup>

Las dos televisoras se han expandido en el ámbito transnacional gracias a las ventajas competitivas que les confiere el ser parte del duopolio televisivo:

Aprovechando la flexibilidad de la legislación nacional hacia la concentración, las reglas y flujos del libre mercado que ofrece el capitalismo global, la situación regional y la aceptación de los productos mexicanos en el mercado mundial y, sobre todo, por el incremento de la demanda del mercado hispano en EU.<sup>502</sup>

¿Por qué siendo dos empresas tan exitosas en la producción televisiva, incluso a nivel internacional, esta situación no ha repercutido en una derrama económica hacia la cinematografía en México? Las dos televisoras están altamente capitalizadas (obtienen ingresos anuales de 2 mil y 600 millones de dólares aproximadamente)<sup>503</sup> lo que les permitiría invertir en la producción cinematográfica.

Como hemos comentado, las televisoras no se han interesado en ese negocio, que incluso para ellas resulta “riesgoso.” Es probable que evalúen la posición avasalladora del comercio del cine estadounidense en México y se conformen con sus ventajas exclusivas en el nicho de la televisión en el país y en los mercados hispanos.

El duopolio no sólo no invierte en el cine sino que se muestra poco solidario con el sector cinematográfico e infringe la ley. Actualmente, la Sociedad de Directores, Realizadores de Obras Cinematográficas se encuentra en litigio con Televisa, empresa que ha transmitido por televisión

---

<sup>500</sup> *Ibid.*, p. 353.

<sup>501</sup> *Ibid.*, p. 366.

<sup>502</sup> *Ibid.*, p. 371.

<sup>503</sup> *Ibid.*, p. 349 y 358.

películas de directores mexicanos sin pagar las regalías correspondientes como marca la Ley Federal de Derechos de Autor.<sup>504</sup>

Otra razón que limita la generación de derrama económica del sector televisivo hacia el fílmico es la estructura organizacional de estas dos empresas, misma que tiene repercusiones al limitar sus relaciones con agentes económicos externos como explicaremos a continuación.

Tanto TV Azteca como Televisa son propietarias de gran capital fijo en edificios, foros, estudios y equipo, desde los cuales miles de trabajadores permanentes y en modalidad de *freelance* realizan producción en casa. El talento artístico suele firmar contratos de exclusividad con una u otra televisora y los sindicatos de trabajadores están organizados al interior de las televisoras como sindicatos fuertes de cada una de las empresas (a pesar de la baja sindicalización en TV Azteca). Los departamentos de producción están integrados verticalmente a los directivos y salvo algunas contadas excepciones, las dos cadenas realizan su actividad audiovisual al interior de las firmas.<sup>505</sup>

Este patrón de organización industrial de integración vertical del duopolio televisivo mexicano contrasta con la manera de operar del oligopolio televisivo estadounidense. Las grandes cadenas de televisión en Hollywood, aunque son parte de grandes conglomerados audiovisuales, están desintegradas verticalmente, es decir, dependen en gran medida de la producción, servicios y facilidades de pequeñas y medianas empresas que los proveen desde la oferta en el mercado y que generan redes de relaciones empresariales basadas en la subcontratación, las alianzas, las *joint ventures*, etc.

Ambos patrones organizacionales tienen repercusiones interesantes incluso a nivel de los contenidos audiovisuales. La integración vertical suele orientarse a la generación de productos estandarizados, la desintegración vertical tiene el objetivo de diferenciar sus productos y flexibilizar sus operaciones. La primera disminuye y la segunda aumenta la interacción entre las empresas cuyas consecuencias son el fomento del intercambio de conocimiento, creatividad, derrama

---

<sup>504</sup> Entrevista a Gregorio Paulino, abogado de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

<sup>505</sup> Televisa ha subcontratado excepcionalmente a productoras externas para realizar un programa de dibujos animados y una serie televisiva. Tal es el caso de la caricatura "El chavo animado" (2006), subcontratando a Anima Estudios y la serie "Trece miedos" (2007) en coproducción con Lemon Films. TV Azteca inició sus operaciones beneficiándose de su alianza con la entonces productora de cine y TV independiente Argos. Coprodujeron 7 telenovelas exitosas; la presencia de Argos fue importante pues se abordaron temas no contemplados por la TV comercial como el aborto, la corrupción política, el narcotráfico, el tráfico de influencias etc., así como, un cuidado importante de la realización y construcción de historias. Sin embargo, la alianza terminó en el año 2000 dada la postura de TV Azteca que consideró que ya había conseguido una audiencia que buscaba productos generales y no diferenciados. V. Gómez García, "El impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 275. Precisamente, lo que TV Azteca había logrado al desintegrar verticalmente su producción con Argos era diferenciar sus productos de manera exitosa.

económica e innovación. La desintegración vertical está relacionada con una expansión del mercado, el mayor requerimiento de insumos y la diversificación de productos.

Lo dicho anteriormente no implica una visión acrítica de la forma de operar de la producción desintegrada del modo de producción flexible que como hemos mencionado anteriormente no conlleva necesariamente a la eliminación de los oligopolios, de su poder de concentración y de subsunción de pequeñas y medianas empresas, o de la pauperización de las condiciones laborales. Esta forma organizacional puede generar tendencias hacia la desorganización laboral y la desequilibrada absorción de riesgos entre las grandes y pequeñas empresas en perjuicio de éstas últimas, sin embargo, estas consecuencias tampoco son inherentes al modo de producción flexible, como lo documentan algunos casos empíricos. Esas contradicciones parecen responder más bien a otros factores que tienen que ver con el modo de regulación social como expusimos en el subcapítulo dedicado a la teoría de la regulación.

Sin embargo, esta distinción entre formas distintas de producción nos es útil para explicar cómo tanto la carencia de competencia en un duopolio que sólo rivaliza, como su integración vertical, ha tenido consecuencias en el desarrollo de la industria de la televisión que a pesar de ser exitosa no ha generado externalidades positivas hacia otras industrias audiovisuales en México y tiene más vínculos simbióticos con empresas audiovisuales estadounidenses que con mexicanas, razón por la cual se beneficia del TLCAN aunque el marco legal que este implique resulte perjudicial a otros sectores audiovisuales locales.

*A reserva de la necesidad de hacer más estudios al respecto, todo parece indicar que el control oligopolista de las televisoras mexicanas en la Ciudad de México ha limitado la diversificación de la economía en otras industrias audiovisuales.*

La diferencia es sustancial si se observan las importantes sinergias en la producción televisiva y cinematográfica en Los Ángeles, Vancouver y Toronto, donde la televisión y el cine se producen de manera desintegrada: a pesar de estar también dominadas por pocas firmas líderes se han logrado construir redes de pequeñas compañías beneficiadas de la demanda constante de programación televisiva y cinematográfica.

### 3.5 CONCLUSIONES

Podemos concluir que el distrito cinematográfico de la Ciudad de México, tiene una organización industrial de producción flexible motivada por la descapitalización del sector productivo y el modo “por proyecto” que ha adquirido la producción audiovisual. Hay una tendencia moderada de vinculación entre las empresas audiovisuales incitada principalmente por la necesidad de sumar esfuerzos financieros y en menor medida por la especificidad de un trabajo requerido mediante la subcontratación. Existe un alto nivel de transacción entre las productoras y los servicios, pero una precaria relación entre las empresas y las instituciones parasectoriales, entre el mercado laboral y el sistema sindical.

Estos rasgos de desarticulación no opacan la necesidad de la cercanía geográfica entre los agentes mencionados para hacer más eficientes las relaciones económicas. La ciudad de México ofrece los beneficios de la urbanización: infraestructura, servicios, mercados laborales, capital humano, social y cultural.

El distrito participa de algunas de las características de un distrito anclado al Estado siguiendo la tipología distrital de Markusen (ver apartado 1.1.3.1) pues depende en gran parte del financiamiento de éste como complemento a la participación privada. Las decisiones de éste tipo de inversión se realizan desde las instituciones gubernamentales (Imcine). El centro productivo tiene pocas relaciones con el exterior aunque las *majors* extranjeras controlan la distribución y la exhibición a través de subsidiarias. Por otro lado, la industria cinematográfica está desvinculada de la televisiva que a pesar de ser exitosa, al ser duopólica y estar integrada verticalmente, no le ha compartido derramas económicas.

El siguiente capítulo, abordará la interpretación del diagnóstico de la industria del cine en México para entender su inserción en la industria cinematográfica de América del Norte, además se expondrán el tipo de ligas existentes entre las tres cinematografías para completar la comprensión de la estructura de integración regional en lo que a la industria fílmica se refiere.

Cuadro 9. Cuadro comparativo de los distritos industriales en América del Norte

DISTRITOS INDUSTRIALES	CIUDAD DE MÉXICO	VANCOUVER	TORONTO	LOS ÁNGELES
TIPOS DE DISTRITO <sup>506</sup>	Distrito anclado al estado	Distrito híbrido satelital-marshalliano	Distrito híbrido satelital-marshalliano-anclado al estado	Distrito "hub and spoke-marshalliano"
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	Producción flexible	Producción flexible	Producción flexible	Producción flexible
RELACIONES LOCALES	Las <i>mipymes</i> y las grandes se relacionan sólo para hacer coproducciones	Las <i>mipymes</i> y las grandes no se relacionan entre sí más que cuando están en función de las producciones fugitivas	Las grandes subcontratan a pequeñas	Las <i>majors</i> financian y subcontratan a pequeñas independientes
RELACIONES CON <i>MAJORS</i> HOLLYWOODENSES	Las <i>majors</i> controlan y dominan: marketing, distribución y exhibición. Las <i>majors</i> hollywoodenses no subcontratan a <i>mipymes</i> locales pero hay tendencias incipientes de coproducciones entre las subsidiarias y grandes y pequeñas productoras locales	Las <i>majors</i> tienen el control creativo, financiero, de distribución, marketing y exhibición. Las <i>majors</i> hollywoodenses subcontratan <i>mipymes</i> locales	Las <i>majors</i> controlan y dominan: distribución, exhibición y parte del financiamiento productivo. Las <i>majors</i> hollywoodenses subcontratan <i>mipymes</i> locales	Las <i>majors</i> controlan y dominan: financiamiento, distribución y marketing. Las <i>majors</i> subcontratan <i>mipymes</i> locales
LA INDUSTRIA TELEVISIVA	Distrito industrial "hub and spoke" (dominado por grandes firmas): Duopolio televisivo integrado verticalmente. Derramas limitadas.	Distrito híbrido satelital-marshalliano desintegrado verticalmente. Las productoras locales son subcontratadas por las <i>majors</i> hollywoodenses y televisoras locales para producción televisiva.	Distrito híbrido satelital-marshalliano-anclado al estado desintegrado verticalmente. Las productoras locales son subcontratadas por las <i>majors</i> hollywoodenses y las televisoras locales para producción televisiva.	Distrito "hub and spoke-marshalliano" desintegrado verticalmente.
MARCO INSTITUCIONAL	Instituciones parasectoriales de carácter civil, privado y público. Baja estabilidad y frecuencia en niveles de vinculación y articulación entre las productoras, servicios, intermediarios e instituciones	Instituciones parasectoriales civiles, privadas y públicas. Las instituciones gubernamentales, sindicales son factor importante de enlace con la iniciativa privada extranjera	Instituciones parasectoriales civiles, privadas y públicas. Las instituciones gubernamentales, sindicales son factor importante de enlace con la iniciativa privada extranjera y en menor medida local	Instituciones parasectoriales civiles y privadas. Fuertes vínculos, estables y frecuentes de interdependencia y dependencia entre agentes económicos privados, servicios, intermediarios e instituciones
MERCADO LABORAL	Patrón dominante de <i>freelance</i> . Recientes esfuerzos por reestructurar una estructura sindical deteriorada, problemas de rigidez, desconfianza y baja sindicalización; resistencia a políticas neoliberales y por mantener los beneficios sociales y logros sindicales. Poca demanda laboral	Patrón dominante de <i>freelance</i> . Estructura sindical sólida, flexible y adaptativa a las necesidades de las productoras en primer lugar y de los trabajadores en segundo lugar; mantiene condiciones laborales estables y buenos estándares de calidad de vida pero depende de los vínculos de financiamiento con Hollywood. Sindicalización media	Patrón dominante de <i>freelance</i> . Estructura sindical sólida, flexible y adaptativa a las necesidades de las productoras en primer lugar y de los trabajadores en segundo lugar; mantiene condiciones laborales estables y buenos estándares de calidad de vida pero depende de los vínculos de financiamiento con Hollywood. Sindicalización media	Patrón dominante de <i>freelance</i> . Estructura sindical fuerte, sólida, estable, de alta afiliación, correctora de las fallas del mercado, reductora de la competencia salvaje entre trabajadores y salarios y elevadora de los estándares de vida. Demanda laboral constante; seguro de desempleo

<sup>506</sup> Ann Markusen distingue 4 tipos de distritos industriales que pueden combinarse y mutar: 1) el distrito marshalliano, 2) el distrito hub and spoke, 3) el distrito satelital y 4) el distrito anclado al Estado. V. Capítulo 1.



		Demanda laboral constante aunque dependiente del capital extranjero; seguro de desempleo	Demanda laboral constante; seguro de desempleo	
FACTORES GEOGRÁFICOS DE CONCENTRACIÓN	Beneficios de la urbanización: servicios e infraestructura de una ciudad-región global Centralismo histórico Capital humano, social y cultural Beneficios de la economía de aglomeración: generación de externalidades positivas	Beneficios de la urbanización Capital humano, social y cultural Localización de producciones fugitivas Beneficios de la economía de aglomeración: Generación de externalidades positivas	Beneficios de la urbanización Ventaja del primer motor en las industrias audiovisuales Capital humano, social y cultural Beneficios de la economía de aglomeración: Generación de externalidades positivas	Beneficios de la urbanización Ventaja del primer motor en las industrias audiovisuales Capital humano, social y cultural Beneficios de la economía de aglomeración (externalidades positivas y especialización) Rendimientos crecientes

## CAPÍTULO 4

## 4.1 LAS RELACIONES ENTRE LAS CINEMATOGRAFÍAS MEXICANA, CANADIENSE Y ESTADOUNIDENSE

En este apartado se expondrán los lazos entre las cinematografías de América del Norte a través de las coproducciones, las producciones fugitivas, los flujos de capital, la fuga o movilidad de talento y finalmente, los flujos culturales.

4.1.1 Coproducciones internacionales

Las coproducciones internacionales son mecanismos utilizados por productores de cine para atraer capital y fuerza laboral de otras partes del mundo y ganar acceso a los mercados globales. Esta modalidad disminuye la incertidumbre del acceso al capital y a los mercados domésticos que son relativamente limitados y pequeños.<sup>507</sup> Las coproducciones internacionales permiten minimizar la participación financiera y los riesgos: es menos probable que una película coproducida por dos países sea un fracaso en taquilla.

Podemos distinguir entre varias clases de coproducciones internacionales:

- 1) Tratados de coproducción: aquellos acuerdos entre países para usar fondos públicos (subsidios e incentivos fiscales) para realizar películas que recibirán trato nacional por los países firmantes.
- 2) Coproducciones de cofinanciamiento entre los sectores público y privado de diferentes países, o entre el capital privado de diferentes países (donde compañías son socios equitativos y el capital es atraído de distintas fuentes privadas de varios países).<sup>508</sup>

Tanto México como Canadá enfrentan el problema de tener mercados débiles y pequeños, sobre todo, al competir con las películas estadounidenses que atraen enormes ganancias en taquilla y que gozan de excesivos presupuestos de promoción.

Por esas razones Canadá tiene tratados de coproducción con 24 países y México<sup>509</sup> con una veintena de países.<sup>510</sup> Ambos firmaron el 8 de abril de 1991 en la ciudad de Ottawa el “Acuerdo de

---

<sup>507</sup> V. Pendakur, *Op. cit.*

<sup>508</sup> *Ibid.*

coproducción cinematográfica y audiovisual entre el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el gobierno de Canadá.”<sup>511</sup>

En una visita de Telefilm Canada a México se intercambiaron propuestas para negociar un acuerdo oficial de coproducción de cine y TV bien recibido por el Imcine y personal de Televisa e Imevisión.<sup>512</sup>

En Canadá, es el Ministerio de Comunicaciones el encargado de negociar los tratados de coproducción internacional y a través de Telefilm Canadá se administran y autorizan las coproducciones. En México, la Secretaría de Gobernación y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes aprueban las coproducciones administradas a través del Imcine.

El tratado acordó los siguientes puntos: el estatus nacional para las coproducciones en cuanto a cuotas de pantalla, incentivos fiscales y todos los beneficios disponibles en cada país; el mínimo porcentaje de contribución a la participación es del 20 %; las contribuciones técnicas y creativas deben ser relativas a la contribución financiera; el rodaje y la postproducción deben llevarse a cabo en México o en Canadá; podrá contratarse a trabajadores extranjeros siempre y cuando se cuente con el consentimiento de ambos países; se permite la contribución de un tercer país siempre y cuando participe con un mínimo de 20 % y tenga algún tratado de coproducción con cualquiera de los dos países; la repartición de ganancias será proporcional a la contribución financiera realizada; todo lo anterior será vigilado por una comisión conjunta.<sup>513</sup>

México presentaba para Canadá la ventaja de los bajos costos por la debilidad del peso, la disponibilidad de trabajadores técnicos y creativos especializados y la variedad de paisajes. Supuestamente ambos países se beneficiarían del intercambio tecnológico, las economías de escala y de enfoque. Sin embargo, tras 17 años de haberse concertado el acuerdo sólo se han realizado 2 coproducciones fílmicas entre los dos países (desconocemos la suerte de las coproducciones

---

<sup>509</sup> McAnany, *Op. cit.* Entre ellos están: Italia, Reino Unido, Alemania Occidental, Israel, España, Bélgica, Argelia, Polonia, Chile, Checoslovaquia y Francia. V. Pendakur, *Op. cit.*

<sup>510</sup> Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Canadá, Senegal, así como de 12 países de Sudamérica y España, que forman parte del Foro de Integración Iberoamericana de Cine (Caracas, 1990).

<sup>511</sup> Gobierno de Estados Unidos Mexicanos y Gobierno de Canadá. “Acuerdo de coproducción cinematográfica y audiovisual entre el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el gobierno de Canadá.” Ottawa, 8 de abril de 1991.

<sup>512</sup> Telefilm estaba interesado en el mercado potencial de la televisión abierta, por cable, satelital y HDTV. Imevisión estaba interesada en la coproducción de telenovelas, documentales e intercambio de servicios. V. Hoskins, “Canada Mexico Co-production Agreement on Film and Television Programming” en Randall, *North America without Borders? Integrating Canada, the US and Mexico*. Canadá, University of Calgary Press, 1992.

<sup>513</sup> *Ibid.*

televisivas),<sup>514</sup> lo que representa el fracaso de los esfuerzos de las dos industrias cinematográficas por acercarse y beneficiarse mutuamente.

Con Estados Unidos el caso es distinto pues no firma tratados oficiales de coproducción internacional. Sin embargo, las relaciones de éste país con Canadá y con México han sido más fructíferas que entre los dos últimos. En estos términos se han llevado a cabo producciones de cofinanciamiento. De 1992 al 2006, México coprodujo con Estados Unidos 14 largometrajes. La colaboración ha sido bastante diversa: el documental “Maquilápolis” (2006) sobre la región maquiladora fronteriza; hay películas de bajo presupuesto y calidad en la factura como “El hombre de Blanco” (1992) de Telecine, o últimas producciones del género de sexycomedias “Nachas vemos, vecinas no sabemos” (1992); algunas son producciones modestas que nunca llegaron a estrenarse, es el caso de “Juárez: Stages of Fear” (2005) que al parecer, después de tres años de estrenarse en EU, se estrenará en México; otras forman parte del nicho de cine de arte de temáticas fronterizas como “El Patrullero” (1992) de Alex Cox y “Perdita Durango” (1996) de Alex de la Iglesia, “Santitos” (1998) de Alejandro Springall; otro tipo de cintas de contenidos más comerciales (comedias románticas) en las que intervinieron *majors* estadounidenses y nacionales como “La segunda noche” (1999, Videocine y Warner), “Sin ton ni Sonia” (2003) de Columbia Pictures e independientes mexicanas y “Ladies’ Night” (2003, Videocine y Buena Vista International, Disney) fueron éxitos taquilleros en México.<sup>515</sup>

Del total de 46 coproducciones mexicanas con otros países en el periodo de 1992-2006, el 4.3 % se produjeron con Canadá, el 30.4 % con Estados Unidos y el 45.6 % con España, siendo éste país con el que se lleva a cabo mayor colaboración y dejando el resto, 19.5 % para otros países.

---

<sup>514</sup> “El jardín del Edén,” 1994 de María Novaro coproducida por IMCINE, Macondo Cine Video, Verseau International Inc. de Canadá, U de G, FFCC. Y el documental en video “ACME and CO.” De Gregorio Rocha coproducida por Imcine-Foprocine y el Banff Centre of the Arts de Canadá.

<sup>515</sup> “El hombre de blanco” (1992) “Nachas vemos, vecinas no sabemos” (1992), “El patrullero” (1992), “Perdita Durango” (1996), “Santitos” (1998), “La segunda noche” (1999), “Al rescate de la santísima trinidad” (2000), “Vera” (2000), Ladies’ Night (2003), “Sin Ton ni Sonia” (2003), “Un día sin mexicanos” (2004), “Juárez: Stages of fear” (2005), “La línea imaginaria” (2005), “Maquilápolis” (2006), “El aire que respiro” (2006).

#### 4.1.2 Los flujos de capital

##### 4.1.2.1 Producciones Fugitivas

Otro vínculo internacional importante es la producción de películas de países extranjeros en otros territorios nacionales. Esto ocurre cuando se lleva a cabo la locación del rodaje en otro país subcontratándose personal y servicios locales a través de una compañía también local.

Este tipo de producción satelital ha sido denominada como “producciones fugitivas”<sup>516</sup> o “producciones en el extranjero”<sup>517</sup> tanto de pequeñas compañías como de grandes estudios productores.<sup>518</sup> Allen Scott distingue dos tipos principales de razones por las cuales se lleva a cabo esta descentralización de la producción: 1) Las producciones fugitivas creativas se basan en la búsqueda de locaciones exteriores realistas que no se encuentran en el país de origen. 2) Las producciones fugitivas económicas son las que buscan reducir los costos de la producción.

La decisión de localizar una producción en otro país tiene que ver con las tasas de cambio, las reglas sindicales y de relaciones laborales entre diferentes países, la disponibilidad de servicios de apoyo que puedan ser requeridos, el atractivo de los escenarios para locación y los subsidios y exenciones fiscales de los gobiernos.<sup>519</sup>

Como observa Scott:

cada cambio en la producción hecha en casa hacia una satelital conlleva costos de transacción, incluyendo gastos en transporte de personal y equipo, en comunicación entre la base y el satélite durante la producción y quizá más importante, en la disminución del control creativo y gerencial [...] desde la base de la compañía productora sobre las actividades diarias y por lo tanto sobre la calidad del producto final.<sup>520</sup>

Entonces, la diferencia entre los costos medios de producción y los costos de transacción a distintos niveles de escala (es decir, en grandes y pequeñas producciones) determinan si las producciones fugitivas son viables económicamente.

---

<sup>516</sup> En inglés *runaway productions*.

<sup>517</sup> En inglés *outsourcing*, que se refiere a la inversión en actividades rutinarias que lleva a cabo una fuerza laboral “por debajo de la línea” es decir, técnicos y actores no conocidos. Se distingue de *offshoring* que implica la utilización de talento creativo y técnico muy reconocidos y especializados. V. Chaminade y Vang, *Op. cit.*

<sup>518</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*

<sup>519</sup> Acheson y Maule, *Much Ado About Culture...*, *Op. cit.*

<sup>520</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 54.

La realización de producciones fugitivas hollywoodenses no es un fenómeno novedoso; desde épocas tempranas del desarrollo de la industria en Hollywood se llevaban a cabo producciones satelitales. Sin embargo, la tendencia se acentuó en los años setenta y continúa hasta la fecha. El principal país de destino para estas inversiones extranjeras directas fue Canadá; sin embargo, actualmente muchas se dirigen a Inglaterra, Irlanda, Australia, Nueva Zelanda, Europa del Este y en menor medida a México.

Según un estudio del Center for Entertainment Industry Data and Research, de 1998 al 2005, las producciones fílmicas estadounidenses dentro de Estados Unidos decrecieron en un 14 % y en el resto del mundo se duplicaron alcanzando un 135 %. Para ese periodo, las producciones fugitivas hollywoodenses en Canadá crecieron en un 179%, en Inglaterra e Irlanda un 66 %, en Australia y Nueva Zelanda en un 531 % y en Europa del Este un 927 %.<sup>521</sup>

Como menciona Coe, desde los años 50, el nivel de producción fugitiva ha fluctuado con periodos de expansión y contracción determinados por las fluctuaciones monetarias, los costos laborales, las restricciones a las ganancias en el extranjero y la disponibilidad de incentivos fiscales.

México presenta muchas ventajas para la inversión cinematográfica estadounidense por la cercanía geográfica entre ambos países que disminuye costos de desplazamiento, por la diversidad de ecosistemas y paisajes naturales diferentes a los estadounidenses, el buen clima, y la diferencia en la paridad cambiaria favorable al dólar. Recordemos, que México ofrece a la inversión extranjera directa en la producción cinematográfica la tasa cero del IVA, además de apoyo logístico a través de las comisiones estatales de cinematografía y la Comisión Mexicana de Cinematografía a cargo del Imcine. Y por otro lado, en la Ley del Impuesto Sobre la Renta se estipula que cualquier empresa que trabaje menos de 180 días en territorio mexicano no requiere registrarse, que es el caso de las casas productoras extranjeras que realizan proyectos cinematográficos en México.

Sin duda, México ha hospedado numerosas producciones fugitivas por razones económicas y creativas de producciones de bajo y gran presupuesto; sin embargo, la magnitud está muy por debajo de lo que ocurre en los otros países anfitriones arriba mencionados. Según los datos obtenidos en la entrevista a Hugo Villa, Director de Apoyo a la Producción del Imcine, “en promedio cada año se filman entre 5 y 10 películas extranjeras en México con una derrama en la economía local que va de los 3 a los 40 millones de dólares. En algunos casos la derrama es aún

---

<sup>521</sup> Center for Entertainment Industry Data and Research, Report: “The Global Success of Production Tax Incentives and the Migration of Feature Film Production From The U.S. to the World”, 2005. [En línea] Archivo disponible en [www.ceidr.org](http://www.ceidr.org), consultado en abril, 2008.

mayor, pero son excepciones.”<sup>522</sup> La derrama económica es importante pues implica millones de dólares en un lapso corto de tiempo y se vierte sobre la creación de empleo directo, en el sector turístico (hospedaje, alimentación, transporte, consumo), en empleos indirectos temporales en los servicios auxiliares y genera la capacitación práctica de trabajadores del cine.

En entrevista a Héctor López, un experimentado coordinador de producción extranjera<sup>523</sup> en México, se constató el buen nivel de los trabajadores técnicos y creativos mexicanos respecto al de los estadounidenses que aunque pueden tener aún mayor capacitación, la diferencia de salarios compensa la situación: los productores estadounidenses “se van muy contentos.”<sup>524</sup> Los permisos laborales, aduanales y ambientales no son difíciles de conseguir si se tiene conocimiento de los trámites necesarios y la instancia gubernamental que los otorga.<sup>525</sup> Cualquier producción extranjera debe trabajar con alguno de los sindicatos cinematográficos que cuando están bien manejados son un gran apoyo al productor: generan certidumbre, seriedad y confianza. De otra manera ni los trabajadores ni el patrón están protegidos o respaldados.<sup>526</sup>

Sin embargo, y según el Imcine no es posible conocer con precisión el monto de capital extranjero cinematográfico invertido en años pasados en México “porque no existe un registro específico donde se viertan esos datos. Normalmente las producciones extranjeras son muy discretas respecto a sus presupuestos con el fin de evitar ‘ensuciar’ (¿?) el mercado. Adicionalmente hay una gran cantidad de producciones pequeñísimas [...] que son difíciles de seguir y, más aún, de cuantificar.”<sup>527</sup> Las compañías productoras extranjeras no suelen dar ese tipo de información, las comisiones estatales de cinematografía podrían tener algún registro debido a “que andan tras de (los productores) [...], aunque no te ayuden, para decir en sus informes gubernamentales que apoyaron una producción.”<sup>528</sup>

Sin duda, México no ha generado suficientes atractivos a las producciones fugitivas y las entrevistas sugirieron posibles explicaciones al respecto. Por un lado, como hemos mencionado anteriormente, los sindicatos mexicanos manejan doble tarifa: uno en pesos para producciones nacionales y otro en dólares para producciones estadounidenses, lo cual disminuye las ventajas del abaratamiento de los costos a nivel laboral y ya no se compite como mano de obra barata. Además

---

<sup>522</sup> Entrevista a Hugo Villa, Director de Apoyo a la Producción del Imcine, México D.F. 3 de junio del 2008.

<sup>523</sup> Un coordinador de producción extranjera es contratado para realizar desde el desglose del guión y la planeación de presupuestos, la generación de permisos laborales para extranjeros y permisos aduanales en el país, hasta la coordinación de los elementos nacionales e internacionales para llevar a cabo el rodaje.

<sup>524</sup> Entrevista a Héctor López, productor cinematográfico y coordinador de producciones extranjeras, Querétaro, México, 31/05/2008.

<sup>525</sup> *Ibid.*

<sup>526</sup> *Ibid.*

<sup>527</sup> Entrevista a Hugo Villa, Director de Apoyo a la Producción del Imcine, México D.F. 03/06/2008.

<sup>528</sup> Entrevista a Héctor López, productor cinematográfico y coordinador de producciones extranjeras, Querétaro, México, 31/05/2008.

existieron prácticas pasadas en las que las compañías o personal subcontratado en México no respetaba los contratos originales,<sup>529</sup> situación que generó desconfianza y ahuyentó a los productores estadounidenses. También fue mencionada la inseguridad en territorio mexicano (robos, asaltos, narcotráfico, secuestros) que eleva los costos de producción dadas las medidas de seguridad (renta de coches blindados, guardaespaldas, choferes especializados, etc.).<sup>530</sup> Si bien el idioma no es un gran obstáculo, pues los coordinadores de producción son bilingües, sí puede considerarse como una ventaja competitiva de países anglosajones que reciben inversión cinematográfica estadounidense. Por último, se hizo énfasis, en el mal funcionamiento de las comisiones estatales y nacionales por las prácticas de nepotismo, ineficiencia y desconocimiento de los funcionarios encargados.

Todos estos obstáculos se han traducido en la baja capacidad de atracción de producciones fugitivas estadounidenses. Todo lo contrario ha sucedido con el otro socio del TLCAN, Canadá, que ha logrado atraer una cantidad importante de inversión estadounidense. La gran diferencia, entre México y Canadá en opinión de Héctor López, no son los beneficios que ambos países ofrecen, la ventaja de Canadá sobre México ha sido saber exponer sus ventajas;<sup>531</sup> sin disminuir la importancia de las ventajas agregadas del idioma inglés y la dotación de subsidios.

Los casi cuarenta años de experiencia canadiense en ser receptor de producciones fugitivas estadounidenses permite observar más claramente cuál es el comportamiento de éstas y qué ventajas y desventajas generan tanto para el país de origen como para el anfitrión.

El motor del aumento de las producciones fugitivas ha sido el incremento en la demanda de programación televisiva y fílmica en Estados Unidos.<sup>532</sup> En Canadá, el principal motivo de establecimiento ha sido el económico, aunque en menor medida el creativo. Toronto (con un 58 % de inversión extranjera estadounidense)<sup>533</sup> y Vancouver (dónde el 80 % de la producción es capital corporativo estadounidense)<sup>534</sup> fueron las principales locaciones canadienses receptoras de la inversión extranjera estadounidense por las siguientes razones: a) la tasa de cambio diferencial y una política macroeconómica orientada a las exportaciones, b) los incentivos fiscales y subsidios provinciales y federales derivados de las políticas canadienses, c) gobiernos no intervencionistas, d) regulaciones laborales laxas y estables, e) la función gestora y sinérgica de las instituciones

---

<sup>529</sup> Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

<sup>530</sup> Entrevista a Héctor López, productor cinematográfico y coordinador de producciones extranjeras, Querétaro, México, 31/05/2008.

<sup>531</sup> *Ibid.*

<sup>532</sup> Magder, *Op. cit.*

<sup>533</sup> Para el año 2002. Chaminade y Vang, *Op. cit.*

<sup>534</sup> Para el año 1997. Coe, *Op. cit.*



laborales y gubernamentales. Todos los elementos mencionados generan un ahorro en los costos de producción. Pero también hubo otros factores que hicieron de Canadá un lugar atractivo para la inversión extranjera: la cercanía geográfica con Estados Unidos, el idioma inglés, las similitudes culturales, arquitectónicas y de paisajes naturales. De 1998 a 2005, la inversión de producción cinematográfica extranjera en Canadá creció de \$ 430 millones a \$ 1, 200 millones.<sup>535</sup> En 1998, el 81 % de las producciones fugitivas estadounidenses iban a Canadá.<sup>536</sup>

Además de estas razones, con el tiempo se fueron generando endógenamente ventajas competitivas como el surgimiento de una base laboral técnica y creativa capacitada y eficiente; de un aprendizaje tecnológico; el establecimiento de una red de proveedores de servicios y de instituciones parasectoriales impulsoras de la atracción de inversión extranjera.

En un inicio se creyó que las producciones fugitivas podían ser una ventana de oportunidad para desarrollar una base de capital local y una industria propia canadiense. Se generó empleo y capacitación de trabajadores técnicos, flujos de capital hacia servicios locales (alimentación transporte, hospedaje, renta de equipo, estudios, etc.), sin embargo, se encontraron limitantes a otro tipo de desarrollo económico.

Algunos de los riesgos que enfrentan los distritos fílmicos canadienses basados en las producciones fugitivas hollywoodenses son la dependencia de fuentes de ganancia externas que están sujetas, a su vez, al mantenimiento de los indicadores macroeconómicos y la competencia entre países que compiten con bajos costos y subsidios gubernamentales.

El cambio en estas condiciones ha generado fluctuaciones en la cantidad de inversión extranjera que llega a Canadá. En la década de los ochenta las condiciones se mantuvieron favorables para la inversión, pero a finales de los ochenta y principios de los noventa se perdió gran parte de la ventaja cuando el dólar canadiense valía \$ 0.85 centavos de dólar estadounidense. La producción volvió a incrementarse a fines de los años 90, pero las producciones extranjeras comenzaron a declinar de manera continua desde el 2003 hasta la fecha.<sup>537</sup> Varios factores fueron causantes de esta disminución: el aumento del valor del dólar canadiense frente al estadounidense, (de 0.67 en 2003 a 0.93 2008), la respuesta del gobierno federal y los gobiernos estatales

<sup>535</sup> Center for Entertainment Industry Data and Research, Report: "The Global Success of Production Tax Incentives and the Migration of Feature Film Production From The U.S. to the World", 2005. [En línea] Archivo disponible en [www.ceidr.org](http://www.ceidr.org), consultado en abril, 2008.

<sup>536</sup> En el año 2000, el Sur de California invertía 28 mil millones en producción fílmica. British Columbia British Columbia Ministry of Management Services, "Is 'Runaway' Film Production in Canada Harming the U.S. Industry?", febrero 2002. [En línea] Archivo disponible en <http://www.bcstats.gov.bc.ca>, consultado en enero, 2006.

<sup>537</sup> McAnany, *Op. cit.*, p. 83.

estadounidenses frente a las producciones fugitivas en cuanto a establecimiento de nuevos incentivos, los estímulos otorgados en otros países, así como, el auge de programas de *reality TV*.<sup>538</sup>

Otra limitante de los beneficios que las producciones fugitivas tienen en Canadá está relacionada con la naturaleza transitoria de las inversiones extranjeras directas cinematográficas: las inversiones son a corto plazo y están atadas a un solo proyecto; no se invierte en capital fijo (ni equipo ni trabajo, pues este se provee en coordinación con los sindicatos) y el capital extranjero sólo se gasta en una variedad de servicios técnicos para la producción en la locación; las compañías estadounidenses tienen regularmente el control completo de la dirección, el financiamiento y la creatividad de los proyectos (no suele contratarse personal creativo, actores canadienses, ni se abordan contenidos canadienses).<sup>539</sup>

Además, los países receptores de inversión ofrecen ventajas comparativas únicamente a nivel de algunas fases del proceso productivo y no de la industria en su totalidad.<sup>540</sup> Las ventajas se han centrado en el abaratamiento de los costos durante los rodajes.<sup>541</sup> Las fases de producción de más gasto son las que están dislocadas espacialmente fuera de Los Ángeles y son llevadas a cabo en localidades que ofrecen menores costos. Sin embargo, Hollywood sigue siendo el último contratista, ha mantenido y asegurado los derechos de la historia, el financiamiento de las producciones, el trabajo de postproducción y controlado las redes de distribución y exhibición.<sup>542</sup> Es decir, la gobernanza del distrito satelital se ejerce desde California, pues se depende de los grandes conglomerados estadounidenses y su presencia directa a través de subsidiarias temporales o permanentes en los satélites e indirectamente a través de sus redes de subcontratación.

En este sentido algunos investigadores comentan que Canadá se ha convertido en una “maquiladora fílmica” de Hollywood.<sup>543</sup> Las grandes corporaciones estadounidenses juegan no sólo el rol fundamental de proveer capital sino la “amenaza de irse” para presionar por el mantenimiento de un marco político-legal favorable a la reducción de costos y a la movilidad de capital.<sup>544</sup> Los satélites están sujetos a las prioridades y necesidades de las corporaciones estadounidenses.<sup>545</sup>

Por todo lo anterior, Allen Scott afirma que las producciones fugitivas no han afectado ni afectarán la vitalidad de la industria cinematográfica hollywoodense, por lo menos en cuanto a los

<sup>538</sup> Canadian Heritage, Arts and Culture, The decline of Foreign Location Production in Canada, Marzo 2005. Disponible en: [http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6\\_e.cfm](http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6_e.cfm).

<sup>539</sup> *Ibid.* Coe, *Op. cit.*

<sup>540</sup> McAnany, *Op. cit.*

<sup>541</sup> *Ibid.*

<sup>542</sup> Coe, *Op. cit.*

<sup>543</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p. 231.

<sup>544</sup> Coe, *Op. cit.*

<sup>545</sup> Pendakur, *Op. cit.*

segmentos más creativos de la industria: primero porque “las altas ventajas competitivas de Hollywood en la preproducción y postproducción continuarán prevaleciendo; y segundo, (porque) las cintas requieren un control de supervisión cercana e insumos complejos personalizados en todas las etapas de producción.”<sup>546</sup>

Los afectados por las fugas de producciones han sido los trabajadores estadounidenses que se encuentran “por debajo de la línea” es decir, los técnicos de bajo rango dedicados a la fase de filmación.

La economía de Estados Unidos ha perdido 47,000 empleos por año y \$ 23 mil millones de beneficios económicos relacionados a la producción de largometrajes desde el año 2000. [...] Los subsidios alrededor del mundo han tenido el efecto esperado de atraer a los productores de Estados Unidos, especialmente las grandes producciones.<sup>547</sup>

Los sindicatos de trabajadores estadounidenses han investigado la magnitud económica del fenómeno y han solicitado al gobierno local, estatal y federal apoyos para “revertir la tendencia y repatriar los trabajos y actividades económicas que giran alrededor de la realización de una película hacia Estados Unidos.”<sup>548</sup>

Si bien Vancouver pasó de ser simple locación a un complejo productivo, Canadá no ha tenido éxito en desarrollar una base local de capital y una industria fílmica propia derivada de la derrama de las producciones hollywoodenses debido a la sujeción a la inversión extranjera que por su carácter móvil amenaza con abandonar las bases del distrito. Canadá enfrenta cada vez más la competencia de otras regiones en el mundo que han incrementado la atracción de las inversiones de Hollywood.

“Las relaciones externas del complejo (canadiense) revelan [...] una gran dependencia de los flujos de capital de Hollywood, flujos de corta duración que son altamente contingentes y dependen de las políticas culturales nacionales y de la paridad cambiaria.”<sup>549</sup> La reacción ante la participación regional y su carácter contestatario hacia las políticas que refuerzan esta dependencia

---

<sup>546</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 55.

<sup>547</sup> Stephen Katz, Center for Entertainment Industry Data and Research, *Op. cit.*

<sup>548</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p. 232. El estudio económico y estadístico fue financiado por los sindicatos y realizado por el Center for Entertainment Industry Data and Research, *Op. cit.*

<sup>549</sup> Coe, *Op. cit.* p. 1770.

ha sugerido que “apoyar las necesidades del capital extranjero es visto como una prioridad”<sup>550</sup> por parte del poder público.<sup>551</sup>

Como advierten varios investigadores las producciones fugitivas podrían ser positivas para el país receptor si se dieran “esfuerzos por un desarrollo de la producción nacional que permita que las voces locales puedan expresarse desde el propio país.”<sup>552</sup> Sin embargo, esto no ha ocurrido. Los estudios de Chaminade y Vang sobre las derramas fugitivas en el complejo de Toronto concluyen que no todas las interacciones globales conllevan resultados positivos. Las inversiones extranjeras directas no generan por sí mismas derramas positivas, pues su impacto depende, entre otras cosas, del grado en la firmeza de inmersión de las subsidiarias locales, del estado y mandato de la investigación y desarrollo, de la estructura de toma de decisiones de las corporaciones transnacionales y de las características institucionales históricas de la industria y específicas de las firmas.<sup>553</sup> Para poder desarrollar un *cluster* de producción autónomo y fuerte debe romperse el círculo vicioso modificando el carácter de la interacción global-local. Pendakur con una visión más radical estima que las producciones fugitivas son oportunistas pues las multinacionales involucradas en el cine no pierden el control de la toma de decisiones financieras, productivas y comerciales en otros países bajo la ley básica que gobierna el comportamiento de la inversión internacional.<sup>554</sup>

#### 4.1.2.2 Las empresas subsidiarias

El capital de la industria fílmica estadounidense ha podido, por su grado de desarrollo, fluir a otros países para realizar producciones cinematográficas. Ya hemos mencionado las coproducciones como aventuras internacionales de co-financiamiento, las producciones fugitivas que entran y salen de locaciones extranjeras similares a un proceso de maquila exclusivo a la fase de rodaje y, por último, mencionaremos otro tipo de inversión extranjera directa con otras características: el establecimiento de plantas subsidiarias o filiales estables en otros países.

Esta última tendencia del capital fílmico estadounidense ha empezado a establecerse de manera lenta y cautelosa en México y Canadá. El establecimiento de subsidiarias estadounidenses dedicadas a la fase de producción implica un tipo de inversión extranjera de mayor duración e

---

<sup>550</sup> *Ibid.*, p. 1769.

<sup>551</sup> Por ejemplo, en el verano de 1997, el gobierno de British Columbia se coludió con los productores estadounidenses para presionar al sindicato. *Ibid.*, p. 15.

<sup>552</sup> Sánchez Ruiz, “La industria audiovisual en América del Norte...”, *Op. cit.*, p. 232.

<sup>553</sup> Chaminade y Vang, *Op. cit.*

<sup>554</sup> Pendakur, *Op. cit.*

inmersión en el territorio que las producciones fugitivas. Se trata de inversiones en capital fijo y a largo plazo.

En 1989, se construyeron con capital estadounidense los North Shore Estudios en Vancouver, Canadá, los estudios más grandes de ese país.<sup>555</sup> En Baja California, México, se construyeron los estudios Fox Baja (1996), especializados en escenografías acuáticas, propiedad de la 20th Century Fox. En ambos casos se aprovechó la cercanía geográfica y los bajos costos.

En la década de los noventa, cuando la industria fílmica en Vancouver mostraba mayores síntomas de consolidación, se realizaron inversiones de capital fijo por parte de los grandes estudios hollywoodenses con intenciones de filmar en la ciudad a largo plazo. “En 1995, Paramount (Viacom) abrió una compañía de equipo y servicios de apoyo a la producción para las necesidades Paramount. En 1996, Disney compró un estudio [...] multimedia en Victoria BC y [...] (otro) de animación en Vancouver. En mayo de 1997, MGM y los Bridge Studios inauguraron en conjunto [...] un estudio en Vancouver.”<sup>556</sup>

Los últimos años muestran la tendencia del crecimiento de las filiales de los grandes estudios y conglomerados mediáticos hollywoodenses, que de ser sólo oficinas de distribución en México han expandido sus negocios hacia la producción fílmica como subsidiarias de las *majors* hollywoodenses. Columbia Pictures Producciones de México (Sony Corp.), Miravista (Walt Disney) México y Warner Bros. Pictures de México iniciaron “dando anticipos de distribución y quisieron ampliar su participación dando anticipos directamente a otras producciones, pero sus resultados no fueron lo esperado.”<sup>557</sup> En los últimos años las subsidiarias han realizado de manera directa, por sí solas o a través de coproducciones, películas en México con talento conocido en el ámbito de la televisión mexicana, utilizando locaciones mexicanas y temáticas probadas a nivel local como la comedia romántica. Las películas han tenido, por supuesto, garantizada su buena distribución y exhibición en las salas del país y han obtenido poco a poco mejor recaudación y todo parece indicar que esta tendencia se acentuará.<sup>558</sup> Por otro lado, Televisa ha hecho una alianza de coproducción fílmica con la estadounidense Lionsgate y TV Azteca con Columbia. A diferencia de

---

<sup>555</sup> Coe, *Op. Cit.*

<sup>556</sup> Coe, *Op. cit.*, p. 1766.

<sup>557</sup> Ugalde, “Panorama de la producción cinematográfica nacional” en *Estudios Cinematográficos, Op. cit.*

<sup>558</sup> “Niñas mal”, 2007 (producida por Columbia Pictures Producciones de México, distribuida por Sony); “Efectos secundarios”, 2006 (producida por Traziende Producciones, Videocine, Warner Bros y Fidecine, distribuida por Warner Bros); “Casi Divas”, 2008 (producida por Columbia Pictures Producciones de México, distribuida por Sony); “Cansada de besar sapos” 2006, (producida por Miravista y Bazooka Films, distribuida por Buena Vista International-Sony); “Sultanes del sur” 2007 (producida por Warner Bros, Lemon Films, Filmox y Castelao Producciones, distribuida por Warner Bros).

la segunda alianza, la primera si se ha traducido en producciones cinematográficas arrancando el año de 2008.<sup>559</sup>

Investigadores y creadores mexicanos, comentan el probable cumplimiento del deseo frustrado de ocho décadas de los grandes estudios estadounidenses por generar contenidos “hispanoamericanos.”<sup>560</sup> Anteriormente, sus intentos se habían enfrentado al rechazo de las audiencias hispanoparlantes, hoy en día parecen haber aprendido a modificar sus estrategias.

La nueva dirección en los intereses de Hollywood respecto al mundo involucra el acercamiento a los talentos y cultura locales. Las estrategias son más perceptibles en la televisión donde HBO, Fox, Discovery Channel, Sony Television, etc., han empezado en el último par de años a producir o comprar los derechos de transmisión de series televisivas y documentales hechos en México, o con trabajadores y temáticas mexicanas y latinoamericanas.

Aunque es temprano para evaluar el efecto de esta nueva tendencia, hasta ahora presenta niveles escasos de creación de infraestructura y contribución al crecimiento económico local. Pero ha generado empleos estables de personal administrativo, gerencial y de mantenimiento y empleos temporales de talento local “por debajo y por arriba de la línea”. Presenta la limitante de una estructura de gobernanza dependiente de las decisiones de las casas matrices en Hollywood, en términos de financiamiento, creación de proyectos, definición de contenidos, investigación y desarrollo tecnológico. Con dos años de esta nueva modalidad de producción subsidiaria, es temprano para evaluar el grado de inmersión local de las filiales de compañías transnacionales y el tipo de beneficios (o desventajas) que puedan generar como: la creación de un *star system* local, la creación de una audiencia de tamaño considerable, el requerimiento de servicios especializados locales, la subcontratación de empresas especializadas y la inversión en tecnología e innovación. Finalmente, es capital extranjero que en otros territorios y en otros sectores económicos ha demostrado que sus intereses y lealtad responden al provecho de las compañías madres y no del desarrollo de las industrias locales y autónomas.

---

<sup>559</sup> Tal es el caso de “Amor letra por letra” 2008 (Lionsgate y Videocine) como la primera de una serie de producciones conjuntas entre la gran productora mexicana (Videocine-Televisa) y la productora mediana estadounidense dedicada a la producción y distribución cinematográficas, entretenimiento en casa (home video) y televisión en Estados Unidos, que tiene además alianzas con Viacom (Paramount Pictures y MGM), Sony y Eros International.

<sup>560</sup> Víctor Ugalde, Francisco Peredo e Isis Saavedra en la conferencia de presentación del libro: Isis Saavedra, “Entre la ficción y la realidad, fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994.” UAM-Xochimilco-Cineteca Nacional, lunes 16 de junio de 2008.

#### 4.1.2.3 La fuga de capital a través de la comercialización transnacional de películas y las exenciones de impuestos<sup>561</sup>

Una película va del productor al distribuidor y del distribuidor a las salas. Las ganancias generadas por la película viajan en sentido inverso a través de la misma ruta. El exhibidor toma su parte de las ganancias en taquilla y manda el balance, llamado rentas fílmicas, al distribuidor, que toma su parte y manda el balance, menos los gastos, al productor. La inequidad de este sistema es que los inversionistas, quienes han arriesgado su dinero por mucho tiempo, están al final de la cadena alimenticia; el único dinero que llega a sus manos ha pasado por las manos de todos los demás miembros de la cadena.<sup>562</sup>

Este sistema ha generado el problema de robos mediante falsos reportes y dobles contabilidades. “Los grandes distribuidores tienen la reputación de inflar gastos y minimizar ganancias,”<sup>563</sup> de ahí la importancia de las auditorías. Aún cuando el proceso es honesto, la posición de las compañías distribuidoras es menos riesgosa que la de las productoras y puede llegar a ser ventajosa.

Si bien los contratos de distribución varían de acuerdo a cada película hay de entrada una naturaleza desigual en las negociaciones. El distribuidor grande o pequeño *puede escoger* entre varias opciones de películas en proyecto o ya terminadas. Un productor independiente *necesita* un contrato de distribución para poder lanzar la película a gran escala. “Incluso las mejores películas tendrán malos resultados en las primeras dos semanas [...] las dos primeras semanas, dependen casi por completo de una buena campaña publicitaria.”<sup>564</sup>

Un buen contrato para el productor es el que logra que el distribuidor se entusiasme por la película y que adquiera los derechos de exhibición a cambio de un buen adelanto al productor, un compromiso sustancial de publicitar la película, dar fuertes garantías y otorgar un porcentaje razonable de participación de las ganancias.<sup>565</sup> Sin embargo, ese tipo de contratos que reparten el riesgo y los beneficios entre ambas partes es difícil de obtener. Como se observa en la siguiente tabla, la redistribución promedio de las ganancias en taquilla de una película mexicana es deficitaria.

---

<sup>561</sup> Por razones metodológicas, de falta de estadísticas y necesidad de hacer estudios más específicos, este apartado pretende señalar una línea de investigación posterior que requiere de mayor consistencia cuantitativa. Se muestra tan sólo una reflexión derivada de las fuentes de segunda mano consultadas.

<sup>562</sup> Goodell, *Independent Feature Film Production*, *Op. cit.*, p. 359.

<sup>563</sup> *Ibid.*

<sup>564</sup> *Ibid.*, p. 357.

<sup>565</sup> *Ibid.*

**Cuadro 10. Fidecine: Promedio de recuperación por película (mmp)**

Salas cinematográficas	<b>26.65</b>	Renta o venta de DVD o Video	
Menos pago de IVA (15 %)	-3.99	Ventas por video	<b>12.50</b>
<b>Subtotal</b>	<b>22.66</b>	Menos comisión comercializador (70 %)	8.75
		<b>Subtotal</b>	<b>3.75</b>
Menos derechos de autor (1.65 %)	-0.37	Derechos de la transmisión televisiva	
<b>Subtotal</b>	<b>22.29</b>		
Menos porcentaje del exhibidor (63 %)	-14.04	Por siete años	<b>.50</b>
<b>Subtotal</b>	<b>8.25</b>	Comisión al distribuidor	-.15
		<b>Subtotal</b>	<b>.35</b>
Menos comisión distribuidora (25 %)	-2.06	Liquidación al productor	<b>2.79</b>
<b>Subtotal</b>	<b>6.19</b>	Fidecine (33.5 %)	-0.93
Menos inversión de publicidad y propaganda	-7.50	<b>Total</b>	<b>1.86</b>
<b>Subtotal por exhibición</b>	<b>-0.31</b>		

Fuente: Ugalde, *Op. cit.*

La escasa o nula recuperación de la inversión de los productores contribuye fuertemente a la descapitalización de las industrias en el caso no sólo del cine en México sino también en Canadá. Al problema de redistribución de las ganancias en taquilla hay que agregar el de desnacionalización del capital. Como la mayoría de las pantallas canadienses son controladas por las *majors*, “Los rendimientos en taquilla para los filmes canadienses son muy pobres; las cintas canadienses casi nunca recuperan sus presupuestos con las entradas en taquilla.”<sup>566</sup> Las fuentes revisadas coinciden en que si el cine indígena canadiense “quiere ser exitoso debe introducir cambios en el sistema de distribución”.<sup>567</sup>

Magder nos dice al respecto:

Las *majors* estadounidenses consideran a Canadá como parte de su mercado doméstico y suelen incluir los derechos de distribución canadiense al negociar con productores independientes. De hecho, los distribuidores canadienses sólo tienen acceso a (subdistribuir) las películas (canadienses e internacionales) que los grandes distribuidores estadounidenses han escogido; entonces, la mayor parte de las

<sup>566</sup> Magder, *Op. cit.*, p. 151

<sup>567</sup> Chaminade y Vang, *Op. cit.*, p. 16.



ganancias de distribución en Canadá fluye hacia el sur de la frontera, contribuyendo a la descapitalización de las producciones canadienses.<sup>568</sup>

Los altos porcentajes –por encima del 80 %- de participación en las ganancias de distribución y exhibición concentrados en las grandes compañías de capital extranjero tanto en México como en Canadá significan una transferencia medular del capital de la industria.

Existen a nivel público varios mecanismos que buscan reequilibrar la redistribución de las ganancias: cuotas de pantalla, cuotas de distribución e impuestos sobre la renta a distribuidores y exhibidores extranjeros. Sin embargo, intentos por aplicar los dos primeros han sido fallidos en la historia reciente de México y Canadá. Y en cuanto a los sistemas impositivos tanto Canadá como México han establecido políticas fiscales para estimular la inversión extranjera en detrimento de la redistribución nacional de los ingresos de la industria fílmica. En Canadá, se da el caso de los *tax credits* a la producción a nivel federal y provincial. Según la ley del impuesto sobre la renta en México una compañía distribuidora debe estar contribuyendo al erario mexicano con el 25% de sus ganancias anuales, pero, los exhibidores en México están además exentos del pago del IVA.<sup>569</sup>

Por otro lado, existe en México la preocupación por preservar las películas como patrimonio cultural y regular “la venta de películas mexicanas al extranjero. Esto con el objetivo de no tener la necesidad de acudir a distribuidores extranjeros para poder exhibir en nuestro propio país películas como Pueblerina o María Candelaria.”<sup>570</sup> En el 2002, por ejemplo, Sony Pictures ganó el juicio contra Mario Moreno hijo para obtener los derechos de 34 películas protagonizadas por Cantinflas.

Son pocos los casos en los que el flujo del capital corre inversamente de Estados Unidos hacia Canadá y en menor medida hacia México. Se trata de las ventas que realizan las grandes productoras mexicanas y canadienses en mercados estadounidenses. Por poner sólo dos ejemplos, en 1993, el 61 % de las ganancias de la productora canadiense Nelvana, provenían de su mercado en EU. O la mexicana Videocine (de Televisa y distribuidora en México de Warner Bros y New Line Cinema) que en el 2005 estrenaba la conquista del mercado estadounidense con cintas mexicanas a través del establecimiento de una oficina en Los Ángeles, California. En palabras de su director general:

---

<sup>568</sup> Magder, *Op. cit.*, p. 152.

<sup>569</sup> En México no se generan reportes oficiales de los montos de inversión extranjera en sus distintas modalidades (coproducciones, producciones fugitivas, producciones de subsidiarias) y en las distintas ramas cinematográficas (producción, distribución y exhibición), tampoco las ganancias netas de estas empresas, ni la derrama e impuestos generados.

<sup>570</sup> Lay Arellano, *Op. cit.*, p. 98

‘Hicimos primero un tour para conocer a todos los exhibidores de Estados Unidos, a las cadenas grandes por supuesto; no nos interesaba en nichos, en salas chicas. Finalmente [...] estrenamos la primera película, *Un día sin mexicanos*, de Sergio Arau, que fue todo un éxito [...]. Es una cinta que puso un poco más de 4.2 millones de dólares con un máximo de 120 copias.’ Allá videocine lanzó también el video [...] y ha vendido más de 350 mil unidades.<sup>571</sup>

Al igual que en el caso de las coproducciones entre México y Canadá, las relaciones comerciales entre México y Canadá son prácticamente inexistentes. En México se exhibe, en promedio, una película canadiense al año presentada en muestras culturales y no en salas comerciales, de modo que la audiencia, el tiempo de permanencia en pantalla y los ingresos son limitados. Esta situación contrasta con el estreno en México de entre 160 y 200 películas estadounidenses en salas comerciales.<sup>572</sup>

#### 4.1.3 La movilidad laboral y los flujos culturales

Las condiciones laborales en México, expuestas en el capítulo 3, de bajos salarios y poca producción han sido determinantes de la internacionalización y fuga de talento de una generación de cineastas creativos y actores mexicanos que han emigrado predominantemente a Hollywood o han trabajado ahí.<sup>573</sup> Son, en palabras del director Alfonso Cuarón, “migrantes de lujo.” Y en opinión del actor Diego Luna:

Tenemos grandes directores que se tienen que ir a filmar a otros lugares, no podemos decir que por estas nominaciones (a los premios Óscars de 2007) nuestra industria está fortalecida. [...] Gracias a las políticas culturales de México todos esos directores viven en otro país. Dirigen para compañías extranjeras y por suerte son gente con sentido común que le regresa cosas a México.<sup>574</sup>

<sup>571</sup> Eckehardt Von Damm, director general de videocine en “Videocine a la conquista del mercado”, *Proceso*, edición especial “The Mexican Hollywood”, núm 17, septiembre del 2005.

<sup>572</sup> Gómez García, “El Impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 287.

<sup>573</sup> La lista de personajes mexicanos reconocidos y prestigiados en el extranjero no es corta, pero sería mucho más larga si abarcara cineastas, técnicos y actores poco conocidos y estudiantes de cine que buscan suerte en Hollywood. Entre los directores están Luis Mandoki, Alfonso Cuarón, Alfonso Arau, Guillermo del Toro, Alejandro González Iñárritu y Sergio Arau; los fotógrafos Emanuel Lubezki, Guillermo Navarro, Rodrigo Prieto, Xavier Pérez Grobet, Gabriel Beristain, Rodrigo García; las actrices Salma Hayek, Lumi Cavazos, Ana Claudia Talancón, Cecilia Suárez y los actores Demián y Bruno Bichir, Daniel Giménez Cacho, Demián Alcázar, Gael García y Diego Luna; el guionista Guillermo Arriaga.

<sup>574</sup> Diego Luna en Mejía Madrid y Juan Villoro, “Gael y Diego, viviendo con la fama”, *Proceso*, Núm. 1578, 28 de marzo del 2007. p. 72.

Por otro lado, en la medida en que este personal creativo es contratado por el capital estadounidense no puede hablarse de la realización de cine mexicano, ni del tratamiento de temáticas propias de la sociedad mexicana, ni de beneficios directos a la industria en México a pesar de constituirse en una ventana promocional hacia el resto del mundo.

La mayoría del talento mexicano emigrado ha manifestado su preocupación por el estado de la industria en México, han procurado regresar al país a reinvertir, trabajar en producciones locales, llevar temáticas mexicanas al otro lado o han dado voz y visibilidad a las demandas de un desarrollo industrial endógeno. Guillermo del Toro, por ejemplo, realiza películas muy costosas por sus efectos especiales que las hace difíciles de producir en México, pero, ha aprovechado la atención mediática para exponer los problemas que enfrenta la industria: la carencia de protección del cine nacional frente al exterior, la falta de protección de lo que se obtiene en taquilla y las políticas variables sexenales.<sup>575</sup>

Estos flujos creativos, aunados a la situación socioeconómica y política emancipadora de la población de origen mexicano en el sur de Estados Unidos, han favorecido el intercambio de imágenes y discursos culturales en los contenidos fílmicos. “Estamos acostumbrados a que el cine estadounidense nos mande ‘Traffic,’ de Steven Soderbergh, o ‘El hombre en llamas’ de Tony Scott, donde hay una visión negativa de México, Frida (la película) es todo lo contrario.”<sup>576</sup>

El tema de la frontera entre Estados Unidos y México ha sido recurrente desde la perspectiva mexicana, estadounidense y desde ambas a través de las coproducciones.<sup>577</sup>

Hay temas que los propios gringos empiezan a trabajar, como la frontera. Es una deuda del cine de Estados Unidos: no ha documentado lo que pasa ahí con los chicanos. Hay un cambio en cómo se piensan las historias de mexicanos en Estados Unidos. Antes era una especie de viaje punitivo: el mexicano llegaba a superarse, su historia sólo era interesante si contaba la forma en que se adaptaba y terminaba con una rubia. Con lo único que se quedaba era con su color. Ahora ya no se necesita deslavar la identidad de los que se van allá.<sup>578</sup>

---

<sup>575</sup> “Del Toro como en su casa”, *Proceso*, edición especial “The Mexican Hollywood”, Núm. 17, septiembre del 2005.

<sup>576</sup> Alejandro Pelayo, “Desde los noventa”, *Proceso*, edición especial “The Mexican Hollywood”, Núm. 17, septiembre del 2005.

<sup>577</sup> “Perdita Durango,” “El mariachi,” “El pistolero,” “Del crepúsculo al amanecer,” “Traffic,” “Babel,” “Un día sin mexicanos,” “Ciudad del silencio,” etc.

<sup>578</sup> Gael García en Mejía Madrid y Juan Villoro, “Gael y Diego, viviendo con la fama”, *Op. cit.*, p. 72.

De cualquier manera, se trata de un fenómeno reciente que ha abierto las puertas pero que “hay que mantenerlas abiertas”<sup>579</sup> y cuyos efectos han sido de pequeñas dimensiones comparados con los flujos culturales que provienen de Estados Unidos y su dominio del 84 % de las pantallas de cine mexicanas.

Cabe señalar aquí, el inexistente vínculo de intercambio cultural y laboral entre las cinematografías canadiense y mexicana. Las películas de cineastas canadienses<sup>580</sup> que han migrado a Hollywood han trabajado con temáticas y talentos globales al igual que los mexicanos. Los estudiosos del cine canadiense mencionan la desnacionalización de una buena parte del cine del Canadá de habla inglesa en cuanto a sus contenidos dada la presión por generar la aceptación internacional con pretensiones comerciales.<sup>581</sup> A nivel de flujos culturales, es menos perceptible la generación de un cine con referencias propias a la región canadiense y por lo tanto, es menos visible la diferenciación cultural entre los contenidos estadounidenses y los canadienses.

Esto no quiere decir que el cine canadiense carezca de un desarrollo propio consistente como el documental-ficción que ha aportado sus formas narrativas intertextuales al mundo de la postmodernidad. Los creativos mexicanos y canadienses que han tenido la oportunidad de trabajar en Hollywood han agregado un ingrediente a los contenidos de crítica social como es el caso del cine de Cronenberg, Egoyan, Iñárritu y Cuarón.

## 4.2 CONCLUSIONES

La integración social existente ha sido limitada pues la cooperación financiera, creativa, tecnológica y en materia de exhibición entre las tres cinematografías ha sido escasa. La movilidad laboral ha tendido principalmente al flujo unilateral de trabajadores creativos o técnicos altamente capacitados que se desplazan al centro de mayor producción: Hollywood. A su vez, los flujos culturales son prácticamente inexistentes entre Canadá y México e incipientes entre Canadá y Estados Unidos. El intercambio cultural entre México y Estados Unidos es más visible no sólo por lo contrastante de las diferencias entre las dos culturas sino por la importancia creciente de la población de origen mexicano que vive en Los Ángeles, la cercanía de Hollywood a la frontera mexicana y el éxodo de actores y cineastas mexicanos reconocidos al distrito hollywoodense. Todos esos factores han hecho de México un referente visible en el cine estadounidense que tiende a incrementarse.

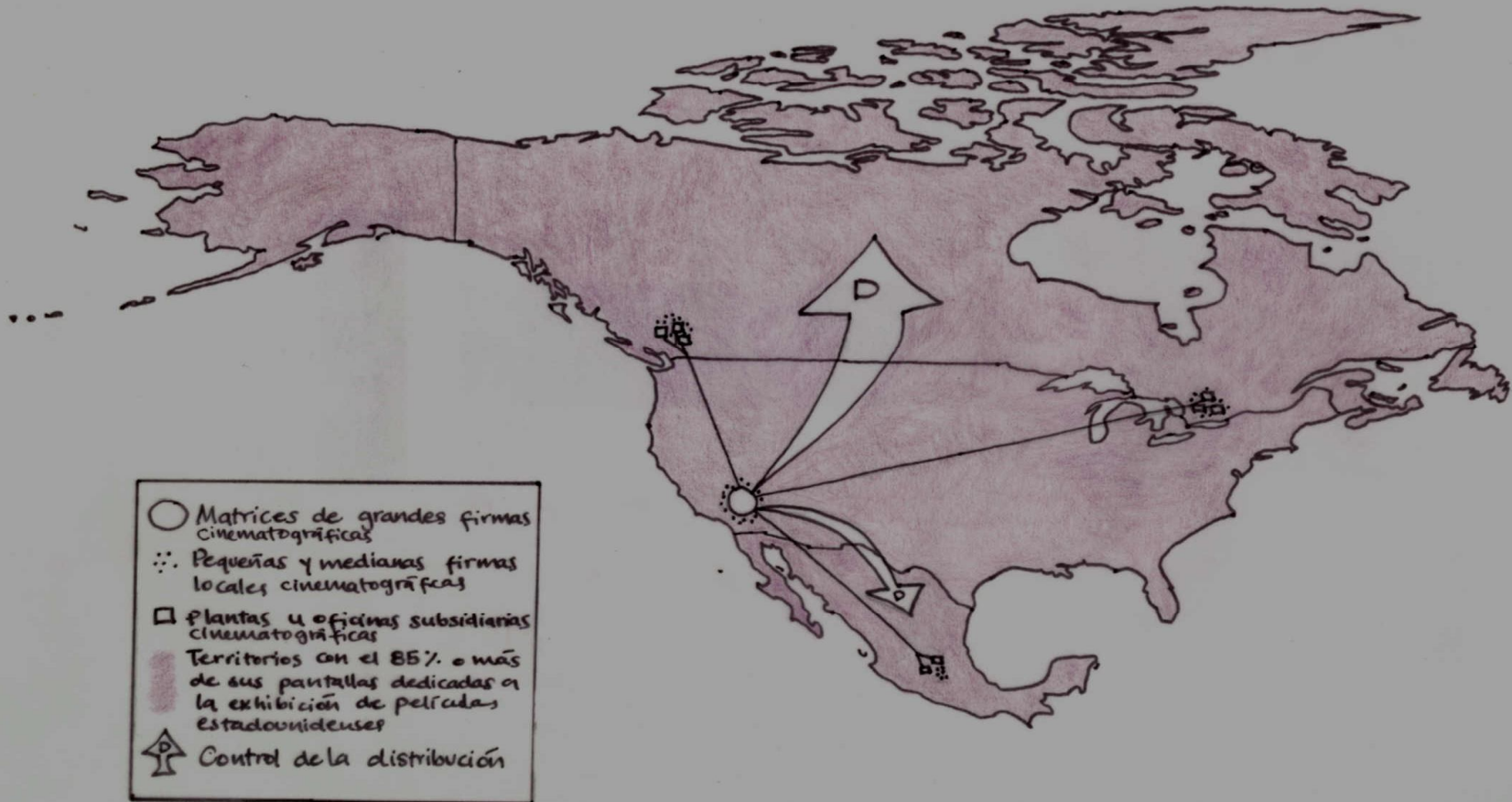
---

<sup>579</sup> Diego Luna en Mejía, *Ibid.*, p. 73.

<sup>580</sup> Directores reconocidos como David Cronenberg y Atom Egoyan.

<sup>581</sup> No ocurre lo mismo con el cine de la región francoparlante en Canadá.

ESQUEMA DE LA INTEGRACIÓN CINEMATOGRAFICA EN AMÉRICA DEL NORTE  
 ESTADOS UNIDOS COMO CENTRO PRODUCTOR  
 MÉXICO Y CANADÁ COMO MERCADOS DE CONSUMO



## CAPÍTULO 5

A manera de conclusión, en este capítulo se aplicarán los conceptos de la teoría de la regulación a la información obtenida del estudio de caso del distrito fílmico de la Ciudad de México (ver capítulo 3) y de la investigación documental sobre las tres cinematografías y las relaciones entre ellas (ver capítulos 2 y 4). El objetivo es aplicar los supuestos teóricos que permitan sintetizar el material empírico y sugerir algunas interpretaciones que respondan a las interrogantes ¿Qué tipo de industria fílmica existe en México y qué tipo de integración existe entre las cinematografías de América del Norte?

### 5.1 EL DISTRITO INDUSTRIAL CINEMATOGRAFICO EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y SU REGULACIÓN SOCIAL

#### 5.1.1 Radiografía de la industria cinematográfica mexicana

En el capítulo tercero se analizaron diversas variables y se encontraron tendencias significativas que nos permiten concluir la existencia de un sector productivo *cuya organización industrial y laboral corresponde a la forma de producción flexible*.<sup>582</sup>

Las unidades económicas productivas son en general micro, pequeñas y medianas empresas constituidas como sociedades y tendientes hacia la diversificación de la actividad económica audiovisual y, por lo tanto, de productos; a la generalización (en lugar de especialización) e interiorización de las fases de producción; a la carencia de capital fijo y la sobreutilización o renta del poco que se tiene. La producción además se realiza de manera inestable por tratarse de proyectos a corto plazo que implican, a su vez, relaciones laborales versátiles y de carácter temporal.

Las firmas productoras en la Ciudad de México obtienen a través de estas estrategias operativas y organizativas, la habilidad de flexibilizar rápidamente su producción en la medida en que están facultadas para ampliar sus posibilidades de obtener ingresos, cambiar de objetivos productivos o transformarlos sobre la marcha sin que el sólo hecho de hacerlo represente una

---

<sup>582</sup> La producción flexible en el distrito fílmico en México tiene las siguientes características propias. Se compone de una red de micro, pequeñas, medianas empresas moderadamente relacionadas; la mayoría de estas empresas están organizadas bajo la forma de desintegración vertical (subcontratación, externalización de los servicios, desintegración entre la producción, la distribución y la exhibición); se produce bajo la modalidad de proyectos temporales; las empresas tienen poco capital fijo; una gran parte de la producción está representada por un grado importante de diversificación en las actividades y productos; la fuerza laboral está también desintegrada. Sin embargo, la producción flexible del distrito tiene características propias y paradójicas: hay un componente importante de integración vertical en empresas altamente capitalizadas; las empresas productoras tienden a internalizar las fases de la producción reflejando estrategias de generalización más que de especialización (hay una división técnica más no social del trabajo); la desintegración vertical existente carece hasta el momento de la funcionalidad que podrían conferirle altos y constantes niveles de producción y una mayor especialización.

amenaza grave a la capacidad, rentabilidad y existencia de la firma misma. Al contrario, este dinamismo les permite compensar las deseconomías de escala que enfrentan.

La capacidad de adaptabilidad que se busca sugiere la inmersión del complejo en un ambiente económico incierto y riesgoso derivado no sólo de los altos niveles de competencia<sup>583</sup> sino del problema estructural de falta de capital en el sector fílmico productivo. El distrito fílmico en México es deficitario frente al comercio internacional, tiene una bajísima recuperación en taquillas y ventanas de comercialización, en consecuencia se elevan los riesgos de inversión (inversiones a fondo perdido, de por sí riesgosas por la naturaleza del lento proceso de recuperación y la incertidumbre del mercado) ahuyentando los créditos. Esta situación genera la inconstancia prevaleciente en la consecución de proyectos cinematográficos, que enfrentarán además las barreras de entrada hacia la distribución y exhibición oligopólicas que coadyuvan a la escasa recaudación e incapacidad de reinversión para comenzar de nuevo el círculo vicioso en el que se encuentra el sector. *La flexibilización responde de manera importante a la descapitalización del distrito cinematográfico, aunque también a las necesidades de la estructura de producción audiovisual.*<sup>584</sup>

*Los altos niveles de financiamiento estatal sugieren la intervención de un mecanismo de coordinación económica externo al mercado de cuyas aportaciones depende un 80 % del sector productivo y señala la falta de una infraestructura industrial productiva autofinanciable.*

El estudio sugiere también que el *nivel de integración dentro del distrito es moderado* como lo muestran las relaciones de transacción que explicaremos a continuación.

En primer lugar, existe un nivel medio de vinculación de las productoras con otras empresas y dentro de este tipo de relaciones es predominante el carácter intrasectorial (entre empresas del sector audiovisual). Hay niveles bajos pero importantes de relaciones subordinadas entre las productoras y otras empresas similares, es decir, de subcontrataciones. Si bien existe un grado medio de cooperación entre las empresas productoras a través de las coproducciones, se encontraron escasos niveles de vinculación funcional entre las grandes empresas y las empresas independientes. Este tipo de desvinculación señala la carencia de externalización de las fases de producción audiovisual y por el contrario su realización al interior de las firmas. *Las causas de esta internalización del proceso productivo son la baja especialización y profesionalización de las empresas, la integración vertical de grandes productoras y la precariedad financiera del sector*

<sup>583</sup> En el distrito industrial de Los Ángeles, el ambiente de incertidumbre está relacionado con la fuerte competencia y además con el incremento de la especialización y las dificultades de captar inversiones con topes cada vez más altos.

<sup>584</sup> Al trabajo por proyectos, a las subcontrataciones, a la demanda en un abanico amplio de productos audiovisuales como la publicidad y la televisión pública, etc.

*independiente*. Entre otras consecuencias, la internalización productiva ha generado limitadas externalidades económicas positivas.

En segundo lugar, *encontramos altos niveles de transacciones entre las productoras y los proveedores de servicios auxiliares* (de otros sectores) y *especializados* (del sector fílmico). Las transacciones son predominantemente esporádicas y moderadamente estables a través de subcontrataciones y alianzas.

En tercer lugar, el *cluster* cinematográfico en la Ciudad de México *carece de la compleja red de intermediarios que existen en otros distritos fílmicos dinámicos*.<sup>585</sup> Son los productores mexicanos los que realizan estas múltiples actividades para suplir la labor de profesionales especializados cuya subcontratación elevaría los costos. El ahorro de los servicios intermediarios en una actividad que requiere cantidades importantes de transacciones *implica una disminución de apoyos especializados que repercuten en el nivel de articulación de los agentes económicos*.

En cuarto lugar, el estudio mostró la existencia e importancia de factores como el prestigio, la familiaridad y los contactos cara a cara en las relaciones laborales, en las relaciones entre las empresas y entre estas y los proveedores de servicios. De esta manera, *se generan certidumbre y confianza que actúan como mecanismos de coordinación facilitando el empleo, el financiamiento, la cooperación, la transferencia de conocimiento y, en general, la actividad productiva a través de la interacción entre los agentes económicos*. Sin embargo, este ambiente de confianza se da sólo dentro de círculos pequeños en los que hay familiaridad y convenciones establecidas.

El mercado laboral es *dominado por la modalidad del trabajo temporal* y afectado por la baja demanda laboral y la pérdida de beneficios sociales. Existen recientes *esfuerzos por reestructurar organizaciones sindicales deterioradas por problemas de rigidez, desconfianza y baja sindicalización* en lo que parece ser una fase de transición hacia una mayor flexibilización sindical sin perder las acciones de resistencia al empeoramiento de las condiciones laborales.

*El marco institucional se compone de instancias del orden civil, público y privado* abarcando un gran espectro de las actividades cinematográficas. La mayoría de ellas realiza esfuerzos por cambiar el estado actual de la industria a varios niveles de acción (legal, laboral, estructural, creativo, etc.) pero su poder es limitado. La importancia de las instituciones sindicales, sociedades de gestión, asociaciones empresariales, cooperativas, institutos estatales, etc., es que deberían coordinar transacciones críticas, corregir fallas del mercado y reducir el potencial de una

---

<sup>585</sup> Agencias de talento, casting y colocación, managers, gerentes de producción, agentes de distribución, agentes financieros, etc.



competencia exacerbada; algunas lo hacen. *Sin embargo, existe una baja vinculación entre el sector empresarial privado y las instituciones parasectoriales. Existe un ambiente general de desconfianza al comportamiento oportunista de instituciones públicas, asociaciones, sindicatos, empresas y trabajadores por problemas pasados de nepotismo, robos, fraudes, desvío de fondos, prácticas desleales de competencia, prácticas monopólicas, incumplimiento de acuerdos, inseguridad pública, etc.*<sup>586</sup>

*Las instituciones públicas a nivel local y federal son pobremente evaluadas por el sector privado. Las entidades gubernamentales regulan a la industria fílmica, su gobernanza consiste en “coordinar diferentes órdenes institucionales como los sistemas económico, político, legal, científico o educativo, cada uno tiene sus propias lógicas operativas complejas.”*<sup>587</sup> En México, las distintas dimensiones de la industria cinematográfica están dislocadas según la competencia de distintas secretarías de estado, no existe un órgano centralizador o intermediario que facilite la gestión, la administración y la perspectiva integral de una política estatal a mediano y largo plazos, como existe en otros distritos cinematográficos.

*El distrito cinematográfico en México muestra desarticulación en algunos aspectos como el empresarial-institucional, el laboral-sindical y el funcional entre grandes y pequeñas empresas,. Pero existe una relativa articulación en otros como el eje de servicios. Esto no significa que la importancia de la articulación entre los agentes económicos no se manifieste, por ejemplo, en la concentración geográfica de las productoras, del mercado laboral, de los servicios y de las instituciones parasectoriales en la Ciudad de México. La cercanía espacial es un factor más que al generar externalidades positivas facilita las transacciones comerciales<sup>588</sup> y no comerciales<sup>589</sup> involucradas en la actividad fílmica. Sin embargo, la localización geográfica obedece también a factores históricos y socioeconómicos más generales como el aprovechamiento de las economías de urbanización, el capital humano, social y cultural.*

Las compañías transnacionales de *distribución y exhibición* concentran gran parte del mercado y su *propiedad extranjera genera el drene de montos significativos de capital*. La estructura oligopólica del mercado implica el establecimiento de barreras de entrada a actores independientes, la existencia de prácticas monopólicas de competencia desleal, la saturación del mercado con cintas estadounidenses en un 84 % de las pantallas y la consecuente *distorsión del*

<sup>586</sup> Entre otros casos, los siguientes: el escándalo de la Comisión Nacional de Filmaciones; los robos durante los rodajes de películas; la facultad legal de los sindicatos para detener producciones que no contraten sindicalizados; la colusión discriminatoria de las grandes empresas distribuidoras y exhibidoras contra independientes, etc.

<sup>587</sup> Pratt, “Cultural Industries and Public policy. An Oxymoron?,” *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, 2005.

<sup>588</sup> Transacciones de mercado, costos de transporte, etc.

<sup>589</sup> Conocimiento, aprendizaje, certidumbre, confianza, etc.

*mercado determinante para la descapitalización del sector productivo mexicano. Finalmente, el duopolio televisivo mexicano, compañías nacionales altamente capitalizadas, genera pocas derramas económicas a otros sectores audiovisuales como consecuencia de su integración vertical.*

### 5.1.2 Interpretación del diagnóstico: la industria de facto y la industria deseable

Después analizar la información recabada en la investigación documental y el trabajo de campo es evidente que la industria cinematográfica mexicana no desapareció sino que en las últimas dos décadas se transformó hacia otro tipo de industria como afirmaron recientemente los investigadores Víctor Ugalde y Francisco Peredo.<sup>590</sup>

Las observaciones realizadas aquí nos invitan a distinguir entre partes de la industria cinematográfica mexicana que presentan un buen desempeño económico y partes que presentan un panorama contrario. No sólo hay diferencias entre las tres ramas de la industria: la descapitalización del *sector productivo*, la transnacionalización de la *distribución* y la *exhibición* y su crecimiento económico agigantado, sino al interior de éstas mismas, hay gran disparidad entre las empresas altamente capitalizadas y las independientes tanto en la producción, como en la distribución y exhibición.

Para poner un poco de orden podemos decir que *la nueva industria cinematográfica en México está caracterizada por la desarticulación de la cadena de valor a nivel local pero esta dislocación a nivel doméstico permite el enganche de las ramas de distribución y exhibición, así como, del mercado de consumo mexicano a la industria transnacional de capital mayoritario estadounidense.*

La otra parte de la industria, la producción local independiente, es la que algunos dicen “fue destruida”, otros mencionan está en “crisis constante,” otros “está descapitalizada” y es la que muchos desean ver recuperada, desarrollada y consolidada. Pero actualmente sus *características endógenas muestran*, como se ha expuesto en el apartado anterior, *algunos aspectos importantes de desarticulación en las interacciones locales. Además está subsumida a vínculos globales específicos que moldean al mercado con consecuencias negativas importantes sobre el desarrollo de una industria cinematográfica autosostenible.* Aquí cabe preguntarnos ¿quiénes se benefician y quiénes son perjudicados con el actual estado de las cosas?

---

<sup>590</sup> En la conferencia de presentación del libro: Isis Saavedra, “Entre la ficción y la realidad, fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994.” UAM-Xochimilco-Cineteca Nacional, lunes 16 de junio de 2008.

Podemos hablar entonces, con fines metodológicos, de la presencia de dos paradigmas de industria cinematográfica para la sociedad mexicana: la industria EXISTENTE y la industria DESEABLE. Permítasenos ocupar este último calificativo valorativo y subjetivo por las siguientes razones objetivas. “Deseable” por aquellos que sabemos que la integración local de la industria y su adecuada regulación, como lo ejemplifican casos internacionales de cinematografías exitosas, podría traer consecuencias positivas: crecimiento económico; empleo directo e indirecto, calificado y no calificado; externalidades económicas al interior y al exterior del sector; acceso local a la producción fílmica; ejercicios culturales inalienables a los derechos humanos; y desarrollo económico en general. Mientras que la industria existente, presenta limitantes al desarrollo y crecimiento económico local.

Frente a estos dos paradigmas podemos regresar a la pregunta planteada en el capítulo tercero: ¿Es el arreglo institucional que envuelve a la industria cinematográfica en México apropiado para fomentar su desempeño económico? La respuesta será afirmativa en el caso de la industria EXISTENTE pues consideramos que existen las condiciones institucionales necesarias para que los sectores beneficiados de la distribución y exhibición transnacional sigan creciendo. Sin embargo, es importante distinguir aquí a qué cinematografía nos estamos refiriendo. Si replanteamos la pregunta ¿Es el arreglo institucional que envuelve a la industria cinematográfica en México apropiado para fomentar *el desempeño económico de una industria endógena*? La respuesta será negativa para la industria DESEABLE.

En otras palabras, *tal y como funciona actualmente la regulación social en la industria cinematográfica en México a nivel local, regional y global, se establecen una serie de circunstancias condicionantes para permitir la reproducción, mantenimiento y crecimiento de la industria cinematográfica existente.*

#### 5.1.2.1 El mantenimiento del *status quo*

Las características productivas de desarticulación y descapitalización del distrito fílmico de la Ciudad de México, mencionadas en el diagnóstico, forman parte de la regulación social y son correlativas a los marcos institucionales y legales a nivel nacional y regional como explicaremos a continuación.

Las instituciones estatales cinematográficas conciben al cine como arte, sin contemplarlo como un sector económico. Sin embargo, los subsidios no son suficientes y se carece de la

construcción de una política integral que vea a la industria como un todo. Al contrario se dedican esfuerzos mínimos en el ámbito de la distribución y exhibición comerciales de películas mexicanas.

Dado el desacoplamiento de la cadena de valor y dadas las reglas de redistribución de las ganancias impuestas de manera desventajosa sobre los productores y beneficiando a grandes distribuidores y exhibidores, esta política estatal asistencialista termina por subsidiar a las grandes empresas no sólo a través de los incentivos fiscales directos sino del apoyo financiero a la producción local. La visión gubernamental del cine mexicano como “arte” y sus consecuencias pragmáticas son compatibles con los intereses de las grandes empresas transnacionales.

No es intención de este trabajo proponer que el Estado debe intervenir necesariamente en la actividad económica de producción, circulación o comercialización, sino subrayar su tarea de propiciar un buen ambiente para la actividad económica justa. Tampoco se pretende negar la importancia actual de los subsidios del Estado para mantener una cantidad de producción decorosa y de calidad, pero sí se intenta cuestionar la inconsistencia de las políticas culturales cinematográficas.

Si a esto le sumamos la carencia de continuidad, la discrecionalidad en las políticas cinematográficas, la falta del desarrollo de un proyecto político a largo plazo, así como, la desintegración administrativa entre las instancias gubernamentales que administran al sector cinematográfico (fraccionando objetivos y esfuerzos), obtenemos el panorama de mantenimiento del estado actual de la industria.

Otro factor institucional importante para el *status quo* es el poder del oligopolio representado en la cámara empresarial Canacine y su presión ante la SCJN, la CFC y la Secretaría de Hacienda. La estructura de la distribución y exhibición comercial ha demostrado ser intocable a la voluntad legislativa y política de modificarla parcialmente. Las secretarías de Estado y la SCJN han desechado acuerdos de otros organismos gubernamentales democráticos, han pasado por alto la penalización y aplicación de la ley antimonopólica y han generado políticas fiscales, todo ello, en favor de los intereses de unas cuantas compañías. Dichas acciones invitan a la sospecha de actos de corrupción y colusión entre poderes políticos y económicos.

### 5.1.2.2 La resistencia

Sin embargo, dentro del arreglo institucional (incluso a nivel de las instituciones gubernamentales) hay instancias con objetivos contrarios a mantener el estado actual de las cosas. ¿Cómo explicar la existencia de instituciones con posturas contrarias? Hay un esfuerzo de resistencia y propuesta de construcción alternativa por otra parte de ese arreglo institucional que pretende una regulación social distinta para una industria DESEABLE.

No es que exista un consenso homogéneo sobre las características que debería tener una industria fílmica endógena en México; ni mucho menos sobre cómo poder construirla. Pero, con base en las demandas recogidas que la sociedad civil ha manifestado a través del propio trabajo, del activismo social y de la movilización política, podemos reconstruir ciertos supuestos base de lo que sería una industria deseable.

La “sociedad civil cinematográfica” es como se ha denominado a un conjunto de actores: cineastas, trabajadores del cine, sindicatos, sociedades de gestión, productores independientes, exhibidores independientes, distribuidores independientes, asociaciones civiles, estudiantes, cooperativas, etc., que durante los foros y movilizaciones del proceso de ley de 1998, apoyó la iniciativa elaborada por miembros distinguidos de la comunidad cinematográfica. La sociedad civil cinematográfica fue el puente entre la comunidad cinematográfica y los cuerpos legislativos que terminaron por apoyar sus propuestas.<sup>591</sup>

La justificación de la Iniciativa de Ley de Cinematografía de 1998 leída ante la Cámara de Diputados en 1997 establecía tres objetivos principales: 1) Recuperar los niveles de inversión y restablecer las cadenas productivas cinematográficas, 2) Aprovechar plenamente toda la capacidad instalada de la industria cinematográfica nacional, 3) la preservación del patrimonio cultural.<sup>592</sup>

Destaca la visión de “la industria cinematográfica” como:

Constituida por diversos sectores que deben coexistir en armonía y equilibrio, representa al mismo tiempo que una actividad artística y una expresión cultural, una estructura económica y comercial de gran importancia. Significa fuente de empleos para miles de mexicanos talentosos y emprendedores y, por tanto su regulación

---

<sup>591</sup> Para profundizar en el asunto ver Lay Arellano, *Op. cit.*

<sup>592</sup> *Ibid.*, p. 97.

debe contemplar no solamente la satisfacción de las necesidades de un sector, sino la posibilidad del desarrollo de la industria en su conjunto.<sup>593</sup>

En esa época, la ley consiguió sus objetivos sólo de manera parcial como la constitución jurídica de los fondos estatales de apoyo. Pero quedaron pendientes “los incentivos fiscales (posteriormente abordados por la reforma al artículo 226 de la LISR, 2004-2006), la injusta repartición del ingreso en taquilla, la falta de recursos en fondos que deberían nutrirse de impuestos justos a la exhibición extranjera (el rechazo del peso en taquilla por la SCJN) y la televisión.”<sup>594</sup> Pero la lucha por los cambios legislativos no ha sido la única manifestación de los deseos por tener una industria endógena.

Actualmente, los sindicatos siguen haciendo frente a condiciones laborales onerosas y desventajosas con el crecimiento de los trabajadores libres no sindicalizados. Las sociedades de gestión mantienen juicios contra las exhibidoras y Televisa, que se han negado a pagar el porcentaje de regalías correspondiente los autores creativos de las películas mexicanas que han comercializado y transmitido.<sup>595</sup> La federación de cooperativas, Fecinema, ha lanzado un proyecto dirigido a atacar el problema que tienen las películas mexicanas de falta de acceso a salas, de bajos niveles de audiencia y recaudación. El proyecto se llama “Cine Centros Digitales, Plazas de Cooperativismo” que intenta construir cuatro salas en cada delegación del DF (sumando un total de 64 en la Ciudad de México) que además de exhibir películas mexicanas, latinoamericanas y del resto del mundo, serán centros de reunión comunitaria y fomento a la cultura.<sup>596</sup> Otro ejemplo es la labor de Cinérgica, que ha catalizado esfuerzos por fomentar y difundir la creación de historias cinematográficas “desde la semilla” es decir, desde los argumentos y los guiones cinematográficos en un intento de redimensionar la importancia de los escritores.<sup>597</sup> Podríamos seguir enumerando los esfuerzos de este conjunto de actores en resistencia por apostarle a una industria deseable agonizante que no deja de ser potencial.

---

<sup>593</sup> Exposición de motivos de la ILIC 1998. *Ibid.*, p. 126.

<sup>594</sup> Casas, “Los emigrantes”, Proceso, edición especial “The Mexican Hollywood”, Núm. 17, septiembre del 2005.

<sup>595</sup> Entrevista a Gregorio Paulino, abogado de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

<sup>596</sup> Federación Mexicana de Cooperativas de Cine y Video. [En línea] Archivo disponible en <http://www.irm.edu.mx/fecinema.html>, consultado en Internet el 14 de abril de 2008.

<sup>597</sup> Entrevista a José Antonio Elo, guionista de cine y fundador de Cinérgica, México DF, 19/05/2008.

## 5.2 ¿QUÉ TIPO DE INTEGRACIÓN EXISTE ENTRE LAS CINEMATOGRAFÍAS DE AMÉRICA DEL NORTE?

En el marco de los procesos globales de integración económica generados en las últimas décadas cabe preguntarnos acerca del tipo de integración de la actividad fílmica existente en la región de América del Norte, qué relación guarda la asimetría en el grado de desarrollo de sectores fílmicos con dicha integración y a quién beneficia principalmente.

El estudio de las interacciones endógenas de los distritos industriales cinematográficos y de sus vínculos externos permite concluir a grandes rasgos la existencia de una nueva<sup>598</sup> división internacional del trabajo en lo que respecta a la industria cinematográfica en América del Norte.

Por un lado, está la consolidación de Estados Unidos como productor y distribuidor (base del capital transnacional). Por otro, la conformación de México y Canadá como mercados de consumo con una exhibición oligopólica ligada estrechamente al capital estadounidense. Además Canadá se presenta como satélite de producción fílmica hollywoodense.

En el ámbito internacional, Hollywood permanece como centro fílmico dominante de financiamiento, producción, distribución y comercialización; es el núcleo de gobernanza de producciones satelitales, foco de toma de decisiones del capital transnacional cinematográfico y base de expansión de empresas filiales en las tres ramas de la industria; es el corazón de la innovación tecnológica aplicada a la cinematografía y a los servicios de apoyo a la producción. Los vínculos internacionales de Hollywood, en los que éste ocupa un alto nivel jerárquico son mutuamente potenciados por el desarrollo de sus ventajas competitivas endógenas derivadas de sus redes de transacción traslapadas, las habilidades y creatividad de sus trabajadores, sus densos apoyos institucionales, sus raíces localizadas en una región con un imaginario visual diverso e impresionante y su proximidad con otras industrias culturales relacionadas. La estabilidad es además asegurada “si añadimos a estas ventajas, los beneficios que se desprenden de un sistema de distribución sin paralelo.”<sup>599</sup> De ahí el círculo virtuoso entre las ventajas competitivas endógenas y exógenas de la industria fílmica estadounidense.

---

<sup>598</sup> A partir de los años 90.

<sup>599</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 56.

La integración regional implica la complementariedad de distintas actividades económicas: México y Canadá son mercados de consumo de Estados Unidos, su producción subdesarrollada es complementaria a dicho estatus.

1) México y Canadá son consumidores que responden a las necesidades imperativas del gran capital cinematográfico estadounidense.

2) El saldo deficitario del comercio con el exterior y el flujo financiero vía las corporaciones transnacionales, descapitaliza ambos sectores productivos.

3) La precaria producción en México y Canadá disminuye su posibilidad de competir contra el sector productivo estadounidense.

4) Las políticas culturales asistencialistas de ambos países son correlativas al mantenimiento de su producción cinematográfica rezagada. Sus políticas culturales de fomento y subsidio a la producción son asistencialistas porque no resuelven el problema de fondo.

5) Las políticas de atracción de inversión extranjera basadas en la rentabilidad por abaratamiento de los costos favorecen a las inversiones productivas provenientes de Estados Unidos con derramas económicas acotadas para la producción local.

México y Canadá comparten una serie de factores que desincentivan su producción cinematográfica autónoma. A través del análisis de las variables estudiadas por la Economía Política de la Cultura encontramos las siguientes observaciones.

En primer lugar, ambos enfrentan el problema histórico de *acceso al mercado* a través de la exhibición comercial. “Evidentemente, las películas necesitan espacios para su difusión antes que públicos generados alrededor de ellas.”<sup>600</sup> El cine de México y Canadá enfrenta la saturación de sus salas por películas estadounidenses de grandes presupuestos, fuertemente publicitadas y promocionadas que desplazan a las películas nacionales. Ambas cinematografías comparten la problemática de carecer de audiencias locales (8 y 4 % respectivamente), de no haber construido un gusto en el público local por la falta de espacio, entre otros factores endógenos.<sup>601</sup>

---

<sup>600</sup> Mackenzie, “De la colectividad a la comunidad: el cine quebequense y la identidad nacional,” en Martínez-Zalce, *¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense*, UNAM-CISAN, México, 1996. p. 183. Son excepcionales los casos contrarios en los que una película de bajo presupuesto, que carece de grandes campañas de promoción y publicidad y de buenas condiciones de comercialización logra ser un éxito económico.

<sup>601</sup> A pesar de poder argumentarse como causas de este fenómeno motivos diversos como la realización de narrativas artísticas o documentales contra un cine de puro entretenimiento, o del agotamiento de temáticas, de realización de películas de baja calidad, carencia de innovación, etc; estas características y fallas no son exclusivas del cine canadiense y mexicano, pues el cine estadounidense genera también un número significativo de películas de baja calidad. A veces, se confunde la “calidad en la factura” (común en las



En segundo lugar, los productores, distribuidores y exhibidores independientes están *desincorporados de las fases de la cadena de valor* controladas por grandes emporios; además de estar marginados en cuanto a la representación política de sus intereses.

En tercer lugar, los sectores productivos de México y Canadá *carecen de recursos financieros* dada la transferencia de las ganancias, la dependencia en las inversiones directas y en equipo tecnológico, hacia Estados Unidos.

Estas condiciones desestimulan la inversión fílmica productiva autónoma. Por otro lado, el estudio de las variables que contempla la industrialización geográfica sugiere marcos útiles para el análisis del desarrollo rutinario de los distritos industriales.

En el caso de Canadá los investigadores ilustran la existencia de fuertes elementos endógenos que han tenido éxito en generar un eje especializado para las producciones fugitivas.<sup>602</sup> Éste éxito parcial predeciría erróneamente el buen funcionamiento de un sector fílmico autónomo, pues la situación es algo lejana.<sup>603</sup>

A pesar de tener en su lugar a todos los ingredientes normalmente prescritos por el modelo tradicional de *clusters* y los estudios de *clusters* culturales para competir internacionalmente, Toronto y su *cluster* cinematográfico no ha podido desarrollarse hacia una producción fílmica indígena más allá de ciertos mercados nicho.<sup>604</sup>

Al añadir las variables de interacción globales-locales, los vínculos de Canadá con Hollywood hacen necesaria la incorporación del problema de la demanda y del desarrollo tecnológico.

En el caso mexicano, a pesar de que las interacciones locales muestran ser de suma importancia, no generan una articulación funcional que potencie espirales de crecimiento, generación de conocimiento y especialización al nivel que lo hacen otros distritos más exitosos. Es perceptible también, la falta de adecuación del marco institucional a las necesidades reales del sector productivo y la existencia de una pugna entre las directrices económicas y la voluntad de modificarlas por parte de las instituciones de la sociedad civil. El desarrollo endógeno del distrito muestra debilidades acrecentadas por las relaciones exógenas con Hollywood.

---

producciones estadounidenses), con “calidad técnica,” explicables por la brecha presupuestal y un prejuicio cultural de “si está hecho en EU está bien hecho.” Entrevista a Rodrigo Ordoñez, productor y director cinematográfico, México DF, 20/05/2008.

<sup>602</sup> Una larga historia de producción en medios, una infraestructura técnica de clase mundial, redes adecuadas y funcionales de proveedores de servicios, un elevado capital humano y social, la habilidad para atraer producciones extranjeras, un sólido marco institucional en términos de financiamiento público.

<sup>603</sup> Chaminade, *Op. cit.*

<sup>604</sup> *Ibid.*, p. 4.

La integración económica existente en Norteamérica genera beneficios para la industria de base estadounidense e implica derramas económicas restringidas (a través de producciones satelitales, del establecimiento de filiales y del comercio) o incluso constricciones al desarrollo de distritos fílmicos competidores (vía el exodo de capital, la competencia oligopólica y la dependencia tecnológica). Las ventajas del intercambio comercial se han caracterizado por ser unilaterales y favorables casi en su totalidad<sup>605</sup> a sólo una de las partes.

*En resumen, el estado actual de las cinematografías canadiense y mexicana es correspondiente al desarrollo hollywoodense. Las formas institucionales en América del Norte coadyuvan a codificar las relaciones sociales fundamentales que estructuran esta modalidad de integración cinematográfica en la región.*

Según la teoría de la regulación, el modo de regulación social está conformado por una serie de procedimientos colectivos e individuales que permiten reproducir las relaciones sociales que hacen coherente al régimen de acumulación y que afirman la coordinación de un conjunto de decisiones descentralizadas tomadas por diferentes actores económicos, resaltando también la interdependencia entre lo económico y lo extra-económico. En el mercado regional e internacional cinematográfico, se manifiesta cierta convergencia del arreglo institucional, como explicamos a continuación.

### 5.2.1 La regulación social en las cinematografías de América del Norte

En este apartado abordamos la forma en la que se genera y mantiene la integración económica de la actividad fílmica existente en la región de América del Norte, es decir, se hará una síntesis de los mecanismos institucionales de integración de los sectores industriales cinematográficos en los tres países, condicionados por políticas locales, nacionales, regionales y globales.

*México, Estados Unidos y Canadá son países que pueden ser clasificados dentro de uno de los cuatro modelos preponderantes de la interacción mercado-estado:<sup>606</sup> Son Estados liberales que promueven una dominancia social del mercado. Sus cinematografías nacionales se desenvuelven*

<sup>605</sup> Exceptuando las ventas en Estados Unidos de productos de las grandes empresas Mexicanas y Canadienses.

<sup>606</sup> 1) Estados liberales que promueven una dominancia social del mercado. 2) Estados de derechos sociales que ponen límites a las estrategias de mercado; estado y sociedad se alían para limitar el rango de las estrategias de mercado a la "high road" es decir, mano de obra calificada, altos salarios, protección social extensa. 3) Estados desarrollistas en los que el estado y la sociedad coordinan las estrategias de mercado; buscan tomar un lugar en el orden internacional liberal; el estado moviliza agresivamente a la sociedad a participar en el mercado. 4) Estados socialistas donde el estado intenta subsumir al mercado y la acción social dentro de sus estructuras; difieren del liberalismo exterior. V. O'Riain, "States and Markets in an Era of Globalization", *Annual Review of Sociology*, 26, 2000.

*bajo el régimen de acumulación capitalista<sup>607</sup> de producción flexible<sup>608</sup> donde prevalecen las lógicas del mercado garantizadas por políticas estatales no intervencionistas<sup>609</sup> que son fruto de un modo de regulación social (la combinación de los distintos mecanismos de coordinación económica) que escapa el ámbito nacional para ser reforzado a nivel supranacional.*

Como puede observarse en los cuadros 11, 12 y 13, que presentan los mecanismos de coordinación en cruce con los niveles socio-territoriales que operan para cada una de las cinematografías de los países de América del Norte, hay mecanismos de coordinación que traspasan fronteras.

---

<sup>607</sup> Según los teóricos regulacionistas los regímenes de acumulación se definen por una regularidad macroeconómica constatada: restricciones monetarias; el modo de organización industrial o del trabajo; el tipo de tecnología prevaleciente; el estado de las relaciones laborales; la organización del mercado y la naturaleza de la competencia, los sectores dominantes; la adhesión al régimen internacional; el régimen que adopta el estado y; los fundamentos geográficos (éste último lo agrega la teoría de la industrialización geográfica).

<sup>608</sup> Que está caracterizado predominantemente por: las industrias manufactureras de avanzada tecnología, las artesanales redinamizadas por la producción de bienes de concepción compleja y los servicios, entre ellos industrias culturales y el comercio, como sectores líderes; el uso de tecnología intensiva basada en información y conocimiento (microprocesadores, computadoras); una organización industrial (o del trabajo) basada en la desintegración vertical con estrategias como la automatización y la subcontratación; un mercado laboral competitivo, especializado y organizado flexiblemente (contratos individuales); la rivalidad oligopólica y la competencia que se han intensificado como efecto de la globalización; la emergencia de nuevas regiones industriales y nuevas formas de integración a la economía mundial con dinámicas geográficas diferenciadas. Ramírez Velázquez, Modernidad, postmodernidad, globalización y territorio, Un recorrido por los campos de las teorías. México: UAM-Xochimilco, Miguel Ángel Porrúa, 2003. Y clase del Dr. Allen Scott.

<sup>609</sup> Esto no quiere decir que el Estado no sea un pilar fundamental en regular, fomentar, garantizar y posibilitar las prácticas económicas de libre comercio.

**Cuadro 11. Estados Unidos. Cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación**

MECANISMOS DE COORDINACIÓN	NIVELES SOCIO-TERRITORIALES			CONCLUSIONES
	ESTADOS UNIDOS	AMÉRICA DEL NORTE	GLOBAL	
MERCADO	<p>Mercado de consumo de 303 millones de habitantes con un promedio de asistencia anual de 5 veces per capita</p> <p>Amplio, constante, demandado y competitivo mercado laboral (275 , 396 empleados en 2002)</p> <p>Ingresos totales en el 1 2002 de 62,012,526 millones de dólares</p>	<p>Mercado líder en la producción (el 92 % de las películas que se ven en la región provienen de EU), distribución y exhibición cinematográfica, así como en tecnología, servicios especializados y fuerza laboral profesionalizada</p> <p>Para el 2001 ingresos de provenientes de Canadá de 726 millones de dólares y de México 245 millones de dólares</p>	<p>Mercado líder en la producción (el 85 % de las películas proyectadas en el mundo provienen de EU), distribución y exhibición cinematográfica, así como en tecnología y servicios especializados y fuerza laboral profesionalizada</p> <p>Comercio exterior: exportaciones por 7556 millones de dólares en 1999 (la mitad de las rentas de la industria)</p>	<p>País líder en producción, distribución y exhibición cinematográfica, producción de tecnología de punta y bienes intermedios</p> <p>Gran fuerza laboral profesionalizada y especializada</p> <p>Amplio mercado doméstico y amplio mercado internacional</p>
EMPRESAS	<p>Producción promedio de 385 películas al año</p> <p>Oligopolio de conglomerados mediáticos altamente capitalizados (Sony, Universal, 20th Century Fox, Warner, Paramount, Disney) vinculados mediante la subcontratación a una masa de pequeñas y medianas empresas audiovisuales y de servicios</p>	<p>Presencia de corporaciones de base estadounidense a través de subsidiarias en las tres ramas cinematográficas en México y Canadá: United International Pictures México, Warner Bros México, 20<sup>th</sup> Century Fox México, Buenavista Columbia Tristar México</p>	<p>Presencia y dominio de corporaciones de base estadounidense a través de subsidiarias en las tres ramas cinematográficas en muchos países del mundo</p>	<p>Presencia y dominio de corporaciones de base estadounidense a nivel global</p>
ESTADO	<p>Acciones discrecionales antimonopólicas</p> <p>Apoyos directos intermitentes en programas de incentivos fiscales a la producción</p> <p>Apoyos indirectos a la cultura</p> <p>Apoyo financiero a infraestructura en telecomunicaciones</p>	<p>Negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte</p> <p>El Congreso, los departamentos de Comercio y de Estado intervienen con información y presión sobre la región</p> <p>La ley Web Pomerene permite la colusión empresarial al exterior de EU</p>	<p>Promoción del “libre flujo de la información”</p> <p>Los departamentos de Comercio y de Estado presionan para liberalizar fronteras y fomentar sus exportaciones como parte de los intereses nacionales</p> <p>La ley Web Pomerene permite la colusión empresarial al exterior de EU</p>	<p>Estado activo en la protección indirecta de las grandes empresas y el mercado de base doméstica; con fuerte presencia regional e internacional (OMC)</p>
COMUNIDADES	<p>Una enorme comunidad cinematográfica que comparte convenciones que dan certidumbre y confianza</p> <p>98% de audiencia consumidora de películas nacionales</p>	<p>A través de diversas industrias culturales como la prensa, la TV o el Internet se difunde el imaginario simbólico, los hábitos de creación y consumo de las comunidades productoras estadounidenses</p>	<p>A través de diversas industrias culturales como la prensa, la TV o el Internet se difunde el imaginario simbólico, los hábitos de creación y consumo de las comunidades productoras estadounidenses</p>	<p>Difusión mediática de la cultura de masas y estilos de vida estadounidenses a nivel global</p> <p>Audiencia cautiva de productos estadounidenses a nivel global</p>
ASOCIACIONES	<p>Fuerte labor cabildera de asociaciones empresariales. MPAA Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP)</p> <p>Activa movilización de</p>	<p>Oficinas representantes de la MPAA en Canadá y México</p>	<p>Oficinas de la MPAA en Asia, Europa y América Latina</p> <p>El International Cinematographers Guild (representa a los</p>	<p>Asociaciones (empresariales y de trabajadores) con poder representativo a nivel global (a veces con intereses opuestos pero generalmente</p>

	sindicatos para preservar condiciones laborales y fuentes de empleo		sindicatos locales)	concordantes, ej. producciones fugitivas y pérdida de empleos locales)
REDES	El distrito industrial hollywoodense como red de producción flexible entre empresas (tripartita entre majors, subsidiarias e independientes) servicios e intermediarios. Redes domésticas de distribución Cadenas de exhibición	Redes de corporaciones multinacionales y sus oficinas subsidiarias en las tres ramas de la industria: producción satelital, producción subsidiaria específica para el país anfitrión, canales de distribución regional y establecimiento de cadenas de salas en la región.	Redes de corporaciones multinacionales y sus oficinas subsidiarias en las tres ramas de la industria.	Empresas red con base estadounidense de alcance transnacional Redes de consumidores, telecomunicaciones y negocios

Fuente: Elaboración propia con información citada en el texto y US Department of Commerce, 2002 Economic Census, "Motion Picture and Video industries: 2002", Information Industry Series, November, 2004. Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", Op. cit., Gómez García, "La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006.... Op. cit.

### Cuadro 12. México: cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación

MECANISMOS DE COORDINACIÓN	NIVELES SOCIO-TERRITORIALES			CONCLUSIONES
	MÉXICO	AMÉRICA DEL NORTE	GLOBAL	
MERCADO	Mercado de consumo 103 millones de habitantes con un promedio de asistencia anual al cine de 1.5 veces per capita Mercado oligopólico Mercado laboral de 6,284 empleados en 2003 Ingresos totales en el 2003 de 2,368 millones de dólares	Intentos de recuperación del Mercado hispano en EU. Ej. Videocine	Presencia en el mercado nicho de cine de arte a nivel internacional	México como mercado de consumo de películas estadounidenses
EMPRESAS	Una producción promedio de 30 películas al año desde 1992  Grandes empresas productoras locales asociadas a similares e integradas verticalmente  <i>Mipymes</i> locales independientes  Empresas de servicios	Grandes empresas productoras locales asociadas a medianas y <i>majors</i> estadounidenses Ej. Videocine-Lions Gate (producción), Videocine-Warner Bros. (distribución), TV Azteca-Buenavista Columbia, Sony (producción), Argos-Telemundo, Alameda-TransGlobe Films y Discovery Channel,	Empresas de alcance transnacional: Televisa, TV Azteca, Grupo CIE, Grupo Omnilife	Vínculos fuertes entre los intereses del gran capital nacional y el internacional
ESTADO	Políticas de subsidios a las producciones nacionales y exenciones fiscales a la producción nacional y extranjera Políticas macroeconómicas: sobrevaluación favorece importaciones, atracción de IED mediante bajos costos Nula aplicación de leyes antimonopolios Instituciones públicas de acervo, entrenamiento profesional, subsidio	Políticas de apertura comercial Retraimiento del Estado en cuanto a cuotas de pantalla y de distribución	Participación en los principios de la UNESCO sobre diversidad cultural contrarios a los compromisos de liberalización de industrias culturales en el GATS de la OMC	Protección del gran capital nacional e internacional a costa de otros actores económicos  Políticas asistencialistas a la creación

	y promoción al cine			
COMUNIDADES	Una comunidad cinematográfica de creadores y trabajadores en descontento por las políticas neoliberales de transnacionalización de la industria Ambiente de incertidumbre y comportamiento oportunista entre instituciones públicas, sindicatos, las empresas (grandes y pequeñas) y la sociedad además de círculos pequeños de confianza entre actores económicos Audiencia consumidora en un 84% de cine estadounidense y en un 8 % el cine nacional	Emigración de creadores y trabajadores de cine hacia Hollywood	Emigración de creadores y trabajadores de cine hacia otros centros productivos	México expulsa fuerza laboral  Audiencia mexicana habituada al consumo de películas estadounidenses  Movimiento social de resistencia Ej .ILIC 1998
ASOCIACIONES	Sindicatos en crisis: transición de prácticas corporativistas a formas más flexibles y transparentes, pérdida de fuentes de trabajo, pérdida de beneficios laborales Sociedades de gestión en pugna con grandes empresas nacionales por el pago de derechos de transmisión y exhibición La cámara empresarial Canacine representa los intereses de las grandes empresas oligopólicas de base estadounidense Baja asociación y movilización de productores independientes (AMPI) Nula organización de distribuidores y exhibidores independientes	La cámara empresarial Canacine representa los intereses de las grandes empresas oligopólicas de base estadounidense  Sociedades de gestión en pugna con exhibidoras por el pago de derechos		Asociaciones con intereses contradictorios y opuestos y limitadas a una representación local
REDES	El distrito industrial de la ciudad de México como red de producción flexible entre empresas productoras y servicios Redes domésticas de distribución independiente y oligopólica de base estadounidense Cadenas de exhibición independientes y oligopólicas Red de festivales de cine nacionales	Red de productoras locales mexicanas con proveedores de equipo cinematográfico y servicios estadounidenses		Redes locales y redes ancladas profundamente a capital de base estadounidense

Fuente: Elaboración propia con información citada en el texto e INEGI, Censo Económico 2003, Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", *Op. cit.*, Gómez García, "La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006...", *Op. cit.* y Gómez García, "El Impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 168.

### Cuadro 13. Canadá: cruce de niveles socioterritoriales y mecanismos de coordinación

	NIVELES SOCIO-TERRITORIALES			CONCLUSIONES
MECANISMOS DE COORDINACIÓN	CANADÁ	AMÉRICA DEL NORTE	GLOBAL	
MERCADO	31 millones de personas con un promedio de 3.8 asistencias anuales al cine por persona Mercado oligopólico Mercado laboral de 66,607 empleados en 2002 Ingresos domésticos de 3200 millones de dólares en 2003	Ingresos de ventas en EU Parte significativa del mercado laboral canadiense dependiente de la IED de EU	Presencia en el mercados nicho a nivel internacional	Canadá como mercado de consumo de películas estadounidenses
EMPRESAS	Grandes empresas productoras locales Mipymes locales independientes Empresas de servicios	Grandes empresas productoras y pequeñas independientes locales asociadas y		Vínculos fuertes entre los intereses del gran capital nacional y el internacional

		subcontratadas a productoras medianas y <i>majors</i> estadounidenses Inversión en Canadá de producción fugitiva estadounidense por 1904 millones de dólares en 2003-04		
ESTADO	Políticas de subsidios y exenciones fiscales provinciales y federales a la producción nacional y extranjera Políticas macroeconómicas: sobrevaluación favorece importaciones, atracción de IED mediante bajos costos Nula aplicación de leyes antimonopolios Instituciones públicas de acervo, entrenamiento profesional, enlace institucional, subsidio y promoción al cine: CFDC-Telefilm Canada, NFB, BCFilm Commission, Ontario Film Development Corporation, Department of Canadian Heritage	Políticas de apertura comercial Retraimiento del Estado en cuanto a cuotas de pantalla y de distribución	Postura de excepción cultural en los tratados (TLCAN) , foros de libre comercio (OMC) e internacionales UNESCO contrarios a la situación real de liberalización de las industrias culturales en Canadá	Protección del gran capital nacional e internacional a costa de otros actores económicos  Políticas asistencialistas a la creación
COMUNIDADES	Audiencia consumidora en un 95 % de cine estadounidense y en un 4 % el cine nacional Una comunidad cinematográfica de creadores y trabajadores en descontento por el control oligopólico			Audiencia canadiense habituada al consumo de películas estadounidenses
ASOCIACIONES	Organizaciones sindicales más laxas respecto a EU, involucrados en la construcción de infraestructura Asociaciones de productores locales (BCFTPA, BCMPA, Canadian Film and Television Production Association, L' Association des producteurs de films et de télévision du Quebec)	Sindicatos, asociaciones de productores locales y oficinas gubernamentales impulsoras de las producciones fugitivas de EU		Asociaciones con intereses correlativos y limitados a una representación local y regional
REDES	Los distritos industriales de Toronto y Vancouver como redes de producción flexible entre empresas servicios e intermediarios con capital dependientes del Estado y del extranjero. Redes domésticas de distribución independiente Cadenas de exhibición	Redes domésticas de distribución y exhibición oligopólica de base estadounidense Red de productoras locales canadienses con productoras subsidiarias, proveedores de equipo cinematográfico y servicios estadounidenses	Festival Internacional de cine de Toronto	Redes locales y redes ancladas profundamente a capital de base estadounidense

Fuente: Elaboración propia con información citada en el texto y Statistics Canada, 2002, Economic Report on the Canadian Film and Television Production Industry (Profile 2005), Sánchez Ruiz, "La industria audiovisual...", *Op. cit.* y Gómez García, "El Impacto del Tratado de Libre Comercio...", *Op. cit.*, p. 168.

Queda muy claro que los mecanismos de coordinación que traspasan fronteras de lo local a lo regional, e incluso algunos hacia lo global, se manifiestan en su mayoría como flujos que salen de Estados Unidos y son benéficos para su economía a corto, mediano y largo plazos como: el comercio de productos cinematográficos, productos intermedios y productos secundarios; la inversión financiera con rondas de expansión en la distribución y exhibición; las políticas de apertura de mercados internacionales. Además, están los flujos que llegan a EU y son favorables

para su economía a corto, mediano y largo plazos como la atracción de fuerza laboral creativa y técnica especializada.

También es perceptible que hay fronteras traspasadas por mecanismos de coordinación cuya gobernanza viene de fuera. Pocas de estas corrientes, se escapan en provecho de México o Canadá, y si lo hacen funcionan a corto plazo. Otras se han traducido en el desmantelamiento de fuentes de trabajo de calidad y permanentes, en la expulsión de fuerza laboral especializada y creativa, en la desintegración de las cadenas de valor locales, en la dependencia de capital estadounidense de corta duración, en la sujeción a la tecnología de punta estadounidense, en la transferencia de las ganancias comerciales, etc.

La fuerza y combinación de los mecanismos de coordinación de transacciones críticas expuestos en los cuadros son variables. Como se concluye tras el análisis de los capítulos anteriores, la forma capitalista en América del Norte está inclinada por la confianza en el mercado como regulador de la economía. Sin embargo, en los tres países, la predominancia del mercado como mecanismo de coordinación ha derivado en excesos y comportamiento oportunista de algunas corporaciones con distintas consecuencias: una de ellas la configuración de una estructura de mercado regional oligopólica que ha garantizado su permanencia; la otra, una balanza comercial de películas extremadamente deficitaria para México y Canadá.

La coordinación estatal supeditada a las fuerzas de las grandes corporaciones se ha manifestado al promoverse e implementarse cierto tipo de políticas. La agenda de libre comercio en las relaciones exteriores, el establecimiento de manejos domésticos macroeconómicos y fiscales que han beneficiado a los grandes capitales. “El TLCAN está hecho a la medida de las características y necesidades de las grandes empresas transnacionales tanto nacionales como extranjeras.”<sup>610</sup> Por otro lado, regímenes antimonopólicos laxos, políticas asistencialistas frente a la cultura y legislaciones que permiten la explotación del trabajo creativo a favor de las corporaciones en las nuevas leyes de derechos de autor, refuerzan las ventajas de las grandes empresas.

Las dinámicas de libre mercado en las industrias fílmicas de estos países son perceptibles en sus esquemas de regulación sectorial presentes en sus legislaciones federales: la eliminación de cuotas de pantalla y cuotas de distribución, el estímulo a la inversión extranjera directa en el ámbito de la producción, la distribución y la exhibición, y programas nulos o asistencialistas de subsidios.

---

<sup>610</sup> Gómez García, “El Impacto del Tratado de Libre Comercio...”, *Op. cit.*, p. 149.



Estas políticas económicas han sido consolidadas, como se mencionó en el capítulo primero, a través de los acuerdos de liberalización comercial a los que se suscriben México, Canadá y Estados Unidos: la Organización Mundial de Comercio y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Las asociaciones como escuelas de cine, sindicatos, organizaciones de productores independientes y cámaras empresariales han intentado modificar sus estrategias para acoplarse y adoptarse a las nuevas necesidades de la industria, en ocasiones han tratado de salir del encierro en patrones negativos y anquilosados, en otras han opuesto resistencia, a veces por décadas, con el fin de corregir fallas del mercado y reducir el peligro de una competencia exacerbada.<sup>611</sup>

Otros factores que reafirman los imperativos del mercado y de las jerarquías son algunos mecanismos de coordinación comunitarios: la audiencia regional es parte de una comunidad global con formas culturales, referencias narrativas y estéticas fuertemente configuradas como hábitos de socialización y consumo de la cultura de masas durante el siglo XX.

Por último, intervienen mecanismos de coordinación de redes: las redes de distribución cinematográfica oligopólica, las redes de transnacionales y subsidiarias, y las redes dentro de los distritos de producción flexible y sus vínculos externos han funcionado también como mecanismos para dar certidumbre y estabilidad al tipo de integración cinematográfica en Norteamérica.

Éste *modo de regulación social*<sup>612</sup> regional confiere formas de coordinación (implícitas o explícitas) al régimen de acumulación y viceversa. Esta coordinación no implica la eficiencia social o cultural del régimen de acumulación sólo su capacidad de reproducción social.

El efecto del libre comercio es muy distinto para cada país de América del Norte. Las diferencias entre los tres países están determinadas por sus condiciones internas específicas y su inserción en el ámbito internacional.

*Estados Unidos es un Estado hegemónico liberal* capaz de influir en la apertura comercial hacia el exterior, a pesar de tener a nivel doméstico políticas proteccionistas y mucho menos influencia directa sobre sus corporaciones o la macroeconomía. Como se ha expuesto en este trabajo, su estrategia ha sido promover un orden económico liberal que se ha evidenciado históricamente en el caso particular de la cinematografía y la supremacía de Hollywood en la región y en el mundo. La dominación económica le da una posición ventajosa en la negociación y toma de

<sup>611</sup> En México, el periodo de 1989 a 1994 comprendió el desmantelamiento de la infraestructura cinematográfica apoyada en el Estado acompañada de la pérdida de productividad y de fuentes de empleo. Fueron comunes las huelgas que fracasaron. V. Saavedra, *Op. cit.*

<sup>612</sup> Conjunto de normas reguladoras, instituciones, mecanismos y dispositivos con los que se reproduce el régimen de acumulación.

decisiones a nivel regional y global. Recordemos, como dice Freedman que las negociaciones internacionales sobre la liberalización de las industrias culturales, *se hacen y se harán inicialmente en las salas corporativas y los departamentos gubernamentales aunque se institucionalicen más tarde en organismos internacionales*. A lo largo de esta tesis se ha expuesto el alto grado de *efectividad del cabildeo y coerción económica* de los intereses hollywoodenses.

Pero incluso a nivel nacional, tanto México como Canadá revelan la defensa del capital internacional y la permisividad hacia la existencia de oligopolios bajo la justificación de tratarse de empresas eficientes.<sup>613</sup>

Canadá comparado con EU es un estado liberal de *menor desarrollo* y México un estado liberal subdesarrollado. La estrategia liberal es mucho menos exitosa en economías que no comparten la ventaja de una posición internacional dominante.<sup>614</sup> Las economías que han probado tener menos voluntad o que no han podido ser capaces de moldear las acciones de los participantes del mercado son típicamente aquellas que tienen relaciones más cercanas a las potencias hegemónicas. Estas economías suelen ser ex colonias o poseen una gran concentración del capital transnacional.

Las relaciones desiguales en el comercio de productos y la fuerte supeditación a las inversiones extranjeras han mostrado ser malas estrategias de desarrollo. Los flujos de capital extranjero levantan el crecimiento económico a corto plazo pero incluso es significativamente menor que lo que hace la inversión interna. La dependencia en la inversión extranjera a largo plazo reduce el crecimiento e inhibe la inversión nacional, dadas las externalidades negativas derivadas de la dependencia.<sup>615</sup>

Sin embargo, ni el capital nacional propietario mexicano ni el canadiense ha tomado como suya la responsabilidad de crear una industria fílmica genuina en su país. Las oligarquías locales, han participado y han cedido ante el poder oligopólico y la amenaza del país hegemónico. Los oligopolios como mecanismos económicos y extraeconómicos de coordinación acumulan poder económico y político hacia rondas de crecimiento de mayor poder, en un círculo virtuoso para unos cuantos actores económicos con efectos viciosos para otros.

---

<sup>613</sup> En Estados Unidos, el rol mínimo del estado en la definición de los derechos de propiedad y las leyes anti-monopólicas ha sido central a la creación y destrucción de actores del mercado particulares. Fligstein argumenta que el gobierno federal de EU legitimó ciertas visiones del mundo administrativo (*managerial*) para que la política antimonopólica de la postguerra jugara un papel central en reforzar los enfoques financieros de las grandes corporaciones.

<sup>614</sup> O'Riain, *Op cit.*, p. 194.

<sup>615</sup> *Ibid.*, p. 194-195.

Los vínculos estrechos entre el capital transnacional y el nacional en la industria cinematográfica en México y Canadá han conseguido mantener políticas y legislaciones favorables a sus intereses y han logrado mantener ciertas condicionantes que les son adecuadas. Lo anterior no es resultado de la conspiración del gran capital sino de la convergencia institucional de los modos de regulación.

No podemos dejar de ver las dinámicas contradictorias que también existen dentro del arreglo institucional en México y Canadá principalmente. Acciones deliberadas y no deliberadas de: 1) Encierre en un patrón negativo de dependencia (como las políticas estatales asistencialistas, la crisis institucional y la falta de confianza, los escasos esfuerzos por la innovación, la falta de nuevas formas de emprendimiento); 2) Formas de permanencia histórica (ambos países han experimentado una fase de transición en la que sobreviven instituciones y relaciones sociales de un *estado mexicano corporativista-estatista* que entró en crisis en los años noventa y de uno *canadiense fordista permeable* que han mutado a un régimen de crecimiento distinto respectivamente);<sup>616</sup> 3) Formas de resistencia y transformación de un capital social consciente y organizado que apoyado en la experiencia histórica busca tener injerencia y hacer contrapesos mediante otros mecanismos de coordinación como el estatal, el comunitario, las asociaciones, las redes o incluso, a través del mercado y las empresas mismas.

Ese panorama de contradicciones sugiere mostrar un ajuste del sistema durante el periodo estudiado, 1992-2007, y un arreglo institucional en transición que si bien caótico en principio, tiende a converger correspondiendo a las prácticas del capitalismo, su evolución, el ambiente cultural y la prevalencia de la lógica del mercado.

### 5.3 NOTAS HACIA LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CINEMATOGRAFICAS EN MÉXICO

La existencia de regímenes de acumulación similares entre sociedades puede, como hemos mencionado, generar modelos de desarrollo diferentes debido al grado de articulación entre los regímenes de crecimiento o acumulación y su articulación con los modos de regulación social. Si bien el arreglo específico de los mecanismos de coordinación económica genera fuertes imperativos económicos que determinan su reproducción social, éste no predetermina el curso futuro de la economía, sus efectos sociopolíticos y culturales. La contingencia histórica de las sociedades y sus

---

<sup>616</sup> Boyer, "How and Why Capitalisms...", p. 514 y 524.

políticas, cobran importancia al reproducir, reforzar, encausar, resistir, contestar o transformar dichas tendencias económicas.

La gestión de políticas públicas es una labor compleja que implica marcos generales que definan qué tipo de sociedad se vislumbra y qué tipo de estructuración económica se requiere. Hacer políticas es un proceso que recorre la formulación de proposiciones políticas y objetivos; el análisis de viabilidad, coherencia y posibilidad; la elaboración de las políticas y criterios para su aplicación; la evaluación, control y conducción de las ellas, así como, sus resultados.<sup>617</sup>

En el caso que nos incumbe es menester definir a las industrias culturales, cuál sería su carácter y qué objetivos y principios rectores conformarían las políticas culturales en general y cinematográficas en particular. Una vez planteado lo anterior sería necesario contrastar la situación actual de la industria cinematográfica en México con las metas a las que se quiere llegar. Tendría que discutirse qué tipo de industria fílmica se quiere tener en México, qué tipo de integración con las cinematografías regionales y globales se perseguirá; deberán decidirse qué condiciones deben y quieren cambiarse, así como, qué es factible de ser transformado y qué no, qué modificaciones perjudicarían a ciertos actores y qué tan justificable sería hacerlo. Para generar desarrollo económico se necesita planear e implantar políticas a largo plazo y con mecanismos de autoevaluación y corrección constantes.

Estas tareas salen de los objetivos de esta tesis, sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos en ella, esta sección se limitará a abordar una serie de reflexiones sobre la elaboración de posibles líneas de planeación de políticas cinematográficas y estrategias encaminadas a fomentar la consolidación de una industria fílmica autónoma y rentable.

La ventaja del buen funcionamiento de una industria propia es que es menos propensa a fluctuaciones externas y puede lograr generar amplias derramas económicas localizadas. Al contrario, recaer en la producción satelital, la producción anclada al apoyo asistencialista estatal o el dominio de un oligopolio puede restringir la difusión de externalidades positivas (rendimientos crecientes) o generar patrones negativos de dependencia.

Las cinematografías mexicana y canadiense han sido predominantemente gobernadas por el libre mercado y como se vio en esta investigación el mercado ha fallado en generar y preservar las

---

<sup>617</sup> Ruiz Sánchez, *Manual para la elaboración de políticas públicas*, México: UIA-Plaza Valdés Editores, 2002.

cinematografías autónomas en ambos países. Ambos casos recuerdan que “‘al libre mercado’ hay que ayudarlo”.<sup>618</sup>

El reto es diseñar un nuevo marco de gobernanza de la industria cinematográfica en México. Las políticas van a tener que tomar en cuenta el panorama de la industria cinematográfica mexicana: su fragmentación y desarticulación, el tipo de integración regional existente y los marcos jurídicos actuales. Todo eso constriñe y posibilita, por eso es necesario conocer cuáles son los factores condicionantes y determinantes del buen desempeño económico del distrito fílmico mexicano y conocer lo que se ha hecho en otras cinematografías mundiales, lo que conviene o no rescatarse y retomarse.

Bajo el enfoque de la Economía Política de la Cultura, el Estado tendría un rol fundamental en generar o adoptar marcos teórico-conceptuales e ideológicos a cerca de la cultura y los medios de comunicación, la importancia social, política y económica que justifique su inclusión en las políticas públicas.

La situación de la industria cinematográfica en México presenta problemas de orden sistémico, en un contexto más amplio de desindustrialización en el país. El Tratado de Libre Comercio ha potenciado la problemática. Los aranceles son una condición necesaria pero insuficiente para la expansión de intercambios. El comercio es un medio, no un fin en sí mismo. Sigue siendo indispensable:

La necesidad y conveniencia de adoptar políticas comerciales e industriales ‘estratégicas’, que en su expresión más modesta tendrían como propósito compensar las políticas comerciales e industriales de sus potenciales competidores. [...] Se ha desvanecido, casi hasta su extinción, toda iniciativa para practicar políticas públicas de fomento o protección,<sup>619</sup> a cualquier actividad productiva, bien se trate del sector agropecuario o del industrial. La no intervención del Estado se ha confundido con la ausencia del Estado.<sup>620</sup>

La defensa del proteccionismo estratégico está dirigida a superar las desventajas de acuerdos de libre comercio donde un gran país manipula su relación de intercambio en perjuicio de otros países más pequeños, o bien cuando existen industrias nacientes que requieren protección para

<sup>618</sup> Gazol Sánchez, “En torno al agotamiento del TLCAN”, Economía Informa, UNAM, junio 2004, Núm. 327.

<sup>619</sup> El autor entiende por protección no las medidas tradicionales de restricciones competitivas a las importaciones ni la omnipresencia del Estado, medidas de proteccionismo indiscriminado que generaron ineficiencias y bajos niveles de productividad en México, sino otros instrumentos de protección utilizados por países industriales que no se han aplicado en México.

<sup>620</sup> Gazol, *Op. cit.*, p. 39.

desarrollarse. De acuerdo con el marco teórico y la investigación realizada para esta tesis se considera imprescindible reconocer:

- 1) La naturaleza imperfecta de la mayor parte de los mercados, ya sea de diferenciación de productos, las barreras de entrada, el costo de información sobre tecnología o las condiciones del mercado.
- 2) El hecho de que las economías de escala son mucho más importantes de lo que supone la teoría neoclásica.
- 3) Que los procesos de desarrollo económico dependen de la capacidad de aprendizaje y de generar economías externas.

La falta de definición de qué son, cómo se producen y cómo se consumen las industrias culturales se ha reflejado en el problema actual de vacíos informativos por reportes estadísticos inadecuados sobre industrias culturales derivados de la falta de establecimiento de categorías pertinentes en los censos y de no tener encuestas apropiadas para implementarse. Otro problema es la obsolescencia del uso de taxonomías industriales diseñadas para monitorear la economía manufacturera y no a las industrias culturales, sus cualidades precisas y los parámetros que les corresponden.<sup>621</sup> Otros de los inconvenientes para generar datos estadísticos es la confidencialidad de los datos presupuestales de una industria altamente competitiva y la naturaleza a corto plazo de algunas de las industrias culturales.<sup>622</sup>

Por lo tanto, los autores de la EPC hacen también énfasis en la necesidad de hacer estudios cuantitativos que permitan tener mayor conocimiento de cada una de las industrias culturales en particular para entender mejor la naturaleza de la organización de su producción y reproducción.

Tanto la adecuada generación de información estadística como la generación de políticas apoyadas en ella deben contemplar planes a corto, mediano y largo plazo. Los autores de la EPC proponen generar políticas integrales que no sólo reequilibren las fuerzas económicas (en todas las fases de la cadena de valor) sino que atiendan el balance de fuerzas sociales (que existen bajo patrones de inequidad y de distintos recursos disponibles a los actores involucrados).

Con base en las ideas de la EPC concluyo que bajo este enfoque sería determinante romper el círculo vicioso de la descapitalización del sector productivo fílmico mexicano. El Estado sería pieza fundamental en regular y *limitar la transferencia de capital* a través de auditorías, la regulación de los contratos entre las ramas, de cuotas de pantalla, de distribución e impuestos a las empresas extranjeras; sería necesario también poner *restricciones a la concentración oligopólica y eliminar*

---

<sup>621</sup> Hesmondhalgh y Pratt, "Cultural industries and cultural policy", *International Journal of Cultural Policy*, Vol 11, núm 1, 2005

<sup>622</sup> Coe, *Op. cit.*

*prácticas de competencia desleal*; asimismo, sería contundente garantizar el acceso a la producción y al consumo de cine. El Estado sería pieza clave en asegurar el acceso a la exhibición para *crear audiencias nacionales* a través de la regulación de los circuitos de exhibición ya existentes o del apoyo a la creación de *circuitos de exhibición comerciales paralelos* destinados exclusivamente al cine mexicano que hicieran que de alguna manera lo recaudado en taquilla se quedara y reinvirtiera en el país.

La experiencia histórica nos recuerda que en México se han logrado, en varias ocasiones, consensos en intentos por imponer medidas cercanas a las anteriores, sin embargo, esto ha significado entrar en conflicto directo con los intereses de Hollywood y los procesos se han revertido más allá de las instancias democráticas del país. Se requeriría un alto grado de voluntad y compromiso político para llevar a cabo la aplicación de políticas con dichos objetivos.

La industrialización geográfica también justifica la intervención del Estado en lo que a las industrias culturales se refiere.

Por otro lado, esta escuela aporta las siguientes propuestas generales para el desarrollo de las industrias culturales como alternativas que a nivel gubernamental, civil o del sector privado configuren desarrollos económicos paralelos como mencionaremos a continuación. La teoría de la industrialización geográfica propondría en principio una política económica basada en estrategias comparativas y no en la competencia directa con Hollywood: agregar valor a la producción y crear ventajas comparativas mediante 1) la estrategia de *high road*, b) la estrategia de diferenciación y c) la estrategia de enfoque.<sup>623</sup> La importancia de estas propuestas radica en su novedad, pues no han sido consideradas en las políticas encaminadas a fomentar y consolidar al sector cinematográfico en México.

Los teóricos de esta escuela manejan la existencia de dos paradigmas principales de planeación económica. A) La estrategia *low road* puede definirse como aquella basada en competir con bajos salarios, bajos impuestos y baja protección social. Si bien los efectos de esta son importantes a corto plazo presenta dificultades para mantener la competitividad y estabilidad a largo plazo; puede llegar a generar crecimiento económico pero difícilmente desarrollo económico. Esta política económica de bajos costos es la que ha implementado Canadá para atraer a las producciones hollywoodenses y como vimos ha mostrado inestabilidad e imposibilidad de generar un sector autónomo. B) La estrategia *high road*, implica la inversión en capital humano, estabilidad social relativa y en productos y tecnología de alto valor agregado. La experiencia histórica ha demostrado que esta última es más exitosa en generar condiciones estables a mediano y largo plazo para generar desarrollo económico.

---

<sup>623</sup> McAnany, *Mass media and Free Trade...*, *Op. cit.*

Como afirma Allen Scott, el éxito de cines alternativos a Hollywood “dependerá de mantener e incluso intensificar sus diferencias distintivas respecto a Hollywood y al mismo tiempo hacer cintas con altos valores productivos que apelen a audiencias globales”.<sup>624</sup>

Las estrategias de diferenciación pueden darse en varios aspectos: innovaciones a nivel productivo, organizacional, tecnológico; ventajas en la profesionalización y especialización productiva; creación de contenidos, etc. Por otro lado, las estrategias de enfoque estarían relacionadas con la creación de nuevas ventanas de comercialización y la creación de nichos de mercado.

Los centros dominantes, por definición, tienen una acumulación masiva de ventajas competitivas que en un inicio impulsaron sus líneas de productos en posiciones líderes de mercados mundiales. Una respuesta de mercado efectiva de centros subdominantes, requiere al menos, un aspecto competitivo único que los centros dominantes no tengan.<sup>625</sup>

Los autores de la teoría de la industrialización geográfica admiten que las estrategias de diferenciación no garantizan un éxito seguro: pueden ser imitadas y mejoradas, o simplemente enfrentarse a los hábitos preestablecidos.

Los gustos y las preferencias son moldeados activamente en el transcurso del tiempo mediante procesos complejos de socialización y conformación de las necesidades personales. En el mundo moderno, los campeones corporativos de la cultura comercial dominan una parte instrumental (aparatos productivos, canales de distribución, sistemas de marketing, íconos, celebridades y más) capaz de actuar sobre esos procesos y de mantener una guerra lenta de agotamiento donde haya resistencia. No quiero insinuar que exista algún tipo de conspiración corporativa al respecto. Pero [...] debemos mirar críticamente cualquier argumento que proclame la igualdad universal y la imparcialidad de los mecanismos de intercambio guiados por el mercado en el campo de la producción y consumo cultural, especialmente ahí donde la oferta y la demanda tienden a caer en patrones habituales.<sup>626</sup>

Aún en éste último caso, las audiencias pueden ser inducidas a gran escala “si hay suficiente inversión en una distribución efectiva y campañas publicitarias de largo plazo.”<sup>627</sup> De modo que para algunos autores de este enfoque, el problema de la distribución también es determinante como cuello de botella para la creación de un mercado de consumo masivo indispensable para generar las

---

<sup>624</sup>Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 170.

<sup>625</sup> *Ibid.*, p. 170

<sup>626</sup> *Ibid.*, p. 166-167.

<sup>627</sup> *Ibid.*, p. 171.



economías de escala de una industria. Como afirma Scott, una vez que los centros dominantes se han desarrollado, una serie de determinantes económicas operan a su favor.

Por eso, insistimos en que las estrategias de desarrollo implican pensar qué tipo de industria fílmica se quiere consolidar: una industria que sea capaz de competir con Hollywood, o que tenga un desarrollo paralelo con un buen posicionamiento a nivel doméstico, o que desarrolle nichos subculturales y de mercado; una industria comercial fundamentada únicamente en el sector privado o basada también en otras formas de financiamiento público,<sup>628</sup> civil o social; o una industria comercial y otra no comercial y subsidiada; o bien una industria que explore todas y más de las opciones anteriores con la única condición de que sea autosostenible.

Al respecto encontramos elaboraciones teóricas interesantes tanto en los autores de la EPC como de la industrialización geográfica. Desde esta última, Michael Storper, por ejemplo, desarrolla una tipología de distintos mundos de producción, cada uno con sus propias lógicas productivas, organizacionales, tecnológicas y de mercado: tal y como ocurre con el cine comercial, el cine independiente, el cine de arte, el cine documental, etc. Por otro lado, James Curran considera que un sistema democrático de medios debe permitir que grupos opuestos se expresen, él habla de un sector público, un sector civil, un sector profesional, un sector social y un sector privado.<sup>629</sup>

Estas variedades, que llamaremos Mundos Cinematográficos, son conformaciones específicas de producción, distribución y consumo basadas en convenciones que funcionan como estrategias productivas. Suponemos que su fomento implica la ampliación de posibilidades de generar y mantener opciones productivas y culturales, así como, un plausible desarrollo industrial exitoso con distintos paradigmas organizacionales y culturales creativos.

Como otras industrias culturales, la cinematográfica plantea, entre otras cosas posibilidades variables de producción, circulación y consumo. Es decir, cada Mundo Cinematográfico tiene niveles económicos (producción/distribución/consumo) correlativos, y cada uno de los mundos responde a distintas convenciones de financiamiento, producción, tecnología, arte y de estrategias organizativas; a diversas formas de coordinación de actores económicos, políticos y creativos; se enfrentan de manera distinta a procesos de innovación e imitación; lidian con mercados de distintos tamaños y características; encaran de manera desigual el tipo de empleo y condiciones laborales; se benefician o no particularmente por marcos de regulación. Existen además relaciones, combinaciones y retroalimentación entre los distintos mundos cinematográficos (por ejemplo, entre el cine independiente y el comercial). Tampoco se descarta la creación de nuevos mundos o desaparición de otros, debido a múltiples factores relacionados con las estructuras económicas,

---

<sup>628</sup> La industria francesa que ha desarrollado un distrito exitoso es ejemplo de la viabilidad de esta opción

<sup>629</sup> Curran, "Rethinking media and Democracy", Curran, *Mass Media and Democracy*. London: Arnold, 2000.

políticas y sociales, entre ellas la subestructura tecnológica, cuyas innovaciones tienen consecuencias importantes.

El cine en México ha sido un cine que ha experimentado históricamente diversas formas de producción además de la llevada a cabo por el sector privado de grandes empresas y compañías independientes: la producción estatal, la producción de sindicatos, la producción cooperativa y la universitaria. Aunque la crisis ha afectado a las formas de producción, algunas de ellas surgieron precisamente en respuesta a la crisis. Esa variedad se ha desarrollado en distintos momentos históricos como alternativa al difícil acceso a la producción en el sector privado y han sido importantes por generar una diversificación de objetivos, visiones y temáticas, a pesar de que nunca lograron consolidarse.

El fortalecimiento plural de los mundos alternativos no implica necesariamente la competencia con Hollywood (del mundo cinematográfico corporativo-comercial) sino la generación de canales paralelos e interrelaciones entre distintos mundos bien posicionados.

Sin embargo, lejos de idealizar que esta estrategia de diversificación sea una salida segura al subdesarrollo de la industria cinematográfica en México, hay que advertir que por su distinta naturaleza, los Mundos Cinematográficos podrían tener un campo limitado, no más allá de la conformación de nichos, se enfrentarían a ciertas circunstancias preestablecidas y podrían presentar relaciones de subordinación entre ellos que limitarían la generación de externalidades positivas y sinergias.

Incluso si centros alternativos de producción pudieran lograr el objetivo de hacer películas con un atractivo único en mercados globales más amplios, no les sería fácil lograr un crecimiento significativo y repetir su éxito comercial si carecen de la capacidad de distribuir y mercadear sus cintas a gran escala.<sup>630</sup>

El hecho de que la literatura coincida en la importancia determinante de un buen aparato de distribución cinematográfico como condición sin la cual difícilmente lograrían destacar los centros cinematográficos, así como, de ser esta la causa principal de su subdesarrollo, no significa que deba considerarse como un factor aislado en el esfuerzo por consolidar distritos cinematográficos.

En síntesis podemos bosquejar las siguientes hipótesis que plantearían beneficiar al cine en México:

---

<sup>630</sup> *Ibid.*, p. 170.

- 1.- Pasar de una política desreguladora a una reguladora que entienda la importancia de la integración de la cadena de valor.
- 2.-Revisar y especificar la importancia de proteger sectores culturales autónomos y en desventaja frente al comercio internacional en legislaciones nacionales, regionales e internacionales, es decir, hacer cumplir un comercio justo para un mayor desarrollo de las cinematografías nacionales que colaboren con el objetivo de integración regional en forma más equitativa.
- 3.- Consolidar la especialización educativa, invertir en desarrollo y distintos mundos cinematográficos de producción, distribución y consumo, aumentará la posibilidad de desarrollar un cine nacional que compita competitivamente en los canales centrales, o bien, comparativamente en forma paralela y autónoma en otros canales.
- 4.- A mayor participación activa y representación profesional, gestora y política de empresas, realizadores, académicos, políticos, instituciones, escuelas y sindicatos, habrá mayor eficiencia productiva, éxito comercial y crítico del cine nacional.

Como puede observarse el problema es multifactorial y debe ser abordado desde una perspectiva similar. Si regresamos a la discusión del primer capítulo sobre la definición conceptual de las industrias culturales recordamos no sólo su condición dual cultural y económica, sino el debate por defender su importancia ya sea económica o cultural representada en la coyuntura de la disputa ideológica entre los excepcionistas y los librecambistas. Las políticas culturales nacionales siguen debatiendo hoy en día cuál debe ser el eje constructor de sus políticas encaminadas a fortalecer sus industrias culturales bajo argumentos de mercado, de su importancia social, político-ideológica y comercial. El debate mismo refleja el encierre en una dicotomía: las políticas culturales basadas en el papel determinante del Estado como mecanismo de coordinación económica o del mercado como directriz del desarrollo de las industrias culturales.

Los teóricos de políticas culturales hablan de la posibilidad de explorar nuevos tipos de gobernanza en lo que se refiere a las políticas culturales. Esta propuesta coincide con la complejidad del problema expuesto de una cinematografía mexicana subdesarrollada, desarticulada, asimétrica, carente de *expertise*, con conflictos de intereses y consecuencias antidemocráticas. La propuesta de una nueva gobernanza coincide también con las estrategias y soluciones alternativas que expusimos desde el ángulo de análisis de las dos corrientes teóricas abordadas en la tesis y que involucran al ámbito público, civil y empresarial.

Con base en los trabajos de Jessop, Andy Pratt elabora algo similar al cuadro que presentamos a continuación.

**Cuadro 14. Los espacios posibles de la gobernanza cultural**

		DISCURSO CULTURAL		
		ECONÓMICO	IDEOLÓGICO-POLÍTICO	SOCIAL
GOBERNANZA	JERARQUÍA (Estado)	Nacionalización Propiedad nacional	Proteccionismo	Proteccionismo
	HETERARQUÍA (autoregulación)	Sin explorar	Sin explorar	Sin explorar
	MERCADO	Privatización	Gobernanza Sectorial	Gobernanza sectorial

Fuente. Pratt, A., "Cultural Industries and Public Policy. An oxymoron?" *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, 2005.

En cuanto a la gobernanza estatal, la primera celda corresponde las políticas económicas de nacionalización y propiedad estatal o pública de la cultura. Las siguientes celdas obedecen a políticas culturales de proteccionismo basado en la protección estratégica del Estado nacional, aunque puede ser también una protección de tipo económica, se ha caracterizado por proteger ideológica y socialmente hablando a las bellas artes, al patrimonio artístico-cultural y a los museos.

Por otro lado, la gobernanza del mercado presenta en las primeras dos celdas, un tipo de política basada en la regulación y valores del mercado, se refiere a la privatización que caracteriza a muchas de las industrias culturales en el neoliberalismo: la discográfica, la cinematográfica, la televisión, la radio, los juegos de video, etc. Por otro lado, la gobernanza sectorial es el espacio en el que la movilización social y política ha sido importante generando a nivel local una gobernanza de las industrias culturales como en Dinamarca, el norte de Italia y el sur de Alemania.

Finalmente, son las celdas de en medio las que no han sido contempladas. Éstas corresponden a la gobernanza heterárquica, que van más allá del control del mercado y del Estado. "Esta noción de gobernanza reconoce la existencia del mercado pero está involucrada activamente en moldear al mercado."<sup>631</sup> Sin embargo, las formas tradicionales de políticas artísticas han mostrado no ser apropiadas para las industrias culturales y se requeriría ir más allá de los simples subsidios hacia una base más amplia de apoyo a la cultura. La nueva configuración de lo que la teoría de la regulación llamaría mecanismos de coordinación y que Pratt refiere como gobernanza heterárquica, ofrece una clave para salir del encierro Estado-Mercado, es decir, entre ambos mecanismos de gobernanza y coordinación económica en la organización de la producción y gobernanza de las industrias culturales. Este tipo de gobernanza enfrentaría el reto de trabajar las contradicciones y tensiones inherentes entre las políticas culturales estatales y las empresariales, derivadas de la naturaleza dual de las industrias culturales como cultura y comercio. "Podría involucrar el trabajo cruzado de departamentos gubernamentales tradicionales, así como entre los

<sup>631</sup> Pratt, "Cultural industries and.... *Op. cit.* p. 41

distintos niveles de gobierno y entre las fronteras del gobierno, de la sociedad civil y del comercio.”<sup>632</sup> Como menciona Pratt algunos autores piensan que esta es la forma de gobernanza que debe caracterizar a las industrias culturales.

#### 5.4 CONCLUSIONES

En resumen, la industria cinematográfica en América del Norte puede ser vista en su conjunto como una serie de especificidades institucionales a nivel nacional que presentan ciertas tendencias convergentes a nivel regional y un acomodo complementario en una nueva división internacional de la actividad cinematográfica en dicho espacio geográfico. Si bien México ha experimentado recientemente este fenómeno que se ha acelerado en las últimas dos décadas producto de las transformaciones políticas neoliberales y a pesar de que las historias de las tres cinematografías han tenido ritmos distintos, pueden rastrearse viejas directrices hacia la consolidación del arreglo existente en la actualidad como el aumento en la concentración del capital de base estadounidense y local en México y Canadá.

Estados Unidos es el mercado líder regional y global de productos finales, secundarios e intermedios cinematográficos (servicios e innovación tecnológica); de consumo doméstico e internacional; de una base amplia y experta de fuerza laboral; y punta del mercado de la distribución y exhibición cinematográficas. Una base temprana de desarrollo de ventajas productivas y coyunturas históricas le permitieron mantener la presencia avasallante de sus grandes corporaciones en sus países vecinos y el resto del mundo. Los intereses del Estado en cuanto al comercio exterior fueron vistos como intereses nacionales y estratégicos correlativos primero a los intereses económicos de grandes empresas, segundo, al potencial de difusión del estilo de vida estadounidense en el globo y, tercero, al beneficio de las comunidades receptoras de la derrama económica del distrito industrial en Hollywood.

El arreglo institucional en México y Canadá presenta algunas tendencias isomórficas aunque también diferencias importantes. Ambos se han establecido predominantemente como mercados de consumo de películas estadounidenses que inundan las pantallas por sus grandes números (cantidad de películas producidas, cantidad de copias exhibidas, altos presupuestos, etc). El capital nacional e internacional que concentra la distribución y la exhibición en estos dos países está vinculado simbióticamente a la producción hollywoodense. Los sectores de producción local están desarticulados de dicha cadena. Ambos Estados y las élites gobernantes han protegido a los grandes actores a través de marcos regulatorios y políticas culturales paliativas de los problemas

---

<sup>632</sup> *Ibid.*

estructurales. La resistencia creativa y política manifiesta las contradicciones del panorama por sus efectos en las comunidades locales.

Por otro lado, México y Canadá como centros productivos bajo la gobernanza hollywoodense presentan relaciones diferenciadas con Estados Unidos: Canadá ha sido foco receptor de producciones satelitales recibiendo una serie de ventajas inestables y limitadas y la desventaja de depender del capital estadounidense, sin que esta situación ponga en riesgo al complejo productivo en EU. México experimenta desde fines de los noventa la recepción de producciones de subsidiarias. La diferencia entre ambos vínculos, además de las divergencias en el carácter de la inversión y las motivaciones de descentralización de la producción, es que en el caso de Canadá las producciones fugitivas realizan productos indiferenciados para audiencias canadienses o estadounidenses y en el caso de México se realizan cintas específicas para espectadores de origen hispano.

El tipo de engranaje regional y sus lógicas económico-institucionales generan una serie de inercias al cambio, pero el estado de las cosas puede ser moldeado por diversos actores o cambiando la proporción y dirección en la que operan los mecanismos de coordinación que expusimos y los niveles socio-territoriales que cruzan siempre y cuando se parta de un conocimiento más profundo de las fuerzas que afectan a la industria fílmica y se tenga voluntad de intervenir en el curso histórico-económico de ésta. Ni México ni Canadá han probado las estrategias y gobernanzas posibles para modificar el estado subdesarrollado de su industria.

## CONCLUSIONES GENERALES

Desde hace décadas, las políticas cinematográficas en México y Canadá han planteado como objetivo general la creación de una industria fílmica autosostenible capaz de atraer una amplia audiencia. Pero en la práctica y los métodos para conseguirlo, ambos países han fracasado para lograrlo. Por el contrario, el rumbo de las cinematografías nacionales se ha alejado más de las metas nacionales debido al acoplamiento doméstico a una estructura regional en lo que a la industria cinematográfica se refiere.

En el periodo estudiado se consolidaron en México y Canadá industrias cinematográficas nacionales correlativas a la configuración de un nuevo tipo de integración en la región. La cinematografía canadiense y mexicana está caracterizada por la desarticulación de su cadena de valor a nivel local pero esta dislocación a nivel doméstico permite el enganche de las ramas de distribución y exhibición, así como, del mercado de consumo mexicano y canadiense a la industria transnacional de capital mayoritario estadounidense. La desintegración de la cadena de valor en México y Canadá es causa y consecuencia de la existencia local de sectores de producción fílmica subdesarrollados y descapitalizados. El estado de las cosas contrasta con la fuerza y dinamismo del sector productivo de películas en EU. Para sobrevivir, las ramas productivas mexicana y canadiense han tenido que depender del financiamiento estatal y el proveniente de capital extranjero.

A lo largo de este trabajo revisamos a través de fuentes secundarias y del trabajo de campo las siguientes variables para cada una de las cinematografías de América del Norte: las tendencias histórico-estructurales, las políticas culturales y los marcos jurídicos e institucionales, el poder político de los agentes económicos, las estructuras económicas de la industria (la integración de la cadena de valor, el estado de la competencia, barreras de entrada, prácticas monopólicas, concentración del capital) y del proceso productivo (el tipo de organización industrial, patrones laborales y geográficos de localización), así como, el grado de interacción e interdependencia entre los distintos agentes económicos del distrito industrial. Habiendo observado dichas variables ha sido posible visualizar más claramente los factores de desarrollo endógeno y exógeno de los distritos cinematográficos en cuestión.

Las cinematografías de la región muestran ciertas características y tendencias que comparten. A nivel endógeno, las tres cinematografías desarrollan predominantemente el modo de producción flexible como respuesta a altos niveles de incertidumbre, competencia y

descapitalización, pero sólo en EU, esta flexibilidad responde también a elevados parámetros de especialización e innovación; la fuerza laboral en la región tiende hacia el trabajo temporal e inestable. A nivel exógeno las tres cinematografías experimentan mecanismos de coordinación similares como: el dominio oligopólico del capital transnacional de base estadounidense en la producción, distribución y exhibición; marcos regulatorios estatales, regionales e internacionales que protegen indirectamente a dichas empresas y que garantizan la no intervención en los procesos de “libre mercado;” comunidades de consumo cinematográfico con hábitos y preferencias moldeadas en base a una cultura masiva global de influencias hollywoodenses.

La historia de cada país es generadora de las divergencias en el desarrollo de los distritos cinematográficos y en este sentido observamos diferencias que podemos interpretar como mecanismos de coordinación complementarios y en resistencia en los centros productivos de la región.

Mientras que EU presenta relaciones de mercado productivas, comerciales y laborales líderes en la región y en el mundo, México y Canadá operan como simples mercados de consumo a productos finales e intermedios estadounidenses. En ambos países los intereses del gran capital nacional están estrechamente vinculados a los intereses del gran capital internacional por encima de las relaciones sinérgicas con empresas locales de menor envergadura. Las pequeñas y medianas empresas locales en EU han podido captar la atomización de beneficios económicos de las grandes empresas estadounidenses, especializarse y desarrollar ventajas comparativas; en Canadá las pequeñas empresas dependen de las producciones satelitales de Hollywood y en México están desvinculadas tanto de las producciones de grandes empresas nacionales como de las estadounidenses.

Si en EU y en Canadá la industria ha logrado mantener una demanda laboral amplia, constante y fuertes organizaciones sindicales, en Canadá existe mayor inestabilidad dada su dependencia del capital hollywoodense. En México, el panorama es preocupante debido a la poca demanda laboral, la reestructuración de las organizaciones laborales y la pérdida de buenos estándares de vida para los trabajadores.

Por otro lado, en EU las relaciones entre las empresas, los servicios y los trabajadores expresan mayor grado de estabilidad e interdependencia observado en la importancia de agentes intermediarios e instituciones parasectoriales, mientras que en Canadá y en mayor medida, en México, se observan arreglos institucionales con objetivos y trayectorias opuestas que pueden tanto romper la coordinación económica “de acoplamiento regional” como ayudar a mantenerla pues generan conflictos que repercuten en el buen desempeño de una industria (ya sea dependiente o autónoma). Dentro de las comunidades, asociaciones, organizaciones e instituciones públicas hay



posturas diferenciadas respecto al camino y objetivos que se deberían perseguir para fomentar las industrias cinematográficas; hay actores en resistencia a los procesos y las tendencias actuales, hay debates, descontento y desarrollos alternativos tanto como actitudes permisivas, pasivas y conformistas al estado existente de las cosas. Este horizonte complejiza los vínculos entre los actores cinematográficos y tiene efectos en la eficiencia de dichas relaciones como mecanismos de coordinación económica.

Recordando las preguntas que dieron origen a esta investigación: qué factores han sido primordiales y cuáles secundarios en el desarrollo o subdesarrollo de los sectores cinematográficos, podemos decir que entran en juego múltiples variables y arreglos, que no existe una fórmula del desarrollo o del subdesarrollo y es menester observar la complejidad de los casos particulares.

El desempeño fílmico en EU ha sido determinado por un desarrollo endógeno traducido en espirales de crecimiento económico derivado de la interacción de los agentes económicos de su sector fílmico generando ventajas competitivas que le permitieron ser la base de las empresas mundiales altamente capitalizadas que comercializan en el resto del mundo y captan la transferencia de capital que entra a un nuevo ciclo de rendimientos crecientes. Entre las condicionantes necesarias para que esto pudiera ocurrir fue necesaria la existencia de un modo de regulación social capitalista de libre comercio a nivel mundial que garantiza las fronteras abiertas a las películas y la inversión estadounidense en las tres ramas de las industrias cinematográficas de un buen número de países.

Entre las determinantes del subdesarrollo de los sectores fílmicos mexicano y canadiense en la actualidad se encuentra la concentración del capital transnacional en la distribución y exhibición provocando la desintegración de la cadena económica cinematográfica y la consecuente descapitalización de los sectores productivos locales. Las condiciones necesarias para que esto ocurriera tuvieron que ver con el establecimiento de políticas de un estado neo-regulador que no interviene en las fuerzas del mercado ni funge como árbitro en el ambiente económico, así como, con la imposibilidad de echar a andar distritos con un crecimiento endógeno diferenciado y con ventajas comparativas. De esta manera, aunque Canadá tiene distritos cinematográficos eficientes y exitosos como satélites, no son igualmente exitosos como centros de producción autónoma.

Estas conclusiones coinciden con las reflexiones de Allen Scott acerca de que: “una base productiva eficiente es una de las condiciones primarias para el éxito económico de cualquier distrito industrial. La otra es asegurar el marketing y distribución efectivos de los productos finales.”<sup>633</sup> Ésta última condición es la que se ha visto obstaculizada tanto en México como en Canadá por la gran cantidad de dinero necesaria para llevarla a cabo y por el control oligopólico

---

<sup>633</sup> Scott, *On Hollywood...*, *Op. cit.*, p. 9.

sobre dicha actividad. En este sentido, coincidimos con Scott y los autores de la Economía Política en resaltar la importancia política de las estrategias de distribución.

Mientras que las dinámicas económicas y políticas que envuelven a la cinematografía estadounidense traspasan las fronteras de los países vecinos, la dirección de esta relación presenta gran inercia para ser revertida en sentido contrario pero no es imposible. Entrarán en juego tanto la intervención de políticas económicas y culturales como el desarrollo histórico económico en los siguientes años.

Derivado del presente estudio, podemos decir que hay tendencias hacia la conservación de las lógicas actuales dado el arreglo institucional favorable a la concentración del capital y expansión de los negocios transnacionales de base estadounidense hacia mercados de consumo cada vez más amplios. Una modalidad novedosa es la producción de subsidiarias hollywoodenses en México con contenidos para audiencias mexicanas y latinoamericanas. Está también la disminución de la producción fugitiva en Canadá.

Ambas situaciones pueden considerarse como ventanas de oportunidad. Canadá podría dar el salto hacia el aprovechamiento de infraestructura y aprendizaje para generar un cine propio con ventajas comparativas y autosostenibles y México podría beneficiarse del empleo, de la capacitación laboral y la presencia de temáticas locales y la fama y prestigio de talento local a raíz de las producciones subsidiarias y de talentos mexicanos que han migrado a Hollywood.

Por otro lado, el modo capitalista global se encuentra hoy en día en una fase de transición hacia la configuración de la producción flexible caracterizada por el reconocimiento de la importancia estratégica competitiva de la innovación como fuente de diversificación de los productos. Esta situación crea coyunturas en las que las pequeñas empresas o centros productivos subdesarrollados pueden romper barreras de entrada o generar nuevos paradigmas de producción basados en la diferenciación y la innovación. En el cine mexicano podrían llegar a ser claves las nuevas tecnologías, los contenidos locales y su diferenciación, la reputación de talento mexicano y la creación de sinergias cruzadas entre distintas industrias culturales como el cine y la televisión.

Sin embargo, dada la integración económica cinematográfica regional, es más factible que dichas ventanas de oportunidad sean pasajeras, desaparezcan o sucumban a ciclos de reconcentración de capital en los que los beneficios sean acaparados por grandes empresas sin generar desarrollo económico. Esa ha sido la trayectoria experimentada históricamente y por eso debe hacerse hincapié en la importancia de la planeación y regulación del Estado y distintos mecanismos de coordinación económica, incluyendo a la sociedad civil.

Podría también especularse de manera más detallada a cerca del estatus hegemónico de EU en el futuro cercano dadas sus relaciones internacionales y la crisis económica que atraviesa. Puede

debatirse acerca de los cambios en las políticas económicas mundiales para repensar el “libre mercado” y la tolerancia hacia la re-implementación e innovación de regulaciones del mercado, nuevas formas de proteccionismo y el surgimiento de nuevos actores económico-sociales. También es probable la revalorización de las estéticas y narrativas locales (distintas a las estadounidenses) con repercusión global.

Sin embargo, la construcción detallada de escenarios indeseables, probables, posibles y deseables sobre el futuro de las industrias cinematográficas a nivel global que a su vez contribuyan a la generación de políticas bien elaboradas y toma de decisiones acertadas deben basarse en la realización de estudios que faltan por realizar. Nos referimos al seguimiento estadístico de indicadores económico-sociales de la industria, el estudio comparativo de las cinematografías mundiales, de sus historias políticas y marcos jurídicos, de sus estructuras económicas y sus estrategias productivas.

## ANEXO

### METODOLOGÍA

#### PROPÓSITO Y ALCANCE

Se realizó una encuesta a las empresas productoras cinematográficas en México, para resolver un cuestionario que nos permitió obtener información sobre la organización de los negocios del sector.

La idea fue generar un diagnóstico tendencial sobre el estado de la producción cinematográfica nacional en cuanto a la concentración geográfica, la estabilidad empresarial, las transacciones intersectoriales, intrasectoriales e institucionales del sector filmico productivo, así como, las características laborales de éste.

A pesar de que para tener mayores resultados debería darse un seguimiento o poderse comparar la información obtenida con datos históricos, por sí solo el estudio arrojó datos interesantes y generales. Se trató de una investigación descriptiva, la fase exploratoria (que indica la relevancia de las variables y la información) ha sido realizada ya por el Dr. Allen Scott en cuyos trabajos terminados nos basamos para especificar la información requerida.

La aplicación de la encuesta está basada en la información telefónica, postal y de correo electrónico de un directorio de compañías productoras cinematográficas en México, realizado personalmente.

#### OBJETIVO

El objetivo de la investigación es clarificar las tendencias en los patrones de organización laboral, industrial y geográfica de la industria.

#### MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de recolección de datos para realizar la investigación es el método de encuesta mediante cuestionarios por correo.<sup>634</sup>

##### Ventajas

Dentro de las ventajas de éste método están el bajo costo y la eliminación de posibles fuentes de error por parte del encuestador, es decir, la obtención de resultados más exactos, pues el cuestionario es respondido a la discreción del cuestionado, quien tendrá tiempo para reflexionar y buscar información requerida. Generalmente, en este tipo de método hay una mayor respuesta a preguntas sensibles o potencialmente confidenciales. El tiempo de recolección de datos puede ser reducido.

##### Limitantes

No puede asegurarse que el encuestado haya entendido correctamente las preguntas o términos confusos, de manera que podría regresarse un cuestionario parcialmente terminado. Por ello seis u ocho páginas es el límite de extensión del cuestionario.

Entre las desventajas se encuentra una tasa de respuesta baja. Si bien la tasa de respuesta es difícil de pronosticar, existe un riesgo sustancial de que no pueda lograrse una tasa aceptable. Entre otros factores que pueden impedirla están: la longitud del cuestionario, la facilidad de su resolución, el interés del encuestado en el tema, la credibilidad del encuestador. La tasa puede ser deficiente y lograr solo el 10 o 15 %, aunque también es posible obtener una tasa del 90%.

##### Mejora de tasa de respuesta

Para mejorar la tasa de respuesta en este trabajo se recurrirá a la combinación de métodos de encuestas. Se realizará el contacto telefónico o personal para obtener cooperación, es decir, pedir permiso para enviar el cuestionario, después de una presentación telefónica. El cuestionario autoadministrado será entregado por el entrevistador quien notificará su posterior recolección personal o su envío por correo electrónico. Este método es conveniente para estudios dentro de áreas geográficas pequeñas (la lista de productoras es pequeña en número y la mayoría reside en el Distrito Federal).

Ventajas y limitaciones	Encuesta por correo
1 Exactitud de los datos	Muy buena
2 Cantidad de datos	Regular
3 Flexibilidad	Deficiente
4 Sesgo de la muestra o tasa de respuesta	Deficiente a buena
5 Costo directo por entrevista	Excelente
6 Tiempo	Regular
7 Problemas administrativos	Muy buena

<sup>634</sup> Basada en Aaker, *Investigación de mercados*, EUA, Mc Graw Hill, 1989. pp. 168-171

## POBLACIÓN

Según los datos oficiales del Censo Económico del INEGI en 1999 existían 87 establecimientos productores cinematográficos, para los registros del censo de 2003, la cifra disminuyó a 41 establecimientos. En el verano del 2007 realicé un directorio de 192 compañías productoras elaborado con datos de listas de películas producidas en el 2006, búsquedas en internet, el directorio de productoras de IMCINE y del directorio "El Medio". De esas 192 firmas sólo pude contactar o anclar por su producción reciente de películas a 124, que es la cifra que considero como la población total, pero es incierta por la falta de actualización rigurosa del padrón.

Es evidente la existencia de problemas para poder determinar el tamaño total de la población de firmas productoras. Lo anterior se debe a la inestabilidad de las empresas dado el modelo de "un proyecto y disolución" o "un proyecto y latencia hasta el próximo proyecto" dadas las ventajas fiscales, la simplificación de trámites, la incertidumbre financiera y la descapitalización en la rama de producción. Además de la imposibilidad de comparar la cifra con las estadísticas oficiales de los censos económicos que se hacen cada 5 años y al estar sólo disponibles los censos de 1999 y del 2004, es difícil saber con exactitud si el número de productoras de nuestro propio directorio para el 2007 coincide con el real, así como, la confiabilidad de los datos oficiales dada la obsolescencia, omisiones, duplicaciones, confidencialidad, etcétera.

## MUESTRA

De la población de 124 productoras 30 respondieron los cuestionarios, es decir, una tasa del 24.2%,<sup>635</sup> un poco más elevada que las tasas comunes de ese método de investigación que oscila entre el 10 % y el 15 %. Sin embargo, los resultados deben ser tomados cautelosamente debido a que no se ha podido comprobar la representatividad de la muestra por varios factores: los datos oficiales son incomparables dado el desfase temporal (el último censo disponible es del 2004); los datos oficiales que podrían usarse para corroborar la representatividad de la muestra<sup>636</sup> tienen deficiencias como estar incompletos por principios de confidencialidad; finalmente, las unidades económicas de la producción cinematográfica son muy inestables y varían mucho año con año debido a que muchas de ellas se basan en la realización de proyectos cinematográficos temporales que una vez concluidos dan pie a la desaparición de la productora para simplificar procesos de fiscalización ante la Secretaría de Hacienda.

A pesar de no poderse comprobar la representatividad de la muestra, la información arrojada por ella corresponde cualitativamente con la información de otras fuentes. Así por ejemplo, el Imcine reporta en su Informe 2007 que ese año se estrenaron 43 películas mexicanas de las cuales el 79% fueron financiadas con recursos del Estado. De manera similar las respuestas del cuestionario indican que el 80% de las productoras cinematográficas encuestadas han recurrido a los fondos estatales para el cine.

## DISEÑO DE CUESTIONARIO

### *Diseño del cuestionario*

- 1)                                   Objetivo general de investigación: Organización de los sectores de producción.  
Objetivos secundarios:
  - Análisis de patrones de organización industrial y geográfica
    1. Características de los establecimientos
    2. Transacciones intensivas
  - Análisis de patrones de organización laboral
    1. Tipo de empleo
  
- 2)                                   Requerimiento de información ¿Qué se va a medir?

Las siguientes variables serán medidas basadas en indicadores cuantitativos y cualitativos que serán interpretados con base en la teoría de la industrialización geográfica para determinar el grado de aglomeración y concentración de la industria, de interdependencias entre las distintas ramas y unidades económicas del sector cinematográfico, entre este último y otros sectores e instituciones estatales, educativas, creativas, tecnológicas, políticas, etc; de igual manera permitirá establecer el modo de producción como integrado o desintegrado (flexible) y las principales características y problemas de las empresas involucradas en la actividad filmica.

La hipótesis principal de esta teoría es que el grado de aglomeración, es decir, de articulación de los agentes económicos y sociales que participan, así como, sus actitudes convencionales generan interdependencias que ayudan a disminuir los riesgos de producción y que generan el crecimiento dinámico del sector basado en el aprendizaje colectivo.

<sup>635</sup> Es una tasa baja y problemática pero típica de cuestionarios enviados por correo electrónico con seguimiento por teléfono y personal.

<sup>636</sup> Nos referimos a las distribuciones de frecuencia de establecimientos por empleo que muestra el censo de 2004 y que podría compararse con la misma distribución de frecuencia derivada de nuestros cuestionarios, para determinar así el grado de similitud o diferencia mediante la prueba Kolmogorov-Smirnov.

- Análisis de patrones de organización industrial y geográfica
  1. Características de los establecimientos
    - a. Ubicación
    - b. Antigüedad
    - c. Actividad económica
    - d. Tamaño
    - e. Estructura de propiedad
    - f. Financiamiento
    - g. Flexibilidad
  2. Transacciones intensivas
    - a. Relaciones intersectoriales
    - b. Relaciones intrasectoriales
    - c. Relaciones institucionales
- Análisis de patrones de organización laboral
  1. Tipo de empleo

### 3) Formato del cuestionario

Para obtener la información necesaria se formularán a) preguntas de respuesta abierta donde el entrevistador usa las clasificaciones precodificadas para registrar la respuesta, b) formato estructurado o cerrado en el cual la pregunta presenta las respuestas a ser consideradas por el entrevistado. Pueden utilizarse escala de sólo una o varias alternativas (combinaciones).

No se usarán preguntas abiertas completamente pues a pesar de las ventajas que ofrecen por su libertad, profundidad y variabilidad, consumen tiempo y son propensas a generar errores en la fase de sistematización. En cambio las preguntas abiertas precodificadas y las preguntas cerradas tienen la ventaja de ser fáciles de contestar, y requerir menos esfuerzo para la tabulación y análisis por su menor error potencial. Además permite comparar a los entrevistados.

Tratará de evitarse vocabulario difícil y ambiguo para usar otro sencillo, directo y familiar. Se evitarán preguntas dobles o de "doble efecto", es decir que se refieran a más de un aspecto,; así como preguntas dirigidas que puedan manipular la respuesta o revelar la opinión del entrevistador. Se darán instrucciones precisas.

El orden de las preguntas será el que presenta el esquema físico tentativo que presentaremos más adelante.

Se probó el cuestionario sobre una pequeña muestra para no incurrir en omisiones y ambigüedades. Se corrigieron los problemas para implementarlo.



6.- Seleccione la casilla que indique la figura jurídica o estructura de propiedad de la empresa.

- Un propietario  
 Un accionista mayoritario  
 Sociedad  
 Corporación

7.- Los productores de la empresa son:

- Empleados  
 Presidentes/ Directores Generales

8.- Indique los tipos de financiamiento más utilizados por la empresa.  
(0= Nunca utilizado, 1= Menos utilizado... 4 = Más utilizado)

	0	1	2	3	4
Capital de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bancos comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bancos extranjeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fondos estatales para el cine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas distribuidoras y/o exhibidoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oficina matriz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Venta de acciones en el mercado bursátil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros pasivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9.- Indique gracias a qué ha podido sobrevivir la empresa:

- A ganancias previas recaudadas en la exhibición y comercialización cinematográfica  
 A ganancias en otras actividades (renta de equipo, publicidad, diseño gráfico, televisión, multimedia, etc)

10.- Complete las siguientes frases:

- La empresa contrata equipo físico (cinematográfico) y servicios de proveedores para realizar sus proyectos...

- Siempre  
 Regularmente  
 Casi nunca  
 Nunca

- La empresa provee en renta equipo físico (cinematográfico) y servicios a otras empresas...

- Siempre  
 Regularmente  
 Casi nunca  
 Nunca

11.- Señale uno o más servicios que la empresa ha contratado:

- Jurídicos  
 Administrativos  
 Técnicos (mantenimiento, reparación de maquinaria, compra de equipo)  
 Telecomunicaciones  
 Consultoras  
 Seguridad  
 Aseguradoras  
 Otros ¿Cuáles?

12.- ¿Qué tipo de relación tiene con esas otras empresas de servicios?

- Esporádica  
 Subcontratada  
 Alianza  
 Propiedad  
 Patrocinios



13.- ¿La empresa ha sido subcontratada, comprada o asociada a alguna otra empresa para realizar algún tipo de actividad?

- SI       NO

Si la respuesta es SI conteste las siguientes tres preguntas, si es NO pase directamente a la pregunta diecisiete.

14.- ¿La otra empresa pertenece a la industria audiovisual?

- SI       NO

15.- El tipo de relación entre las dos empresas es de:

- Subcontratación
- Alianza
- Propiedad

16.- La otra compañía es:

- Nacional       Extranjera

17.- Marque la o las casillas de aquéllos servicios para los cuáles ha requerido de otras empresas distintas a la suya:

- Actividades de distribución
- Actividades de comercialización
- Agencias de colocación y relaciones públicas
- Estudios cinematográficos
- Renta de equipo
- Exhibición
- Estudios de sonido
- Efectos especiales

18.- Para realizar las actividades anteriores la empresa ha contratado a otras empresas de forma:

- Compra total o parcial de la propiedad
- Contratación esporádica
- Alianza
- Subsidiaria

19.- La(s) otra(s) empresas son:

- Nacionales
- Extranjeras
- Ambas

20.- Indique la ubicación de la mayoría de sus proveedores de servicios.

(0= Nunca utilizado, 1= Menos utilizado... 4 = Más utilizado)

	0	1	2	3	4
Distrito Federal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estado de México	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jalisco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Monterrey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro lugar de provincia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro lugar en el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21.- La empresa forma parte de algún(os):

- Sindicato(s) ¿Cuáles?
- Cámara(s) empresarial(es)  
¿Cuáles?
- Instituto(s) estatal(es)  
¿Cuáles?
- Asociación(es)  
¿Cuáles?

22.- Marque la o las casillas que correspondan a la(s) institución(es) con las cuáles la empresa está vinculada (formal o informalmente):

- Escuelas
- Institutos
- Festivales
- Ninguna

23.- Cómo evaluaría la respuesta y desempeño gubernamental cuando la empresa ha gestionado permisos (para la creación de la empresa, para la realización de un rodaje, pago de impuestos) con el/los gobierno(s) a nivel:

	Pobre (lenta y engorrosa)	Regular	Adecuada	Excelente (rápida y eficiente)
Delegacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estatal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Federal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24.- ¿Se beneficia de algún tipo de apoyo, subsidio gubernamental o estímulo fiscal (como el ART. 226)?

- SI       NO

25.- ¿Se ha beneficiado del FIDECINE o del FOPROCINE?

- SI       NO

26.- ¿Considera que la empresa y el sector cinematográfico tienen representación política de sus intereses?

- SI       NO

Si la respuesta es SI conteste la siguiente pregunta, si es NO pase a la pregunta número veinticinco.

27.- Marque la casilla de la(s) organización(es) que considera representa(n) los intereses de su empresa:

- La asociación
- La Cámara de Diputados
- La Cámara de Senadores
- Los partidos políticos
- Los institutos estatales
- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Otras ¿Cuáles?

28.- Escriba el número de empleados permanentes de la empresa:

Total:

Hombres:

Mujeres:

29.- Escriba el número de empleados temporales:

Total:

**Hombres:**

**Mujeres:**

**30.- Escriba el número aproximado de empleados sindicalizados:**

Empleados permanentes sindicalizados:

Empleados temporales sindicalizados:

**31.- Señale el porcentaje aproximado de antigüedad de los empleados:**

% 0 a 6 meses

% 7 meses a 2 años

% 3 a 5 años o más

**32.- Escriba el número aproximado de trabajadores permanentes empleados en las siguientes categorías:**

**Creativos:**

**Técnicos:**

**Administrativos:**

**Otros (repcionistas, oficinistas, intendentes, etc.):**

**33.- Escriba el número aproximado de trabajadores temporales (cuando se da el caso) empleados en las siguientes categorías:**

**Creativos:**

**Técnicos:**

**Administrativos:**

**Otros (repcionistas, oficinistas, intendentes, etc.):**

**34.-Escriba en las casillas el número aproximado de salarios mínimos que reciben dichas categorías laborales. (El salario mínimo actual es de \$ 50.57 diarios, es decir, de \$ 1,800 mensuales)**

	1 SM \$ 1,800 mens.	2 SM \$ 3,600 mens.	3 SM \$ 5,400 mens.	4 SM o más \$ 7,200 mens.
<b>Creativos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Técnicos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Administrativos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Otros (repcionistas, oficinistas, intendentes, etc.)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TIPO DE PREGUNTAS Y SU SISTEMATIZACIÓN ESTADÍSTICA**

- 1) Porcentaje de cada una de las categorías. (Preguntas # 3, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 27)
  - a. Frecuencia dividida entre el total de la muestra por 100.
- 2) Porcentaje del total de la muestra que respondió calificando con 1, 2, 3, 4... de la escala de Likert para la variable 1. Porcentaje del total de la muestra que respondió calificando con 1, 2, 3, 4... de la escala de Likert para la variable 2, etc. (Preguntas # 4, 5, 8, 20, 23, 34).
  - a. Código de escala de Likert (0, 1, 2, 3...) multiplicado por la frecuencia en cada escala (0, 1, 2., 3...) para una variable.  $0 = w, 1 = x, 2 = y, 3 = z$ .
- 3) Jerarquización de las variables según el del porcentaje basado en escala de Likert que obtuvo cada una. (Preguntas # 4, 5, 8, 20, 23) Porcentaje del total de la muestra que respondió calificando con 1, 2, 3, 4... de la escala de Likert para la variable 1. Porcentaje del total de la muestra que respondió calificando con 1, 2, 3, 4... de la escala de Likert para la variable 2, etc.
  - a. Código de escala de Likert (0, 1, 2, 3...) multiplicado por la frecuencia en cada escala (0, 1, 2., 3...) para una variable.  $0 = w, 1 = x, 2 = y, 3 = z$ .
  - b. Suma de  $w + x + y + z = A$
  - c. Total de muestra multiplicado por el valor máximo de calificación en la escala de Likert = B
  - d. A entre B por 100
- 4) Suma de números totales. (Preguntas 26, 27, 33, 32)
- 5) Proporciones de frecuencias por categorías. (Preguntas # 28, 29, 30, 31, 32, 33)
- 6) Promedios (Pregunta 34)

## REFERENCIAS

### ENTREVISTAS

Entrevista a Amanda Sucar, Distribuidora Cinemas Nueva Era, México DF, 09/05/2008.

Entrevista a Antonio Ávalos, Director de Programación de Cinemas Lumière, México DF, 14/05/2008.

Entrevista a Cuauhtémoc Bravo, contador especializado en actividades cinematográficas, México DF, 06/05/2008.

Entrevista a Fernando Fernández, Secretario de Actas del STYM, Felipe Marino, Jefe de Producción y Jesús Eduardo Oviedo Vargas, Secretario de Organización y Propaganda del STYM, México DF, 14/05/2008.

Entrevista a Gregorio Paulino, abogado de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

Entrevista a Héctor López, productor cinematográfico y coordinador de producciones extranjeras, Querétaro, México, 31/05/2008.

Entrevista a Hugo Villa, Director de Servicios de Apoyo a la Producción (Imcine), México DF, 03/06/2008.

Entrevista a Issa Guerra, productora cinematográfica, México DF, 27/04/2008.

Entrevista a Jay Hergot, técnico iluminador, Los Ángeles, 20/01/2008.

Entrevista a José Antonio Elo, guionista de cine y fundador de Cinérgica, México DF, 19/05/2008.

Entrevista a Jean Pierre Leleu, Director de Programación Cinemark de México y Centroamérica, México DF, 11/06/2008.

Entrevista a Marcela Fernández Violante, directora y productora de cine, Secretaria General del STPC, México DF, 17/06/2008.

Entrevista a Pedro Araneda, Director General de la Asociación Mexicana de Cineastas Independientes (AMCI) y de la Universidad del Cine, productor de Araneda Films, México DF, 22/05/2008.

Entrevista a Roberto Luque, Gerente de Programación de Metrópolis Cinemas, México DF, 21/05/2008.

Entrevista a Rodrigo Ordoñez, productor y director cinematográfico, México DF, 20/05/2008.

Entrevista a Agustín Mesa, Secretario General del STIC y al cinefotógrafo Fernando Álvarez Garcés "Colín", México DF, 30/04/2008.

Entrevista a Susana López, Directora de Difusión y Programación de la Cineteca Nacional, México DF, 16/05/2008.

Entrevista a Víctor Ugalde, director de cine y presidente de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, México DF, 04/06/2008.

Entrevista a Xavier Pérez Grobet, cinefotógrafo mexicano, Los Ángeles, CA, 25/10/2007.

Entrevista a Claudio Guerra Contreras, Gerente de operación de Cinemanía, México DF, 14/05/2008.

Conferencia de presentación del libro: Isis Saavedra, "Entre la ficción y la realidad, fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994." UAM-Xochimilco-Cineteca Nacional, lunes 16 de junio de 2008.

## ELECTRÓNICAS

"De emos y arieles", Miércoles, marzo 26, 2008. [En línea] Archivo disponible en <http://freakradioproducer.blogspot.com/2008/03/de-emos-y-arieles.html>, consultado en febrero, 2008.

Arizpe, Lourdes y Alonso Guiomar. "Cultura, comercio y globalización". En Mato, Daniel. Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de. 2005. pp. 107-126. [En línea] Archivo disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Arizpe-Alonso.rtf>, consultado en octubre, 2007.

British Columbia Ministry of Management Services, "Is 'Runaway' Film Production in Canada Harming the U.S. Industry?", febrero 2002. [En línea] Archivo disponible en <http://www.bcstats.gov.bc.ca>, consultado en enero, 2006.

Canadian Heritage, Arts and Culture, "The decline of foreign location production in Canada". [En línea] Archivo disponible en [http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6\\_e.cfm](http://www.pch.gc.ca/pc-ch/sujets-subjects/arts-culture/film-video/pubs/Mar2005/6_e.cfm), consultado en marzo, 2005.

Center for Entertainment Industry Data and Research, Report: "The Global Success of Production Tax Incentives and the Migration of Feature Film Production From The U.S. to the World", 2005. [En línea] Archivo disponible en [www.ceidr.org](http://www.ceidr.org), consultado en abril, 2008.

Federación Mexicana de Cooperativas de Cine y Video. [En línea] Archivo disponible en <http://www.irm.edu.mx/fecinema.html>, consultado en Internet el 14 de abril de 2008,

Greco, Anthony J., "Premerger Notification in Canada: How Well is it Working?" Commentaries on Law & Economics, Vol. 2, pp. 65-88, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://ssrn.com/abstract=898185>, consultado en septiembre, 2007.

Informe Mundial sobre la Cultura 2000-2001. "Diversidad cultural, conflicto y pluralismo." Madrid, Ediciones Mundi-Prensa/ Ediciones Unesco, 2001. [En línea] Archivo disponible en [www.crim.unam.mx/cultura](http://www.crim.unam.mx/cultura), consultado en septiembre, 2007.

Parnreiter, "Ciudad de México: el camino hacia una ciudad global", EURE (Santiago) [En línea] Archivo disponible en [http://www.scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-716120020085000066lng\\_es&nm=iso](http://www.scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-716120020085000066lng_es&nm=iso), consultado el 02 de junio del 2006.

Preguntas más frecuentes sobre el artículo 226 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta. [En línea] Archivo disponible en [www.imcine.gob.mx/PRODUCCION/226/PDF/PREGUNTAS\\_FRECUENTES.pdf](http://www.imcine.gob.mx/PRODUCCION/226/PDF/PREGUNTAS_FRECUENTES.pdf) el 10 de julio del 2008, consultado en agosto, 2008.

Statistics Canada, The Daily: Film and Video Distribution, Thursday, November 1, 2007. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/071101/d071101a.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

Statistics Canada, The Daily: Film, Video and Audio-visual Production, Thursday, July 18, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060718/d060718a.htm>, consultado en Internet el 1 de abril del 2007.

Statistics Canada, The Daily: Film, Video and Audiovisual Production, Friday, December 19, 2003. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/031219/d031210b.htm>, consultado en Internet el 1 de abril del 2007.

Statistics Canada, The Daily: Movie Theaters and Drive-ins, Friday, July 14, 2006. [En línea] Archivo disponible en <http://www.Statcan.ca/Daily/English/060714/d060714b.htm>, consultado el 1 de abril del 2007.

The Economist, "Hollywood's New Model," 15 de marzo de 2007. [En línea] Archivo disponible en [http://www.economist.com/business/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=88537662](http://www.economist.com/business/PrinterFriendly.cfm?story_id=88537662), consultado el 20 de marzo del 2007.

Vértiz de la Fuente, Columba. "Deploran cineastas negativa de Hacienda a entregar estímulos". [En línea] Archivo disponible en [www.peoceso.com.mx/noticia.html?sec-7&nta-46169](http://www.peoceso.com.mx/noticia.html?sec-7&nta-46169), consultado en agosto, 2008.

## HEMEROGRAFÍA

Acheson, Keith y Christopher J. Maule, "International Regimes for Trade, Investment, and Labour Mobility in the Cultural Industries", *Canadian Journal of communications*, vol.19, number 3/4, 1994.

Askoy, Asu y K. Robins, "Hollywood for the 21st century: global competition for critical mass in image markets", *Cambridge Journal of Economics*, 16, 1-22, 1992.

Audley, Paul, "Cultural Industries Policy: Objectives, Formulation, and Evaluation", *Canadian Journal of Communications*, vol.19, number 3/4, 1994.

Boyer, Robert, "How and Why Capitalisms Differ", *Economy and Society*, Vol. 34, Núm. 4, Noviembre, 2005.

Chaminade, Christina y Jan Vang, "Cultural clusters, Global-Local Linkages and spillovers: theoretical and empirical Insights from an Explanatory Study of Toronto's Film Cluster", *Industry and Innovation*, vol. 14, No. 4, Sep., 2007.

Christopherson, Susan y Michael Storper, "Flexible specialization and Regional Industrial Agglomerations: The case of the US Motion Picture Industry", *Annals of the Association of American Geographers*, 77 (1), 1987.

Coase, Ronald, "The Nature of the Firm", *Economica*, 4, 1937.

Coe N.M., "The view from out west: embeddedness, inter-personal relations and the development of an indigenous film industry in Vancouver", *Geoforum*, 31(4), 2000.

Coe, M.N., "A hybrid agglomeration? The development of a satellite-Marshallian Industrial District in Vancouver's Film Industry", *Urban Studies*, 38 (10), 2001.

Cuilenberg, Jan Van y Dennis McQuil, "Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communication Policy Paradigm", *European Journal of Communication*, Vol. 18 (2), SAGE, 2003.

Dussel Peters, Enrique, "Pequeña y mediana empresa en México: condiciones, relevancia en la economía y retos de política". *Economía/UNAM*, Núm. 2, mayo-agosto, 2004.

El cine ante la globalización: la excepción cultural, *Estudios Cinematográficos*, México, CUEC-UNAM, año 11, Núm. 29, febrero-abril, 2006.

“El cine, qué triste euforia”, *Proceso*, No. 1578, 28 de enero del 2007.

Estrada, Marién, “Más cintas...pobre taquilla, el reto del cine mexicano: recuperar al público”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, México, año 19, Núm. 103, feb-mar, 2007.

Finn, Adam, Stuart McFadyen y Colin Hoskins, “Marketing, Management and Competitive Strategy in the Cultural Industries”, *Canadian Journal of Communications*, vol.19, number 3/4, 1994.

Frau-Meigs, “‘Excepción cultural’, políticas nacionales y globalización.” en *Estudios Cinematográficos*, México, CUEC-UNAM, año 11, Núm. 29, febrero-abril, 2006.

Freedman, Des, “Cultural policy making in the free trade era: an evaluation of the impact of current World Trade Organization negotiations on audiovisual industries”, *International Journal of Cultural Policy*, 2003.

Garnham, Nicholas, “From Cultural to Creative Industries”, *International Journal of Cultural Policy*, Routledge, Vol. 11, Núm. 1, 2005. pp. 15-29.

Gazol Sánchez, Antonio, “En torno al agotamiento del TLCAN” en *Economía Informa*, Núm. 327, junio de 2004.

Golding, Peter y Graham Murdock, “Pobreza informativa y desigualdad política. La ciudadanía en la era de comunicaciones privatizadas”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 9, mayo-agosto, 1990.

Gómez García, Rodrigo, “La industria cinematográfica mexicana, 1992-2006: estructura, desarrollo, políticas y tendencias” en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, diciembre, año/vol. XI, Núm. 022, Universidad de Colima, Colima, México, 2005.

Hesmondhalgh, David y Andy Pratt, “Cultural Industries and Cultural Policy”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, Routledge, Núm. 1, 2005.

Hoskins, Colin, Adam McFadyen, Stuart Finn, The environment in which Cultural Industries Operate and some implications, *Canadian Journal of communications*, Vol.19, Núm. 3/4, 1994.

Houlihan Lockey, Howard & Zukin, “Estructuras de financiamiento fílmico. El caso de Estados Unidos”, *Estudios Cinematográficos*, 26, enero-marzo, 2005.

Huerta, César, “Conafilm volverá a ser de Imcine”, *El Universal*, Viernes 13 de octubre de 2006.

Huerta, “En 2008 incrementarán costo de boletos de cine,” *El Universal*, Sábado 15 de diciembre de 2007.

Jeffrey, Liss, “Rethinking Audiences for Cultural Industries: Implications for Canadian Research”, *Canadian Journal of Communications*, Vol.19, Núm. 3/4, 1994.

Jiménez, Lucina, “Cine sin fronteras: Por la política del cine”, en *Letras Libres*, año IX, Núm. 100, abril 2007.

Lorimer, Rowland, Nancy Duxbury “Of Culture, the Economy, Cultural Production, and Cultural Producers: An Orientation”, *Canadian Journal of communications*, Vol.19, Núm. 3/4, 1994.

Markusen, Ann. “Sticky Places in Slippery Space. A Typology of Industrial Districts.” *Economic Geography*, Vol. 72, Núm. 3 (Julio), 1996.

McChesney, Robert, “The Political Economy of Communication and the Future of the Field”, *Media Culture and Society*, London, SAGE, Vol. 22, 2000.



Mejía Madrid, Fabrizio y Juan Villoro, "Gael y Diego, viviendo con la fama", *Proceso*, Núm. 1578, 28 de marzo del 2007.

O'Riain, Sean, "States and Markets in an Era of Globalization", *Annual Review of Sociology*, 26, 2000.

Pawels, Caroline y Jan Loisen, "The WTO and the Audiovisual Sector. Economic Free Trade VS. Cultural Horse Trading?", *European Journal of Communication*, vol. 18 (3) 2003.

Porter, Michael, "Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", *Economic Development Quarterly*, 14 (1), 2000

Pratt, Andy, "Cultural Industries and Public Policy. An Oxymoron?" *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, Núm. 1, 2005.

Raboy, Marc, "Cultural Development and the Open Economy: A Democratic Issue and a Challenge to Public Policy", *Canadian Journal of Communications*, vol.19, number 3/4, 1994.

Scott, Allen J. y Naomi E. Pope, "Hollywood, Vancouver, and the World: Employment Relocation and the Emergence of Satellite Production Centers in the Motion-Picture Industry", *Environment and Planning A*, 39(6) 1364 – 1381, 2007.

Scott, Allen, "French cinema. Economy, Policy and Place in the Making of a Cultural-Products Industry", *Theory, Culture and Society*, Vol. 17 (1), 2000. p. 22.

Scott, Allen y Michael Storper, "The Wealth of Regions: Market Forces and Policy Imperatives in Local and Global Context", *Futures*, 27, 1995.

Storper, Michael, "The Transition to Flexible Specialisation in the US Film Industry: External Economies, the Division of Labour, and the Crossing of Industrial Divides", *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 13, Núm. 2, 1989.

Solís, Juan, "Creadores hacen frente al IETU: Ante la posible desaparición del ISR para fijar un impuesto único de 16.5%, autores se oponen a la medida", *El Universal*, Lunes 7 de abril de 2008.

"The Mexican Hollywood", *Proceso*, Edición especial, No. 17, Septiembre, 2005.

*The Economist*, Culture Wars, Sept 1998.

Ugalde, Víctor, "Panorama de la producción cinematográfica nacional" en *Estudios Cinematográficos*, UNAM, México, Núm. 26, enero-marzo, 2005.

Young, Allyn, "Increasing Returns and Economic Progress", *The Economic Journal*, 1928.

Williamson, Oliver, "The Economics of Organization: the Transactions Cost Approach", *American Journal of Sociology*, 1981.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Acheson, Keith , Christopher Maule. Much A do About Culture : North American Trade Disputes (Studies in International Economics). EU: University of Michigan Pr, 1999.
- Adorno, Theodor y Max Horkheimer. Dialéctica del Iluminismo: fragmentos filosóficos. España: Trotta, 1997.
- Aguilar Huerta, Isaias. Integración y globalización en América del Norte. México: Universidad Autónoma de Puebla, 2001.
- Aaker, David. Investigación de mercados.EU: Mc Graw Hill, 1989.
- Albornoz, Luis, Guillermo Mastrini, Alain Herscovici. Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina: Argentina: Biblos, 1999.
- Audley, P. Culture or Commerce; Canadian Culture After Free Trade. Canada: Stoddart Pub, 1998.
- Bannock, Graham. Diccionario de Economía. México: Trillas, 2007.
- Baylis, John. The globalization of World Politics, Gran Bretaña: Oxford University Press, 2005.
- Becker, Howard. Art Worlds. EU: Berkeley University of California Press, 1982.
- Bernier, Ivan. 2000. Mondialisation de l'économie et diversité culturelle: les enjeux pour le Québec. Document de réflexion préparé par la Commission de la culture, Assemblée Nationale, Québec, Canadá.
- Bolaño, César, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra Caballero. Economía Política, Comunicación y Conocimiento: una perspectiva latinoamericana. Argentina: Ediciones La Crujía, 2005.
- Bolaño, César. Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Argentina: Biblos, 1999.
- Boyer, Robert. Regulation Theory: The State of the Art. EU: Routledge, 1995.
- Boyer, Robert. Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions. EU: Cambridge University, 1997.
- Braudel, Fernand. La historia y las Ciencias Sociales. Madrid, Alianza Editorial, 1995.
- Bustamante, Enrique. Hacia un nuevo sistema de la comunicación: Las industrias culturales en la era digital. España: Gedisa, 2003.
- Canadian Conference of Arts. A strategy for culture: proposals for a federal policy for the arts and the cultural industries in Canada. Canada: Canadian Conference of the arts, Ottawa, Ontario, 1980.
- Coe, Neil M. y Johns, J. "Beyond production clusters: towards a critical political economy of networks in the film and television industries", en D. Power & Allen Scott (eds.) The cultural industries and the production of Culture. EU: Routledge, 2004. pp. 188-204.
- Coello, Teixeira. Diccionario Crítico de Política Cultural. Brasil: FAPESP, ILUMIURAS, 1999.
- Creech, Kenneth. Electronic media law and regulation. EU: Focal Press, 1993.

Crovi Druetta, Delia. "Inequidades del NAFTA/TLCAN: un análisis del sector audiovisual mexicano" en Guillermo Mastrini. Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación. Argentina: Biblos, 1999.

Cultural Industries Sectoral Advisory Group on International Trade. SAGIT, New Strategies for Culture and Trade. Canada, 1999.

Culture Creativity and Markets World Culture Report, UNESCO Publishing 1998.

Curran, James, Jean Seaton. Power without responsibility: the press and broadcasting in Britain. UK: Routledge, 2003.

Curran, James, "Rethinking media and Democracy", en Curran, Mass Media and Democracy. London: Arnold, 2000.

Dávalos, Federico, "Notas sobre las condiciones actuales de la industria cinematográfica mexicana" en D. Crovi (coord.). Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. México: UNAM, 1995.

De la Reza, Germán A. (coord.) México más allá del TLCAN: competitividad y diversificación de mercados. México, UAM-Atzacapotzalco, Plaza Valdez Editores, 2004.

De la Vega Alfaro, Eduardo. La industria cinematográfica mexicana, perfil histórico-social. México: Universidad de Guadalajara, 1991. (Cuadernos de Divulgación, Segunda época, Núm. 37)

Diccionario Espasa. Economía y negocios, Andersen Arthur, México, Espasa, 1997.

Dorland, Michael (ed.) The cultural industries in Canada. Problems, policies and prospects. Canadá: James Lorimer and Company Publishers, 1996.

Fernández Violante, Marcela, Víctor Ugalde, Enrique Sánchez Ruiz. Industrias culturales y TLC. Impactos y retos de la apertura. México: Sogem, RMALC, Fronteras Comunes, 2000.

Galeana, Patricia. Relaciones de México: América Latina, América del Norte y la Unión Europea. Asociación Mexicana de Estudios Internacionales. México, UNAM, 1997.

Galindo, Alejandro. El cine mexicano: un personal punto de vista. México: Edamex, 1985.

Galperin, Hernan. Las Industrias culturales y los acuerdos de integración regional. El caso del NAFTA la UE y el MERCOSUR. Programa UNESCO MERCOSUR, Ediciones UNESCO, 1998.

García Canclini, Néstor, (coord.) Culturas en Globalización. América Latina Europa Estados Unidos: Libre Comercio e Integración. Venezuela: Nueva Sociedad, 1999.

García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras. Las industrias culturales y el desarrollo en México, México: SER, Flacso, Siglo XXI Editores, 2006.

García Riera, Emilio. Historia del cine mexicano. México: SEP, foro 2000, 1986.

Garnham, Nicholas. Emancipation, the Media and Modernity: Arguments About the Media and Social Theory. Gran Bretaña: Oxford University Press, 2000.

Garnham, Nicholas. Capitalism and Communication, Gran Bretaña: SAGE, 1990.

Garzon, Alvaro. Acuerdos Internacionales de libre circulación del libro y otros bienes culturales. Francia: UNESCO, 1997.

Getina, Octavio. Cine y Televisión en América Latina. Producción y mercados. Argentina: Ediciones CICCUS, 1998.

Gobierno de Estados Unidos Mexicanos y Gobierno de Canadá. “Acuerdo de coproducción cinematográfica y audiovisual entre el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el gobierno de Canadá.” Ottawa, 8 de abril de 1991.

Gómez García, “El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)”, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Diciembre 2006.

Gómez García, Rodrigo. “Políticas de Comunicación en México. El giro neoliberal 1988-2006” en Adriana Peimbert y Rodrigo Gómez García, Comunicación para el desarrollo en México, México, Universidad Latina de América-AMIC, 2007.

Goodell Gregory, Independent Feature Film Production: A Complete Guide from Concept to Distribution. EU: St. Martin’s Griffin, 1998.

Gutiérrez Haces, Teresa. Procesos de integración económica en México y Canadá. Una perspectiva histórica comparada. México, UNAM-IIE, Miguel Angel Porrúa, 2002.

Heredia Zubieta, Carlos. “La relación con Estados Unidos, la prueba de ácido de la política exterior mexicana” en Jorge Eduardo Navarrete. La reconstrucción de la política exterior de México: principios, ámbitos y acciones. México, UNAM-CEIICH, Colección Perspectiva Global, 2006.

Herscovici, Alain. “Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad” en Guillermo Mastrini, César Bolaño y Francisco Sierra. Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Argentina: Biblos, 1999.

Hesmondhalgh, David. The Cultural Industries. Gran Bretaña: SAGE, 2002.

Hill, John. El dinero de Hollywood. Barcelona: Paidós, 2000.

Hinojosa Córdova, Lucila. El cine mexicano: de lo global a lo local. México: Trillas-Universidad Autónoma de Nuevo León, 2003.

Hoskins, C., “Canada Mexico Co-production Agreement on Film and Television Programming” en Stephen Randall, North America without Borders? Integrating Canada, the US and Mexico. Canadá, University of Calgary Press, 1992.

Ianni, Octavio. Teorías de la globalización, México: CEIICH-UNAM, Siglo XXI Editores, 1996.

Informe anual, Imcine, 2007.

King, Geoff. New Hollywood Cinema: An Introduction. Gran Bretaña: Columbia University Press, 2002.

Lay Arellano, Israel Tonatiuh. Análisis del proceso de la iniciativa de ley de la industria cinematográfica de 1998. México: Universidad de Guadalajara, 2005.

Ley Federal de Competencia Económica, México, 1992.

Ley Federal de Cinematografía, México, 1998.

Marling, William. How American is globalization? EU: John Hopkings University Press, 2006.

Martínez-Zalce, Graciela, ¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense. México: UNAM-CISAN, 1996.

McAnanay, G. Emile y Kenton Wilkinson. Mass Media and Free Trade: NAFTA and the Cultural Industries. EU: University of Texas Press, 1997.

Melnyk, George. One hundred years of Canadian Cinema. Canada: University of Toronto Press, 2004.

Millar, Toby. Global Hollywood. Gran Bretaña: British Film Institute, 2001.

Montoya, Alejandro. “Paolo Sylos Labini, Semblanza Biográfica”, Cuadernos de trabajo, Cátedra extraordinaria Antonio Sacristán Colás, serie docencia. México: Facultad de Economía-UNAM, 1999.

Mora, Carl J. Mexican Cinema: reflections of a society, 1896-2004. EU: Mc Farland and Company, 2005.

Neale, Stephen. Contemporary Hollywood Cinema. EU: Routledge, 2000.

Parkin, Michael. Microeconomía. EU: Addison Wesley Longman de México, 1998.

Pendakur, Manjunath. Canadian dreams and American Control: The Political Economy of the Canadian Film Industry. EU: Wayne State University Press, 1990.

Peredo Castro, Francisco. Cine y propaganda para Latinoamérica: México y Estados Unidos en la encrucijada de los años cuarenta. México: UNAM, CCYDEL, CISAN, 2004.

Picard, Robert. Media Economics: concepts and issues. EU: New Bury Park Sage Publications, 1989.

Picard, Robert. The Economics and Financing of Media Companies. EU: Fordham University Press, 2002.

Piore y Sabel, “Italian Small Business Development: Lessons for US industry Policy”, en Zisman. American Industry and International Competition. Ithaca, Cornell University Press, 1983.

Plan Nacional de Desarrollo, 2007-2012. Objetivo 21, Estrategia 21.2, Apartado 3.8.

Posner Michael. Canadian Dreams. The making and the marketing of independent films. Douglas & McIntyre, Vancouver BC, Canada, 1993.

Ramírez Velázquez, Blanca Rebeca. Modernidad, postmodernidad, globalización y territorio. Un recorrido por los campos de las teorías. México: UAM-Xochimilco, Miguel Ángel Porrúa, 2003.

Randall, North America Without Borders? Integrating Canada, the US and Mexico. Canadá: University of Calgary Press, 1992.

Rosenberg, Justin. Globalization theory: A Post Mortem. UK, Palgrave- MacMillian Ltd, 2005.

Ruiz Sánchez, Carlos. Manual para la elaboración de políticas públicas. México: UIA-Plaza Valdés Editores, 2002.

Saavedra, Isis. Entre la ficción y la realidad. Fin de la Industria Cinematográfica mexicana, 1989-1914. México: UAM-Xochimilco, 2008.

Sánchez Ruiz, Enrique. “La industria audiovisual en América del Norte: Entre el mercado oligopólico y las políticas públicas” en Alba Vega, Carlos (coord.) A diez años del TLCAN. Reorganización industrial. México: COLMEX, PIERAN, 2004.

Sánchez Ruiz, Enrique. "La industria cinematográfica del TLCAN: Del 'mercado libre' a las políticas públicas" en Néstor García Canclini, Ana Rosas Mantecón, Enrique Sánchez Ruiz, Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero. México: Universidad de Guadalajara, Instituto Mexicano de Cinematografía, 2006.

Sánchez Ruiz, Enrique. Hollywood y su Hegemonía Planetaria: Una Aproximación Histórico-Estructural. México: Universidad de Guadalajara, 2003.

Sánchez Ruiz, Enrique. Medios de difusión y sociedad, notas críticas y metodológicas. México: Universidad de Guadalajara- Centro de Estudios de la Información y Comunicación, 1992.

Scott, Allen. From Silicon Valley to Hollywood: growth and development of the multimedia industry in California. In H. Braczyk, P. Cooke y M. Heidenreich, eds., Regional Innovation Systems. Gran Bretaña: UCL Press, 1998.

Scott, Allen. Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production, Competition and Political Order. Gran Bretaña: Oxford University Press, 1998.

Scott, Allen. On Hollywood: The place, the industry. EU: Princeton University Press, 2005.

Scott, Allen. The cultural economy of cities. Essays on the geography of Image-Producing Industries. Gran Bretaña: SAGE Publications, 2000.

Sierra Caballero, Francisco. Políticas de la Comunicación y educación: crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. España: Editorial Gedisa, 2005.

Solon Consultants. Audiovisual Industry: Trade and Investment Barriers in Third Country Markets. Final Report DG1 Market Access Unit, November 1998. Report prepared for the EU.

Squire, Jason. The movie Business Book. EU: Fireside, 2004.

Storper, Michael. Worlds of Production: the Action Frameworks of the Economy. EU: Harvard University, 1997.

Storper, Michael. The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth. Gran Bretaña: Basil Blackwell, 1989.

Storper, Michael. The regional World: Territorial Development in a Global Economy. EU: Guilford Press, 1997.

Sunkel, Guillermo (coord). El Consumo Cultural en América Latina. Colombia: Convenio Andrés Bello, 1999.

TLC de América del Norte: Texto oficial. México: SECOFI, Miguel Ángel Porrúa, 1994.

UNESCO. A Survey on National Cinematograph, March 2000.

UNESCO. Study on International Flows of Cultural Goods between 1980-1998, 2000.

Viñas, Moisés. Historia del cine mexicano. México: UNAM-UNESCO, 1987.

Wasko, Janet. Movies and Money, Financing the American Film Industry. EU: Norwood, 1982.

Wood, Jason. The Faber Book of Mexican Cinema. EU: Faber and Faber, 2006.

World Trade Organisation. Trading into the Future, 1999.