

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial del
3 del abril de 1981



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
CIUDAD DE MÉXICO ®

**‘EL CINE MEXICANO: UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICO
ESTRUCTURAL DE LAS POLÍTICAS DESARROLLADAS PARA EL
CRECIMIENTO DEL SECTOR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS’**

T E S I S

Que para obtener el grado de

MAESTRO EN COMUNICACIÓN

Presenta

JOSÉ ÁNGEL VILLEGAS GUZMÁN

Directora

DRA. MARICELA PORTILLO SÁNCHEZ

MÉXICO, D.F.

2015

*Gracias a todos los que me acompañaron
en este proceso.*

ÍNDICE

CAPÍTULO I: CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Planteamiento del problema.....	5
Preguntas de Investigación.....	6
Metodología.....	8

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

La cultura como problema.....	11
Propiedades del estudio de la cultura.....	14
La interiorización de la cultura.....	15
Industrias culturales.....	16
La visión de la economía política crítica.....	19
La cultura y la globalización.....	21
Propiedad y control de los medios.....	26
Industrias culturales y el desarrollo en México.....	27

CAPÍTULO III: POLÍTICAS CINEMATOGRAFICAS Y DE TELECOMUNICACIONES; ANALISIS CON RESPECTO A LOS OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO DE LA COMISIÓN DE DERECHOS HUMANOS DE 2003

La cultura como derecho.....	29
Propuestas legislativas.....	32
Propuestas No legislativas.....	33
El consumo de la cultura en México.....	34
Programa Especial de cultura y arte 2014-2018.....	45

CAPÍTULO IV: LA CINEMATOGRAFÍA MEXICANA A PARTIR DEL TLC Y SU COMPARACIÓN CON OTRAS CINEMATOGRAFÍAS.

Antecedentes cinematográficos.....	47
1992.....	47
1997.....	48
2006.....	49
Los números de IMCINE en comparación a otras cinematografías.....	51
Argentina.....	59
Francia	62
España.....	66
Unión Europea.....	70
México, análisis comparativo con los marcos legales de Argentina, España y Francia	71
La concentración de exhibición en México.....	76

CAPÍTULO V: El enfoque cinematográfico en las telecomunicaciones, exhibición de cine mexicano en televisión.

Antecedentes.....	86
1995.....	86
2014.....	87
Contenidos audiovisuales.....	89
Producción Nacional y producción nacional independiente.....	90
El cine mexicano y la televisión.....	93
CONCLUSIONES.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	105

CAPÍTULO I: CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta tesis tiene como objeto el análisis del marco legal del cine mexicano, entendido a ésta, como una de las industrias culturales más importantes desde principios del siglo XX, no sólo en México, sino en el mundo. Para ello, discutimos el concepto de cultura e industrias culturales desde el enfoque de la Economía Política Crítica.

Si entendemos la producción, la distribución y el consumo cinematográfico como una industria cultural, asumimos que sus productos (las películas) son mercancías que se constituyen como patrimonio simbólico y pueden ser estudiadas y analizadas en los niveles político, económico y social en que se insertan.

El cine mexicano como parte de las industrias culturales se incrusta en los análisis de los organismos tanto nacionales como internacionales que velan por el acceso democrático de la cultura.

En el 2003, se realizó un diagnóstico de derechos humanos en México, por parte de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos; en su apartado de derechos culturales, se especifica que: en nuestro país la cultura ha respondido a políticas intermitentes que no garantizan el acceso democrático y plural a los productos derivados de la misma.

Se pueden identificar dos fenómenos principales que han sido y siguen siendo limitantes para el desarrollo de nuestras industrias de la cultura; La primera es: el no reconocimiento de la cultura como factor primordial de desarrollo, considerándola como un tema no prioritario, permitiendo su exposición al libre comercio, en condiciones desiguales y en segundo lugar, se distingue la falta de simetría generada por la concentración monopólica en materia de telecomunicaciones, producción, distribución, exhibición y consumo que no permite el flujo de los contenidos de manera equitativa.

A través de esta tesis se busca distinguir de manera analítica todas las zonas de “contacto” entre el cine mexicano y las políticas culturales que lo afectan, entendiendo la articulación e interacción de un medio con distintas instituciones, estructuras y procesos sociales. (Sánchez Ruiz, 1992).

En los años recientes las interacciones entre: la iniciativa privada y el sector público han recargado la responsabilidad de crecimiento de la cinematografía nacional en la firma del TLC. Es por eso que considero que debemos revisar si: a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio y los cambios en las leyes en materia de telecomunicaciones y cinematografía se puede determinar, si han sido las políticas neoliberales, o la falta de políticas culturales, planes de desarrollo a corto y mediano plazo y la falta de reglas claras lo que ha causado la lenta recuperación de la cinematografía mexicana.

Además del cruce en el aspecto económico, distintas organizaciones como: La Comisión Nacional de Derechos Humanos y la UNESCO velan por el derecho y el acceso a la cultura de los individuos. A través de distintas recomendaciones se hacen observaciones: legislativas y no legislativas, para garantizar el libre goce de la cultura. En esta aspecto, considero importante revisar en que momento se contraponen las observaciones de estas instituciones con las políticas generadas por el estado en materia de telecomunicaciones y cinematografía

El cine mexicano cruza temas: sociales económicos y políticos, su análisis puede resultar tan complejo y diverso que es necesario utilizar instrumentos de medida para determinar que se hace o que no se esta haciendo con el producto cinematográfico.

Desde el 2010 el IMCINE propuso la creación de un anuario que recapitula toda la producción, distribución y exhibición de productos audiovisuales; principalmente películas y contenidos televisivos.

Asumiendo que se trata de un instrumento fiable emitido por el estado, consideré pertinente su uso para crear una comparación de lo que se hace en términos cinematográficos en nuestro país, comparándola con Argentina, Francia y España

(anuarios 2013) que cuentan con herramientas similares para medir los resultados anuales de sus cinematografías.

De esta manera es posible determinar los cruces en materia de producción, distribución y exhibición, que atraviesan la esfera de la industria cinematográfica, para observar en que rubros nuestras políticas podrían tomar el ejemplo de otras e incentivar un desarrollo más simétrico, tal y como lo sugieren organismos internacionales, que velan por el acceso democrático de la cultura.

Si bien, en los últimos años la producción de cine ha ido en aumento, la distribución y exhibición esta sufriendo un “efecto embudo”, en donde se puede observar la falta de políticas que estimulen la visualización de las películas y garanticen un acceso democrático a los contenidos.

Desde una perspectiva industrial, el cine puede entenderse como un dinamizador de economía, y por lo tanto es importante entender porqué se le defiende no sólo en su carácter de patrimonio simbólico, sino desde su valor como generador de recursos económicos (dinero).

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Para conocer los cruces de las políticas públicas con las esferas sociales, económicas y políticas, que afectan el correcto desarrollo de la cinematografía mexicana se proponen la siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿Con qué instrumentos contamos para cuantificar los avances de la industria cinematográfica que nos permitan identificar su desarrollo?,
- b) ¿Qué medidas se han tomado para incentivar a la industria cinematográficas en materia de producción, distribución y exhibición en comparación con otros países?
- c) ¿Cuáles han sido las propuestas por parte del poder ejecutivo y legislativo para garantizar el acceso democrático a los contenidos audiovisuales en el último año?
- d) ¿Cuáles han sido las ventajas de la digitalización y el avance tecnológico, en torno a la producción, exhibición y distribución de los contenidos audiovisuales, especialmente los cinematográficos?

A partir de las preguntas de investigación planteadas el objetivo general de esta tesis se concentrará en:

a) Analizar los avances en materia de acceso y democratización de la cinematografía, comparando los anuarios estadísticos editados por el Instituto Mexicano de Cinematografía en el periodo 2010- 2013

b) Comparar las políticas mexicanas con las implementadas en Argentina, España y Francia, a través de los anuarios de resultados en materia de consumo cinematográfico y cultural, implementados como instrumentos de medición en los países mencionados.

c) Identificar y analizar las nuevas leyes en materia de telecomunicaciones, para entender de qué manera benefician o perjudican a los contenidos audiovisuales.

METODOLOGÍA

La siguiente tesis propone un análisis histórico-estructural entendiéndolo como una forma de aproximación dialéctica al estudio de la sociedad, la cual intenta desentrañar el nexo de múltiples dimensiones conformadas por la estructura social, el entorno político, económico y cultural (Sánchez Ruiz, 1991).

Este análisis busca reconocer lo múltiple y complejo de las transformaciones económicas, políticas y sociales, que no reflejan cambios en lo inmediato, sino que son resultados de procesos en corto, mediano y largo plazo.

De manera puntual en esta tesis haremos un análisis de las regulaciones en materia de contenido audiovisual, concentrándonos en los cuatro años (2010-2013) en los que se han editado los anuarios del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y en los cuales se ven reflejados los avances o retrocesos derivados de los marcos legislativos impulsados en los últimos años.

Para observar los cambios, consideré importante unir la información de los cuatro años y generar nuevas tablas comparativas en donde se observa

a) La concentración del mercado por exhibidora. Cabe mencionar, que en el anuario 2013 el dato sobre las cuotas de mercado con respecto a la exhibición se suprimieron, esto nos podría llevar a elucubrar que ante la compra de

Cinemark, por parte de Cinemex, en el anuario se decidió suprimir tal dato para evitar evidenciar la concentración del mercado en materia de exhibición en dos empresas.

- b) La distribución de asistencia por país de origen: Con esta tabla se corroboran dos datos: el primero; que la taquilla la domina, al igual que en todo el mundo, el cine estadounidense, y segundo; que a pesar del incremento en los espectadores, que pasó de: 6.10% en 2012 a 25% en 2013, el cine mexicano no ha merecido que se revise la ley cinematográfica, con la intención de aumentar su cuota de pantalla o legislar “el peso en taquilla”, que obligaría a las exhibidoras y distribuidoras a colaborar en la cadena de valor.
- c) La comparación con Francia, España y Argentina, a través de sus anuarios, muestra la alta concentración del mercado mexicano. El análisis de los tres países mencionados sirve como referente para observar una relación entre iniciativa privada y gobierno. La tabla de exhibidores franceses es un claro ejemplo, de la repartición del mercado entre los participantes, en donde la compañía que cuenta con el mayor porcentaje no excede al 14%
- d) En el caso de la televisión, las tablas que se utilizan, revisan a los dueños de los derechos de los títulos, la mayoría de ellos son majors o son filiales de las propias televisoras, lo que refuerza la idea de la poca circulación de contenidos a través de la televisión, transmitiendo productos o muy viejos o de un grupo muy reducido de distribuidoras.
- e) La revisión de: La cuenta satélite de cultura en México 2008-2011, el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2007, el análisis del presupuesto Público Federal para la Función Recreación, Cultura y otras manifestaciones sociales, 2013-2014, el programa especial de cultura y arte 2014-2018, se utilizan como ejemplo para evidenciar la falta de simetría del sector cultural.
- f) Las comparaciones entre los instrumentos de medición por parte del estado y las sugeridas por parte de organismos como, La Comisión Nacional de Derechos Humanos, nos permiten revisar los retrocesos y avances de las industrias culturales. Con el método histórico estructural se propone revisar en sus siguientes capítulos:

- Análisis y desarrollo de la cinematografía nacional, tomando en cuenta los consejos emitidos por la Comisión Nacional de Derechos Humanos desde el año 2003.
- El enfoque cinematográfico en las telecomunicaciones, exhibición de cine mexicano en televisión.

g) En materia de televisión: se mostrará la falta de diversidad en los contenidos cinematográficos que se transmiten por televisión. Comparando los anuarios antes mencionados en su apartado de televisión.

CAPÍTULO II : MARCO TEÓRICO

LA CULTURA COMO PROBLEMA

Procedente del latín, el término cultura-cultus hace referencia al cultivo que se genera en los entes capaces de alcanzar una realización artística e intelectual, los cuales tienen la capacidad de producir y disfrutar lo cultivado. Para Terry Eagleton (2009) la palabra cultura forma parte de los vocablos que usamos para hacer referencia al refinamiento en la sociedad, pero que el autor identifica como parte de “*coulter*” una palabra de la familia “cultura”, que hace referencia a la reja del arado, espacio en el que se da la cosecha y que implica el abono de los espíritus, con lo que se determina que la cultura fue un proceso material que fue transformándose en un proceso espiritual y que enmarca el paso del hombre del mundo rural al urbano.

El hombre rural tendrá poco tiempo de cultivarse, el campo deja poco tiempo para hacerlo, mientras que para el habitante urbano la cultura corresponde a algo intrínseco. La cultura, dirá Eagleton (2009) se generará del constante discurso con la naturaleza, distinguida con el arduo trabajo del hombre. En el espacio entre ambas se genera un discurso en el que el hombre se pregunta incesantemente el por qué de su existencia en el espacio. El ir y venir entre la construcción cultural y su discurso de la naturaleza provocará la producción con la que se buscará cultivar tanto espiritual como racionalmente.

Para Eagleton (2007) además de los procesos entre el espíritu y el cuestionamiento del individuo con su entorno, existe la relación entre el individuo y el estado, en el que la estructura de gobierno sirve, según menciona el autor, como un método pedagógico en el que se prepara al ciudadano para un desarrollo colectivo en donde se debe mediar la construcción de los ideales con la esfera política.

Partiendo de la importancia de crear una esfera que considere tanto el espacio de la construcción de ideales como la unión con la esfera política de los individuos, debemos entender que la cultura tiene un carácter polisémico que se caracteriza por un estado de confusión en donde se ha perdido el límite en su definición y ha adquirido múltiples sentidos en los que caben desde las obras clásicas, hasta los

estilos de vida, sin dejar de lado el folklore y lo espectáculos de masas. (Sahuiquillo, 1997)

Los significados de la palabra cultura han alcanzado una promiscuidad semiótica que desaparece los límites y que estarían introduciendo al concepto de cultura en una “postcultura”, en donde a pesar de los componentes simbólicos que conforman a la cultura y que se relacionan con la representación del mundo: a través de la literatura, el arte, la ciencia, etc., no existe un consenso sobre el contenido de la misma.

Sostiene García Canclini (2004) que quienes estudian la cultura experimentan la noción de vértigo. El término se ha perdido entre sus definiciones, y advierte que debemos comprender y reconocer los significados socio semióticos que nos permitan no perdernos en nuestras definiciones.

Durante muchos años se ha intentado definir el paradigma de la cultura y encontrar la definición única, sin embargo los términos: relativismo y posmodernidad han hecho más compleja la tarea, al quitar poder a la búsqueda de la unicidad y la universalidad del conocimiento.

Dentro del mundo posmoderno, la pluralidad de las culturas, nos obliga a no buscar un solo paradigma.

García Canclini (2004) propone que a la cultura le debemos estudiar distintas narrativas y apropiarnos de varias nociones que nos permitan entender el concepto.

- La primera noción es la de asociar al término con las definiciones que comúnmente se le dan como término perteneciente a: la ilustración, el refinamiento y la obtención de información. Desde esta perspectiva la cultura se refiere a aptitudes relacionadas con lo estético y el conocimiento.
- Oposición del término cultura. Las dos principales confrontaciones son: cultura vs. naturaleza y cultura vs. sociedad

La cultura se definió como todo aquello que no fuera naturaleza (lo dado), el acercamiento se hizo a través de la Filosofía y la Antropología. La separación de

la cultura de la naturaleza permitió reconocer que todo lo creado a través de los hombres es cultura, reconociendo que toda sociedad tiene derecho a la construcción de su propia cultura, el concepto nos acerca al relativismo cultural, en el que habitan lo mismo la tecnología que la religión.

El concepto de la cultura contrapuesto a la sociedad se estudia a través de la Antropología y algunas otras disciplinas afines. Ralph Linton y Pierre Bourdieu describieron el concepto de sociedad como: conjunto de estructuras encargadas de organizar la distribución de los medios de producción, el poder y los grupos sociales. Los individuos pertenecientes a estas estructuras determinan las prácticas sociales, económicas y políticas. (García Canclini 2004)

Con respecto a los valores que conforman a la sociedad, García Canclini menciona el aporte hecho por Boudrillard, al agregar dos definiciones extras: valor de uso y valor de cambio, el sociólogo francés creó estas dos categorías para determinar que: la objetividad en la sociedad necesita una diferenciación del sistema socio-económico con los procesos socio-culturales de apropiación de significación.

A partir de los conceptos de valor, la definición que se adquiere es la siguiente: *“la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación de la vida social”*. (García Canclini, 2004 pag. 35)

La relación entre producción, circulación y consumo se ha dinamizado de manera significativa en los últimos años. García Canclini (2010), considera que los productos culturales deben ser examinados en relación con inversiones, mercados y consumos.

Para entender el manejo de la cultura en los actuales estándares de globalización, se propone entender el concepto: “economía basada en la cultura”, cuya materia prima es el elemento de: la creación, a partir de la cual se generarán los procesos de: producción, distribución, exhibición y consumo, los cuales dinamizarán la economía en sus ramas: formal, informal e ilegal.

Parafraseando a Ernesto Piedras (2010), en la producción cultural, el proceso creativo, es la base fundamental para fomentar la cadena de producción, sin embargo, para que el producto surgido de la creación encuentre un espacio

dentro de la industria, es importante concebir: políticas culturales, la convergencia tecnológica, la digitalización y la globalización como estímulos para la economía basada en la cultura.

PROPIEDADES DEL ESTUDIO DE LA CULTURA

En la cultura cualquier entidad se convierte en fenómeno semiótico y las leyes de la comunicación son las leyes de la cultura. De tal forma, la cultura se estudia desde un ángulo semiótico y a la vez la semiótica se ocupará del total del entorno de la vida social.

La cultura entonces se estudia como un proceso de interrelaciones en diferentes aspectos analíticamente separables de un proceso de significación, a partir de este concepto, se puede entender como un proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos (Giménez 2007).

Si bien queda entendido que la cultura estudiará la construcción simbólica desde cualquiera de sus dimensiones, entonces queda de manifiesto los elementos propios que la obligan a evitar la homogeneidad, uno de estos es la transversalidad. Las propiedades de la cultura evitan que esta pueda ser tomada (inasible), para ser confinada en un espacio único, así estará en todo espacio ocupado por la colectividad.

Ante la diversidad de ángulos en que puede ser tomada la cultura, una manera de acercarse es abordarla sectorialmente. Para Pasquinelli (2007), la división técnica y social del trabajo es una característica de las sociedades modernas que nos permite clasificar la cultura y definirla.

En el caso de las industrias culturales vale la pena hacer una parada en la materia prima que las conforma: “el producto cultural”, cuya esencia, como se mencionaba con anterioridad, se centra en la creatividad.

La creatividad se desprende de la relación del individuo con grupos de la sociedad que estimulan el proceso creativo, es decir, la creatividad tiene su fundamento en procesos de interpretación de lo simbólico, cómo consecuencia surgirá un producto cultural.

El producto cultural surgido de lo antes mencionado, no siempre tendrá un valor o un motivo comercial, esto implica que no todos los resultados derivados de un proceso creativo, son forzosamente un producto para los mercados.

A diferencia de muchos otros productos cuyas características permiten una clasificación social y técnica exacta del trabajo, la cultura no cuenta con un parámetro exacto que permita su clasificación, al depender de la creatividad la cultura no puede regirse bajo los parámetros de la utilidad y la maximización de las ventas, su valor simbólico le otorga distintos valores que no precisamente se ven reflejados en una ganancia o en el fundamento del lucro.

LA INTERIORIZACIÓN DE LA CULTURA

La interiorización de la cultura se divide en dos: formas interiorizadas y objetivadas. El primero hace referencia a la concepción interna de la cultura: rituales, actos cotidianos, arte y religión. El segundo es la transformación objetiva de las prácticas antes mencionadas.

La creación de la cultura se constituye a través de sus actores. La existencia de la cultura y la operación de la misma sólo es posible a través del modo de vida que los actores tienen en torno a la cultura.

Los tres paradigmas principales que determinan la interiorización de la cultura son: *habitus* “esquemas cognitivos”, y “las representaciones sociales” de la escuela europea de psicología social (Giménez, 2007)

El paradigma de las representaciones sociales es el que agrupa los dos anteriores, por lo que nos concentraremos en este último. Lo que se nos quiere explicar con este paradigma es: toda realidad es representada, apropiada por grupos, reconstruida en un sistema cognitivo e integrada a un sistema de valores, la manera en que esto suceda dependerá del contexto y la historia que envuelva al grupo social. De esta manera las representaciones sociales son un sistema significativo, que responde a lo social y a lo cognitivo. (Giménez 2007)

Lo que se busca con el estudio de los paradigmas es que los sistemas de representación cultural deben estudiarse desde las fronteras de las diferentes disciplinas sociales. Por el carácter sistemático de lo simbólico, es importante

comprender que la cultura se construye de manera transdisciplinaria, el uso de distintas ciencias nos permite la valoración y la definición de nuestros *habitus*, que conforman nuestra cultura interiorizada.

Lo que conforma las funciones interiorizadas de la cultura por los sujetos es:

- función cognitiva. Modo en el que los actores individuales o colectivos perciben, comprenden y explican la realidad.
- función identificadora. Interiorización selectiva, distintiva, contrastes de valores y pautas de significados por parte de los individuos y los grupos.
- función de orientación. Guía de los comportamientos y las prácticas
- función justificadora. Permite justificar y legitimar a posteriori las tomas de posición y los comportamientos. (Gimenez 2007)

La interiorización de la cultura permitirá la percepción de la realidad, sólo teniendo funciones podrá ser operativa y eficaz.

A través del conocimiento y uso de sus funciones operativas la colectividad podrá desarrollar una capacidad innovadora y creadora, que le permitirá actuar sobre sí mismo y sobre su entorno. Las funciones operativas de la cultura le permitirán forjar la cohesión de sus actores y legitimar o deslegitimar su cultura.

El resultado de esa construcción simbólica se ha contenido en las denominadas: industrias culturales, en donde se estudia la relación de lo político, lo social y lo cultural en relación al producto derivado de la cultura. Al hablar de la mercantilización debemos entender dos cosas: la cultura puede ser mercantilizada y existen características intangibles de la producción cultural que los gobiernos deben reconocer como patrimonio y apropiarlos.

INDUSTRIAS CULTURALES

El sistema capitalista no se puede entender únicamente por sus especificidades temporales y locales, en el largo plazo, extiende su lógica hacia diversas áreas sociales, normalmente ajenas a la lógica de la economía. En el caso particular de la cultura es innegable la relevancia que ha adquirido en los últimos años desde su condición de bien inmaterial y simbólico, su valor en la lógica de acumulación

toma cada día un papel más relevante en los procesos macroeconómicos. (Herscovici, 2005) .

Desde el enfoque marxista el mercado no debe ser visto como un método autorregulatorio y socialmente eficiente, tampoco se percibe como agente económicamente pasivo ni mucho menos como agente únicamente lucrativo o de utilidad. Desde una mirada heterodoxa el capital se comprende como un mercado de regulaciones globales con procesos complejos y de combinaciones entre elementos económicos y no económicos.

La visión no dogmática del capital nos permite comprender su contenido histórico, su interdisciplinaridad y evitar el reduccionismo que caracteriza a su análisis.

De acuerdo con Alain Herscovici (2005) en Economía política, comunicación y conocimiento, es importante conocer las lógicas globales y estudiarlas desde una perspectiva heterodoxa que reconoce los valores simbólicos y los fundamentos sociales de los mercados. A través de este enfoque se privilegia el estudio de los principios de sociabilidad y la producción de normas sociales que permiten codificar y homogenizar los comportamientos económicos.

Desde la perspectiva de Herscovici: *“el agente económico no puede ser concebido, apenas, como un homo economicus que maximiza una función de utilidad o de lucro”* (Herscovici, 2005 pag. 185). El sujeto debe ser concebido y constituido con una racionalidad y con un sistema de valores que dependen de variables extra-económicas históricamente determinadas.

El individuo dentro de la lógica de la acumulación se encuentra ubicado en lo que los franceses llamaron la escuela de la regulación, creando un puente entre los valores de producción y excedente con las instituciones.

Para Ramón Zallo (1988) en Economía de la Comunicación y la cultura las industrias culturales se deben situar desde diferentes perspectivas de trabajo, estableciendo ciertos criterios:

- El primero a considerar es el análisis y jerarquización de los procesos de trabajo de las industrias culturales, se propone partir del *“nivel de integración del trabajo cultural en la industria”*.

- En segundo lugar se propone determinar el “*principio dominante*”, ordenar el proceso del trabajo. En el caso de la industria audiovisual las habilidades manuales e intelectuales se comparten, creando una simbiosis y un trabajo colectivo, en donde predomina el trabajo intelectual, como la base de la definición del producto, más que como un proceso de producción. La intención es desarrollar un producto surgido del imaginario, y no forzosamente maximizar la producción en serie.
- En tercer lugar se propone diferenciar cinco bases básicas en los procesos de producción de la cultura industrializada: en algunas industrias algunas fases son simultáneas, y algunas fases como son: planeación, edición y programación son decisorias tanto para atrás como para adelante (son permanentes en todo el proceso). De acuerdo con lo propuesto por Zallo (1988), los procesos permanentes en la producción audiovisual son: a) creación original (redacción, guión, stock de información), b) prototipo (dirección, realización, formalización y grabación) c) edición-planificación-programación d) reproducción-emisión e) distribución-exhibición-difusión. Para estas etapas el dominio del capital funciona de manera diferente según las industrias de cada rama establecida, aunque se advierten varias fórmulas: en donde las tres últimas etapas se asumen como absolutas, destacando la distribución como la parte más representativa en cine y televisión.
- En cuarto lugar se propone a “*la representación*” cómo la parte del espectáculo. Dicha distinción corresponde tanto a la naturaleza del producto como a una combinación de: tecnología y trabajo. Sin embargo la complejidad para delimitar a las industrias desde el punto de lo técnico hace que se creen formas complejas de consideración de los productos dentro de las industrias culturales.
- Esto nos lleva a un proceso de valorización del producto dentro de las industrias culturales de carácter discontinuo, es decir, por un lado se tiene el valor del precio de producción y por otro el valor de costo de la mercancía (producto final).

El crecimiento exponencial de las herramientas de trabajo (tecnología) y la amplia demanda del material (sociedad). Ha generado que en los últimos años el término “industrias culturales”, se transforme a lo propuesto por Frédéric Martel (2010) cómo: industrias creativa o de contenido . El autor argumenta que el tema, ya no se centra únicamente en los productos culturales, ahora existe un intrincado mapa de transferencia de contenidos entre distintos emporios, tanto privados como públicos que se encargan de transferir contenidos vía Internet.

Si bien la tesis se concentra en las Industrias de la cultura al analizar el producto cinematográfico mexicano, considero importante no omitir nueva terminología con la que se esta describiendo la transformación del mercado audiovisual.

LA VISIÓN DE LA ECONOMÍA POLÍTICA CRÍTICA

Menciona Lozano (2007) que la economía política crítica se distingue de la economía tradicional a partir de los siguientes puntos: es holística, histórica y se preocupa por los balances entre la economía privada y la gubernamental y no se enfoca únicamente en los aspectos técnicos, sino que busca abordar temas de justicia, igualdad y bienestar común.

Las teorías críticas de la comunicación se centran en el estudio de la propiedad y el control. Desde esta perspectiva, José Carlos Lozano en Teorías e investigación de la comunicación de masas menciona citando a Murdock y Goldgin que quien ostenta el poder de la producción, también posee el poder de las ideas y por lo tanto el mundo ideológico es manipulado por quienes tienen el poder en la producción no sólo de bienes, sino de ideas.

De acuerdo con el enfoque de los británicos: Golding y Murdock citados en Lozano (2007) la economía tradicional es una disciplina especializada, mientras que el enfoque holístico de la economía política crítica se especializa en investigar las intersecciones con la vida política, social y cultural, en el caso de las industrias de medios, menciona Golding y Murdock (1993), *“lo importante es observar el impacto económico en el rango y la diversidad de las expresiones culturales”*

En la corriente crítica lo más importante es ver la organización de la producción de bienes culturales, no es tan importante la cantidad de la producción, sino el acceso que se tiene al resultado de la producción cultural. Partiendo del precepto de que lo importante es estudiar el acercamiento de los receptores a los productos, tanto Golding como Murdock (1993), sostienen que el análisis económico político tiene tres áreas prioritarias:

- a) Análisis de la producción de los bienes culturales, en la medida en que los condicionantes de la producción impactan en las opciones de consumo.

Producción de bienes culturales:

- 1) Patrones de propiedad de los medios y su consecuencias en la producción de mensajes
 - 2) Relación entre las regulaciones del Estado y los medios.
- b) Análisis de la relación producción y consumo con los mensajes (textos) presentes en los contenidos:
 - 1) Economía política de contenido de los medios.
 - 2) Analizar como los factores económicos presentes en la producción condiciona géneros, formas y contenidos de los mensajes comunicacionales.
 - c) Análisis de la desigualdad cultural, en relación al producto y el consumo.

Hacer un análisis de la cultura a través de una visión económica política no intenta justificar “el porqué la cultura es necesaria”, si bien podemos asumir que es indispensable como elemento formador de identidad, debemos enfocarnos a la visión industrial que nos permita comprender a la cultura como ente de desarrollo económico, político y social.

Al respecto García Canclini (2010) menciona que el centro del debate en las industrias culturales no se encuentra en si deben o no ser dueños de los medios de producción, las experiencias exhibidas a lo largo de los años demuestran que las televisoras o estaciones de radio no son mejores o peores por pertenecer a lo público o lo privado. En muchos países hemos visto que la administración de los medios de comunicación no es más o menos exitosa en manos públicas o privadas, lo que sí ha sido evidente es la falta de pluralidad en la creación de los contenidos.

Visto desde la economía política crítica el caso de México es sumamente representativo, pues los medios masivos se encuentran concentrados en pocas empresas, que privilegian el lucro y la comercialización. Ante la falta de un marco jurídico que garantice la entrada equitativa de todos los participantes de la sociedad, las industrias culturales, parecen sufrir un estancamiento que ha evitado su sustentabilidad.

LA CULTURA Y LA GLOBALIZACIÓN.

Partiendo del planteamiento de Herscovici (2005) la economía de la diferenciación permitió a partir de los años 80 concebir una lógica global de acumulación. En la que se distinguen los oligopolios por la lucha de la apropiación de las mercancías y los espacios geográficos.

Las necesidades de vender se adaptarán a los espacios, y las mercancías se crean de acuerdo a las necesidades de los consumidores mundiales. En el caso de la cultura nacional es importante tener en cuenta que no se trata de un consumo homogéneo, la diferencia entre clases sociales generan procesos y prácticas culturales diferenciadas y si bien es cierto que se busca la creación de consumidores globales, las diferentes culturas nacionales, generan una resistencia hacia el consumo homogenizado.

La creación de consumidores globalizados también responde al consumo de mercados internacionales, que generan distorsiones en el consumo local contraponiendo los intereses económicos con los valores sociales, generando problemas de racionalidad entre las lógicas sociales y económicas.

La falta de instituciones nuevas, encargadas de regular la acumulación, generan en los mercados globales una homogenización de la cultura con miras a un consumo globalizado para un sector determinado, terminando con la distribución entre las distintas estructuras que conforman las sociedades.

El modelo de subsidios que se caracterizaba por la igualdad tarifaria entre las redes universales, dejó al mercado la fluctuación de los precios, lo que finalmente concentró el poder en quienes cuentan con el capital económico, político y tecnológico creando nuevos mercados donde no existe la necesidad de responder a valores de cohesión social.

Las empresas de capital privado privilegian la maximización de la ganancia, y dejan en el lucro su máxima de acción, poniendo de lado el interés colectivo.

En México y América Latina, Enrique Sánchez Ruiz junto con un amplio grupo de investigadores se han convertido en referentes de los estudios de adaptación de la cultura a las condiciones de la globalización.

Desde la visión de Sánchez Ruiz, la globalización se estudia como la etapa actual del capitalismo donde existen interconexiones que permiten: flujos de comercio, transacciones financieras, de información y cultura (Sánchez Ruiz, 2003)

Los movimientos de comercio, información y cultura se han potenciado con el desarrollo de las tecnologías que permiten un mayor flujo de datos en menor tiempo y entre más espacios, la inmediatez desarrollada ha dado paso desde hace varias décadas a la denominada por Manuel Castells, “economía informacional” (Castells, 2003)

Los contenidos se han encontrado con la posibilidad de diversificarse a través del desarrollo o fusión de plataformas, tanto de telecomunicaciones (teléfono-satélites) como de tecnologías de la información (computadoras, Internet, convergencia digital), permeando nuevos espacios.

En el caso de las industrias culturales la digitalización ha permitido una expansión sin precedentes. A pesar de la ubicuidad de los capitales, de las mercancías y del poder de interconectividad e interdependencia asimétrica que distingue a la globalización, la concentración de la tecnología sigue estando en grupos reducidos.

A pesar de las facilidades que permite la digitalización y el avance tecnológico, la sociedad ha recargado la responsabilidad de democratización y acceso a las tecnologías en el desarrollo de los productos tecnológicos, pensando que serán estos los que de manera automática darán acceso a un espacio abierto y participativo

La tecnología per se no crea sistemas ni sociedades, sino que son las sociedades las que crean tecnologías para situarlas como recursos, menciona Zallo (2005); no son únicamente dispositivos, existen para ayudar creando vínculos

comunicativos entre distintos actores sociales, la tecnología se inserta en un espacio económico y social que motiva el desarrollo de sus usuarios. No cuenta con valores intrínsecos, y no es tarea de los avances tecnológicos responder a las necesidades de democratización del espacio y apertura a la cultura. (Zallo,2005)

Para Zallo las interrelaciones entre: sociedad, administraciones, servicios y sector privado son las que pueden estructurar condiciones para el desarrollo democrático configurando una red con múltiples canales comunicativos que influyan entre los distintos actores sociales buscando la interacción de las personas que conforman una comunidad.

Zallo (2005) menciona que la democratización gana potencialidad en la medida en la que se de una mayor interactividad, un diálogo, una compartición de recursos y una proliferación de contactos.

La digitalización a través de los mecanismos tecnológicos deben servir para ganar nuevos mercados, generar nuevas fuentes de ingresos y diversificar el empleo.

Sin embargo para la digitalización desde su punto de vista aún no cumple su misión, al contrario, el autor menciona que al parecer la oportunidades se han visto cooptadas por distintos factores:

- a) Concentración de capitales en detrimento del pluralismo, de la creación, producción y distribución
- b) Uso de los mecanismos tecnológicos para el beneficio de productos primordialmente Estadounidenses.
- c) Privilegios para culturas anglosajonas y Europeas, en detrimento de culturas locales, evitando la proliferación de contenidos folclóricos y de conservación de vestigios del pasado.
- d) Modelos de negocio basados en la publicidad, pago de cuotas y concentración de clientes sin dar oportunidad a los intercambios sin fines de lucro.
- e) Competencia desigual que pone en riesgo económico a los contenidos culturales al no existir una rentabilidad y poca venta en serie, se limita la proliferación de la oferta.

- f) Se aumentan los empleos culturales precarios, en donde no existe una preparación para los nuevos requerimientos técnicos, no hay una formación.
- g) Los derechos de autor encarecen el mercado, convirtiéndose en limitantes que restringen la venta de los productos únicamente a quien cuenta con el capital para pagarlos.
- h) Crecientes riesgos para la remuneración de los autores: distribuidores inequitativos, piratería, imitación, lagunas en legislaciones.
- i) Presión de distribuidores y aparición de nuevos intermediarios.
- j) Privatización de las redes por parte de operadores privados.
- k) Cultura de pago: equipamiento del usuario, pago por el uso de redes, costo por determinados productos.

Todos los puntos mencionados se convierten en riesgos y amenazas para las distintas expresiones culturales, sin embargo explica el autor que también esta la posibilidad de crear herramientas políticas emergentes que garanticen el acceso igualitario a la cultura. (Zallo, 2005)

A partir de esta visión, lo importante en la globalización es construir de forma local y con perspectiva global de manera alterna a los poderes dominantes, tanto nacionales como trasnacionales.

Sánchez Ruíz (2003) señala que los intercambios desiguales en lo político, económico y cultural se han intensificado, permitiendo la entrada a la ideología neoliberal que se identifica con la tendencia de la “occidentalización”, algunos de los principios de occidente menciona Sánchez Ruiz han entrado por medio de la conquista y otras se han erigido por la influencia y la imitación, sin embargo ha existido una resistencia por parte de culturas regionales continentales y nacionales en todo el mundo que han enfrentado la conquista de maneras creativas, creando nuevas versiones híbridas o mestizas que enfrentan a las formas dominantes impuestas por Occidente. Por su parte, explica Sánchez Ruiz (2003) la cultura occidental se ha nutrido de otras culturas, que han dado paso a nuevas investigaciones empíricas y a la gestación de nuevas teorías, que desvinculan a la cultura occidental de su carácter monolítico, incluso la cultura occidental supone en si, una oposición y una complementariedad a la globalización.

Los factores de homogenización, heterogenización, universalización y particularización que constituyen los principios de la mundialización se han constituido en un orden hegemónico caracterizado por el poder económico, generando entrecruzamientos que García Canclini citado en: La cultura en un mundo global, una perspectiva desde México (2005), ilustra a través del cine... *“Enciendo mi televisor fabricado en Japón y lo que veo es un film-mundo, producido en Hollywood, dirigido por un cineasta polaco con asistentes franceses, actores y actrices de 10 nacionalidades, y escenas filmadas en los cuatros países que pusieron financiamiento para hacerlo”.* (Sosa et al. 2003 p. 46)

Esta mundialización a la que se refiere García Canclini y Sánchez Ruiz alcanza a través de la firma de distintos tratados y la conformación de bloques como: La Unión Europea, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLACAN), el Mercado Común del Cono Sur (Mercosur), la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ANSEA), etcétera, ha generado concentración de las industrias de la misma manera en que han concebido una diversificación de los productos. En el caso de las Industrias culturales menciona Sánchez Ruiz (2003), el flujo comercial se concentraba de la siguiente manera: los países desarrollados en 1994 contaban con el 69% de las exportaciones mundiales y 68% de las importaciones, mientras América Latina y el Caribe aportaban el 4% de las exportaciones y el 5% de la importaciones mundiales (Sosa et. al 2003)

A pesar de la compra de contenido extranjero México a través de Televisa se ha convertido para el mercado latinoamericano en un importante exportador, a pesar del alcance de la empresa, a nivel interno, su carácter oligopólico, menciona Sánchez Ruiz (2003), genera que sea una sola empresa la productora, distribuidora y exhibidora de contenidos a través de Televisa y sus filiales, dejando sin posibilidad de crecimiento a nuevas empresas que ante la competencia terminan por contender en condiciones desiguales, dejando prácticamente a un único interlocutor entre el mercado nacional y el extranjero, lo que a largo y mediano plazo termina concentrando el mercado, dejando sin posibilidades a los competidores emergentes.

En el análisis que hace el autor con respecto a la concentración en otros países, se menciona el modelo canadiense y europeo que han optado por políticas

“neoproteccionistas” al considerar que las industrias audiovisuales constituyen una fuente de información de lo que sucede en el mundo, desempeñan un papel de desarrollo en la transmisión de valores sociales e influyen en lo que los ciudadanos ven y entienden de su entorno, posicionando a las industrias audiovisuales como la principal fuente de ocio y cultura.

A diferencia de Europa y otros mercados, en México la concentración parece ser normal, y existe una cierta conformidad con permitir que compitan bajo el mismo modelo nuevas empresas. Sin embargo, para Sánchez Ruiz (2003) el dilema sigue siendo el mismo desde hace muchos años al mencionar que no se trata únicamente de concentración monopólica, sino de exclusión y participación social, lo que implica un problema de cultura política.

Para el autor, los productos culturales no son solamente mercancías para ser consumidas en un tiempo de vida determinado y que cuentan con una fecha de caducidad, los bienes procedentes de las industrias culturales son bienes simbólicos que además de mercancías constituyen propuestas y visiones de la conformación del mundo que nos rodea.

Los productos culturales no son una apuesta por el mercado o por el estado, queda claro que la oferta y la demanda son fuerzas que ejercerán presión sobre la producción y distribución de productos culturales, sin embargo ni la oferta ni la demanda, como menciona Sánchez Ruiz poseen una inteligencia y conciencia propias, tampoco cuentan con una sensibilidad humana, ni con una identidad cultural o nacional.

Se trata de ubicar que los tiempos del estatismo, la regulación y la intervención autoritaria característica de los años sesenta ha quedado atrás, sin embargo los nuevos modelos deben garantizar la diversidad cultural y el pluralismo político. Los gobiernos democráticos deben constituir nuevos marcos de acción que garanticen e impulsen un desarrollo cultural más sano, diverso y equilibrado.

PROPIEDAD Y CONTROL DE LOS MEDIOS.

José Carlos Lozano (2007) sostiene que una de las grandes limitantes para la pluralidad de los medios radica en el poco acceso que existe para entrar en ellos.

El costo de una estación de televisión o radiodifusión se limita a la posibilidad de entrada para nuevos competidores.

El valor económico de las tecnologías y la cantidad de recursos humanos necesarios, convierten al mercado de los medios de comunicación en un negocio para un grupo muy limitado. Quienes logran comprar un canal de televisión implementan su idiosincrasia, determinando líneas y ejes de pensamiento.

Las empresas de comunicación se han convertido en grandes consorcios que se caracterizan por contar con participación en varios canales de la comunicación, en México el caso más representativo es el de Televisa, que cuenta con radiodifusoras, editoriales, y canales de televisión. Este tipo de consorcios reciben la presión de hacer rentables a sus empresas, por lo que, la venta de publicidad se convierte en el tema angular para la subsistencia del negocio.

En el mercado de la cinematografía, dos grandes firmas controlan el mercado de la exhibición, Cinépolis y Cinemex. El problema de tener un mercado tan reducido, se refleja en la falta de democratización, la poca entrada de nuevos contenidos y la falta de participantes que generen un equilibrio en el mercado.

INDUSTRIAS CULTURALES Y EL DESARROLLO EN MÉXICO.

A partir de 1990, México entró en un proceso de apertura comercial que lo introdujo a las políticas neoliberales y que implicó la pérdida de soberanía por parte del estado a favor de las empresas particulares, con la finalidad de dinamizar el desarrollo económico y reducir la responsabilidad estatal, la aparición de tratados comerciales con EUA y Canadá principalmente, permitió un mayor flujo de mercancías que en muchos casos incentivó y en otros tanto exterminó industrias locales.

En el caso de la cinematografía la falta de políticas públicas para regular la entrada de las industrias culturales mexicanas en el TLC provocó la estrepitosa caída de los mercados, el caso del cine menciona García Canclini (2010), citando a Víctor Ugalde, que a partir de 1994 las industrias de Canadá y Estados Unidos despuntaron, mientras que la de México sufrió una caída . Mientras Canadá invirtió cerca de 400 millones de dólares en la década posterior, asegurando la producción de 60 largometrajes al año, Estados Unidos pasó en la década de los

noventa de 459 filmes a 680 gracias al impulso en los incentivos fiscales y a la internacionalización de su industria, en cambio en México la situación empeoró al pasar de 747 películas en la década anterior a 212 largometrajes. La pérdida de empleos fue significativa y el abandono de la industria generó la pérdida de infraestructura y la quiebra de empresas.

Las salas multiplex impulsadas en un principio por: Cinemark y posteriormente por Cinemex y Cinépolis se han decantado por el cine espectáculo en el que destaca el uso de efectos especiales y sonido digital envolvente.

Ante la dominante cinematografía norteamericana, una de las propuestas continuamente expuesta es la de ampliar la diversidad de la exhibición cinematográfica, ampliando los espacios de proyección y los tiempos de pantalla en los cines comerciales, sin embargo no sólo se trata de poner más cine mexicano a la vista de todos, también deben desarrollarse nuevas audiencias.

Además de la apertura de productos extranjeros, existen temas pendientes a nivel local, que hacen pensar que en nuestro país hay un estancamiento en comparación a otras naciones en materia cultural.

Uno de los temas, es la creación de una Secretaría de Cultura autónoma que no dependa de ningún organismo o institución. En México, el INAH, INBA o IMCINE operan con marcos legales poco claros en cuanto a sus competencias.

El ejemplo que menciona García Canclini (2010), hace referencia a la participación de la Secretaría de Hacienda en los procesos de selección de proyectos, decisión que: debería ser únicamente competencia de Conaculta (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), al hablar de la injerencia de la institución financiera en la elección de proyectos para EFICINE.

La duda razonable se destapa cuando nos cuestionamos: ¿Porqué una institución financiera determina los contenidos a los que se apoyará con el dinero de los contribuyentes?.

CAPÍTULO III : POLÍTICAS CINEMATOGRAFICAS Y DE TELECOMUNICACIONES; ANALISIS CON RESPECTO A LOS OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO DE LA COMISIÓN DE DERECHOS HUMANOS DE 2003

LA CULTURA COMO DERECHO (DIAGNÓSTICO SOBRE DERECHOS HUMANOS 2003)

A 11 años de que la Comisión de Derechos Humanos emitiera un diagnóstico sobre el estado de los Derechos Humanos en México¹, en su apartado de cultura: es pertinente revisar en qué hemos avanzado de acuerdo a los consejos legislativos y no legislativos emitidos por dicho organismo, que a su vez se basa en organizaciones como la UNESCO para determinar recomendaciones a nivel global en la materia.

La presente tesis analiza las políticas en materia cultural y de contenidos audiovisuales con la intención de compararlas con el diagnóstico de derechos humanos y exponer la situación actual de los ejes que conforman la cultura.

Para tal objetivo: es importante conocer los avances en materia de telecomunicaciones y cinematografía, entendiendo que el producto derivado del cine, habita tanto en las salas, como en la televisión, y se sostiene del avance en las tecnologías de la comunicación para su exhibición.

El análisis de esta investigación revisará por un lado las medidas implementadas por el estado en materia de cinematografía y hará un análisis comparativo con otras naciones a través de los anuarios cinematográficos tanto del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) y los anuarios publicados en: Argentina, España, y Francia (2013), países que han modificado sus políticas cinematográficas de manera sustantiva con la intención de preservar su patrimonio cinematográfico, frente a la fuerte presencia de los productos provenientes de Estados Unidos.

¹ El diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México, fue encargado por la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, el informe se realizó con la colaboración de organizaciones civiles y gubernamentales. Tiene como objetivo contribuir con la sociedad y autoridades, con la misión de encontrar prioridades y a partir de ellas promover leyes, instituciones, programas y procesos que permitan el reconocimiento de los derechos de los ciudadanos.

Asumiendo que el estado ha desarrollado herramientas de medición para conocer los avances en materia de cultura, tales como los anuarios del IMCINE, usaremos éstos para delimitar en que, nos hemos acercado o alejado a las recomendaciones de la Comisión Nacional de Derechos Humanos emitidas en 2003.

Las sugerencias de la CNDH son concebidas como un ideal para preservar la producción y desarrollo de la cultura, entendiendo que no se trata únicamente de ocio y entretenimiento, también es un tema de industria, que genera empleos y permite a los integrantes de cualquier sociedad identificarse con los productos derivados de la producción cultural, por lo tanto es importante que la cultura también debe verse como derecho.

En 2003 la Comisión Nacional de Derechos Humanos publicó su diagnóstico sobre la situación de los Derechos Humanos en México. En su apartado correspondiente a los Derechos culturales, el informe sostiene que todos los ciudadanos tienen el derecho a la preservación, reconocimiento y promoción de la cultura. Las recomendaciones expresan la necesidad de impulsar la creación artística, además de la procuración de los bienes tangibles e intangibles derivados de la misma.

El informe sostiene que en México la cultura es un esfuerzo aislado que no se contempla entre las políticas públicas del Estado, y que la apertura económica y la entrada de capitales extranjeros, ha generado una distorsión de las características de la cultura nacional.

Los derechos culturales son parte integral de los derechos humanos, son indisociables e interdependientes, toda persona debe poder expresarse, crear y difundir sus obras en la lengua que desee y especialmente en la lengua materna, todo individuo tiene derecho a una educación y una formación de calidad que respete su identidad cultural, toda persona debe poder participar en la vida cultural que elija y debe poder escoger sus propias prácticas culturales.

Estos preceptos tienen como objetivo permitir una mayor diversidad cultural y ampliar las posibilidades que se le brindan a los individuos a contar, no sólo con fuentes de desarrollo económico, sino con fuentes para un desarrollo intelectual y

espiritual. (Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México, 2003)

El informe con respecto a México reconoce que existen conflictos de interés y una amplia desigualdad social de diferentes grupos, lo que hace muy difícil crear políticas consistentes en materia cultural, por lo que se recomienda no visualizar a la cultura como un agente independiente, sino observarlo y analizarlo desde los ámbitos políticos, económicos y socioculturales.

De acuerdo con Derechos Humanos, en su diagnóstico de 2003, en México, existía una tendencia discriminatoria por reconocer las diferencias, lo que evitaba contar con una comunicación intercultural y transcultural, por lo que, de acuerdo al organismo, uno de los retos era reordenar los sectores público, privado y social

El informe sostenía que México necesitaba un marco legal más amplio y más claro que le permitiera la protección de los bienes tangibles e intangibles procedentes de los productos culturales, además reconocía en la figura del Estado al encargado de impulsar y fomentar la participación privada, no únicamente en el desarrollo económico de la cultura, sino en el social.

El informe reconoció que era importante evitar políticas que homogenicen la cultura de manera forzada, es decir, no se trata de reforzar emblemas nacionalistas, sino de reconocer la diversidad de culturas de nuestro país intentando acercar las herramientas para la diversificación de la cultura, escuchando y haciendo visibles a todas las expresiones que están presentes en nuestra sociedad.

A través de la participación de todos los entes que conforman a la sociedad mexicana, se propuso romper el estatismo en el que se encontraba la cultura nacional.

En el aspecto legislativo el informé encontró varios temas pendientes por legislar entre ellos estaban:

- a) Falta de leyes claras que reconozcan las diferentes formas de expresión que existen en el país, y que se les brinden igualdad de participación.

- b) Leyes que establezcan reglas claras para la continuidad de políticas en términos culturales, y que permitan continuidad en los programas de desarrollo concernientes a la cultura.
- c) Se necesitan marcos legislativos que reconozcan el disfrute de los bienes intangibles de la cultura.
- d) Falta de normas para la entrada de productos extranjeros que generan distorsiones en la identidad y que introducen modelos ajenos en la cultura.

El diagnóstico reconoció que en México se daban grandes esfuerzos por la conservación del patrimonio, sin embargo estos no respondían necesariamente a programas de desarrollo, de hecho, se sostenía que muchos de los esfuerzos por conservar la cultura han respondido a razones de índole político.

El diagnóstico incluyó propuestas legislativas y no legislativas para el fortalecimiento de la cultura en México, para los motivos de ésta tesis es importante hacer la comparación entre lo que se propuso en 2003 y en lo que se ha avanzado en los últimos 11 años, es por eso que a continuación cito las recomendaciones que se emitieron por parte de dicho organismo.

PROPUESTAS LEGISLATIVAS

Las recomendaciones proponen actualizar las leyes en términos del goce, participación y acceso a la cultura a través de los siguientes puntos:

- Crear modelos participativos para un mayor disfrute de la cultura en el modelo democrático con miras a crear un diálogo intercultural y transcultural que tome en cuenta el punto de vista de todos los que participan de ella.
- Hacer puentes entre la iniciativa privada, la comunidad, sindicatos, actores, medios artísticos y organizaciones civiles para impulsar la cultura, el informe propone la aplicación de incentivos a través de los estímulos fiscales
- Se propone impulsar a las pequeñas y medianas empresas de la cultura creando regímenes fiscales especialmente diseñados para las empresas enfocadas al crecimiento y desarrollo económico de la cultura.

- Los incentivos se proponen en tres aspectos: derechos de autor, reglas claras para la participación de la iniciativa privada, y ampliar los niveles de deducción en los distintos sectores que participan del negocio de la producción cultural.
- Fomentar la inversión privada nacional y extranjera en la empresas de carácter cultural en México, que eviten la monopolización del sector. También se menciona la importancia de crear reglas justas que logren el equilibrio, y no la desaparición de las empresas.
- Crear marcos legislativos de seguridad social para los trabajadores del sector cultural en concordancia con las leyes laborales que rigen al país
- Precisar el carácter de los organismos del estado que norman la cultura, con la intención de fortalecer al instituto encargado de verificar que se cumplan las leyes culturales, de tal forma que se convierta en un organismo capaz de asegurar el acceso a todos los sectores que conforman la cultura en México.
- Definición del patrimonio cultural intangible como mecanismo de preservación ante los procesos de globalización, repercusiones de los mecanismos de comunicación de masas.
- Regulación de las prácticas culturales concretas, preservación de la cultura intangible.

Los puntos aquí descritos como menciona el diagnóstico tienen el objetivo de fomentar avances en las industrias de la cultura, respetando las diferentes expresiones culturales con las que cuenta el país. La tarea del legislativo es demostrar con parámetros claros y precisos, el porqué la cultura debe ser vista como una inversión prioritaria para el desarrollo económico y no un gasto superfluo. (Diagnóstico sobre la situación de derechos humanos en México, 2003)

PROPUESTAS NO LEGISLATIVAS

En esta propuesta se planteó sistematizar los siguientes procedimientos:

- Mantener vigentes los programas de corto y mediano plazo, priorizar los programas por encima de los presupuestos, procurar la permanencia de los proyectos asignando ingresos fijos y no discrecionales a las políticas

culturales, evitar los recortes presupuestales en la materia. Corroborar los gastos culturales con parámetros que nos permitan medir el éxito de las políticas implementadas.

- Establecer mecanismos de asesoría para y de participación al interior de las instituciones, no alejarnos de los análisis realizados por expertos en la materia.
- Promover el acceso al desarrollo tecnológico y a los mecanismos de comunicación para acelerar los procesos de intercambio de información y agilizar los procesos creativos.
- Adecuar las políticas culturales a las diferentes entidades y garantizar el desarrollo de mecanismos de entrega de resultados.
- Definir estrategias de difusión y colaboración tomando en cuenta las opiniones de las comunidades
- Establecer parámetros de selección para los consejeros y coordinadores de la cultura.

Estas recomendaciones sirven para asegurarle al consumidor una oferta equitativa de los contenidos culturales, no sólo aquellos que determinen los dueños de los recursos, sino que se busque fomentar la exposición a todo tipo de proyectos y temas.

EL CONSUMO DE LA CULTURA EN MÉXICO

Una de las constantes recomendaciones de Derechos Humanos es la creación de patrones de medida que nos permitan conocer en qué estado está la cultura, para ello CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) presentó junto al INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) la cuenta satélite de cultura en México, 2008-2011.

La Cuenta Satélite, se llevó a cabo tomando en consideración, las recomendaciones de organismos internacionales especializados en la materia. Los resultados permitieron llegar a una definición de lo que significa “El sector económico de la cultura”, que de acuerdo a lo que dice la cuenta satélite significa: “conjunto de productos y actividades sociales basadas en aspectos creativos y de carácter simbólico (identidad propia), para transformarse a través de un proceso de creación, producción, transmisión, consumo, preservación y formación, en bienes y servicios”.

Principales resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura en México, 2008-2011

Concepto	2008	2009	2010	2011
Participación económica del sector de la cultura en el PIB Nacional (%)	2.7	2.8	2.7	2.7
Puestos de trabajo ocupados remunerados (unidades)	788 094	743 341	776 119	778 958
Valor Bruto de la Producción (A)	476 275	477 352	516 138	562 748
Consumo intermedio (B)	155 797	158 938	167 748	182 841
Valor Agregado Bruto (C=A-B)	320 478	318 414	348 389	379 907

Cuadro 1.1 Fuente:INEGI 2014

De acuerdo con CONACULTA, la intención de hacer el estudio respondió a la necesidad de saber con mayor precisión la aportación que genera el consumo cultural a los ingresos del país.

En el cuadro 1.1 se puede observar que la aportación al PIB (Producto Interno Bruto), en promedio en los cuatro años citados se mantiene en 2.7%, sólo en 2009 se observó un aumento de .1%

El número de empleos fue en aumento a partir de 2009 al igual que el valor bruto de la producción y el consumo intermedio, de la resta de estos dos, se genera el valor agregado bruto, es decir la cantidad de 379 907 millones de pesos, que es lo que recibió el país por la producción y la prestación de servicios relacionados con la cultura.

Contando con la definición del sector económico de la cultura, el INEGI de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2007, citado en: cuenta satélite de cultura de México, 2008-2011 los sectores de actividad económica que contribuyeron en la economía de la cultura son:

PIB de la cultura por sectores de la actividad económica, 2011

Industrias manufactureras (artesanías, disfraces)	25.6%
Otros bienes y servicios (producción de cultura de los hogares y trabajo voluntario en organizaciones de actividades culturales)	21.3%
Comercio	15.7%
Información en medios masivos (edición de libros, periódicos, revistas, música, producción de películas)	15.2%
Servicios profesionales, científicos y técnico (arquitectura, diseño)	8.50%
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos (teatro danza, museos)	7.60%
Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales (gestión pública de cultura)	3.50%
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles (alquiler de teatros estadios)	2.30%
Servicios educativos (escuela de arte)	0.20%
Otros servicios excepto actividades gubernamentales (revelado de fotografías, organizaciones civiles)	0.20%

Cuadro 1.2 Fuentes: SCIAN 2007, INEGI 2014

Los resultados del cuadro 1.2 muestran que: la producción de películas se encuentra contenida en el cuarto lugar por debajo únicamente de las industrias manufactureras, producción de bienes, servicios y comercio en torno a la cultura.

Puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector de la cultura, 2011

Música y conciertos (cantantes y grupos musicales)	1%
Patrimonios (museos sitios históricos)	1.5%
Artes plásticas y fotografía (artículos para dibujo y pintura, servicios de fotografía)	2.6%
Gestión pública en actividades culturales (CONACULTA, INAH, INBA)	5.7%
Artes escénicas y espectáculos (teatro, danza)	6.0%

Medios audiovisuales (Internet televisión)	6.4%
Libros, impresiones y prensa (edición de libros, periódicos y revistas)	6.6%
Diseños y servicios creativos (arquitectura, diseño)	8.6%
Comercio de productos culturales (Libros, música y películas)	18.6%
Artesanías y juguetes	43%

Cuadro 1.3 Fuente INEGI 2014

En lo que respecta a la generación de empleo, dentro de la producción cultural, de acuerdo con el cuadro 1.3, la producción de películas forma el 18.6% y los medios audiovisuales a través de Internet y televisión suma otro 6.4%. En resumen la producción audiovisual representa cerca del 25% de la generación de empleos dentro de la rama de la cultura.

A pesar de representar un 25%, 778, 958 empleos, el gobierno durante el años 2013 decidió reducir el presupuesto de manera drástica a las instituciones públicas encargadas del fomento a la cultura, las relacionadas con la cinematografía y los canales públicos de televisión también se vieron afectados.

En un análisis realizado por Reyes Tépatch (2013) para la dirección de servicios de investigación y análisis del presupuesto Público Federal para la Función Recreación, Cultura y otras manifestaciones sociales, 2013-2014, el presupuesto otorgado aprobado por la Cámara de Diputados en 2013 correspondió a: 28 mil 419.75 millones de pesos, en el 2014 el Ejecutivo Federal propuso la cantidad de: 19 mil 284.32 millones de pesos, y la cámara de diputados aprobó 27mil, 097. 18 millones de pesos.

Clave	Unidad Responsable	2013 PEF	2014 PPEF	2014 PEF	Diferencial 2014 PEF - 2013 PEF	Diferencial 2014 PEF - 2014 PPEF	2014 PPEF / 2013 PEF	2014 PEF / 2013 PEF	2014 PEF / 2014 PPEF
		Millones de Pesos				Variación real.			
Ramo de Educación									
H00	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes	9,127.02	5,260.42	7,128.18	-1,998.84	1,867.76	-42.36	-21.90	35.51
D00	Instituto Nacional de Antropología e Historia	3,391.67	3,520.58	3,520.58	128.91	-	3.80	3.80	0.00
E00	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	2,885.88	2,856.59	2,861.59	-24.29	5.00	-1.01	-0.84	0.18
A3Q	Universidad Nacional Autónoma de México	2,878.19	972.02	972.02	-1,906.16	-	-66.23	-66.23	-
B01	XE-IPN Canal 11	643.07	611.97	611.97	-31.10	-	-4.84	-4.84	-
A2M	Universidad Autónoma Metropolitana	394.11	436.72	436.72	42.61	-	10.81	10.81	-
MDC	Instituto Mexicano de Cinematografía	374.58	343.68	343.68	-30.90	-	-8.25	-8.25	-
MAR	Fondo de Cultura Económica	247.75	237.76	237.76	-9.99	-	-4.03	-4.03	-
MHL	Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.	231.46	200.99	200.99	-30.47	-	-13.17	-13.17	-
F00	Radio Educación	97.32	92.34	92.34	-4.98	-	-5.12	-5.12	-
L6U	Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.	108.51	91.80	91.80	-16.71	-	-15.40	-15.40	-
L8P	Estudios Churubusco Azteca, S.A.	128.39	79.26	79.26	-49.13	-	-38.26	-38.26	-
I00	Instituto Nacional del Derecho de Autor	71.94	71.23	71.23	-0.71	-	-0.99	-0.99	-
L8G	Educal, S.A. de C.V.	64.60	54.64	54.64	-9.96	-	-15.41	-15.41	-
L9Y	Fideicomiso Para la Cineteca Nacional	47.37	47.81	47.81	0.45	-	0.94	0.94	-
L3N	Centro de Capacitación Cinematográfica, A.C.	75.67	42.99	42.99	-32.69	-	-43.19	-43.19	-
J00	Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones en México	41.75	41.84	41.84	0.09	-	0.22	0.22	-
MDI	Instituto Mexicano de la Juventud	24.29	-	-	-24.29	-	-100.00	-100.00	-
MDL	Instituto Mexicano de la Radio	206.68	-	-	-206.68	-	-100.00	-100.00	-
511	Dirección General de Educación Superior Universitaria	139.52	-	-	-139.52	-	-100.00	-100.00	-
Gasto de Educación para Cultura por UR		21,179.75	14,962.64	16,835.40	-4,344.36	1,872.76	-29.35	-20.51	12.52
Provisiones Salariales y Económicas									
411	Unidad de Política y Control Presupuestario	-	-	2,728.53	2,728.53	2,728.53	-	-	-
Gasto de Provisiones Salariales y Económica para Cultura por UR		-	-	2,728.53	2,728.53	2,728.53	-	-	-

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de Servicios de Investigación y Análisis adscrito a la Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis de la Cámara de Diputados con información del Proyecto y el Presupuesto de Egresos de la Federación.
PEF/ Información obtenida del Presupuesto de Egresos de la Federación y corresponde al presupuesto aprobado por la Cámara de Diputados.
PPEF/ Información obtenida del Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación y corresponde al presupuesto propuesto por el Ejecutivo Federal y está sujeto a la aprobación de la Cámara de Diputados.

Cuadro 1.4 Distribución del gasto para la Subfunción Cultura del Ramo de Educación y Provisiones Salariales y Económicas, por Unidad Responsable, 2013-2014 (Millones de pesos y variación real)

Lo que se puede observar en el cuadro 1.4 es la disminución de 1 mil 322.56 millones de pesos y una pérdida de 4.65%, con respecto a lo aprobado en 2013.

El dinero se repartió en los siguientes ramos: Gobernación 86.41mdp, educación pública 21 mil 070.67mdp, y para provisiones salariales y económicas 5mil 940.11mdp.

Este gasto implicó para el gobierno federal invertir el 0.15% del PIB en materia de recreación, cultura y otras manifestaciones sociales. Sin embargo el concepto de: "recreación, cultura y otras manifestaciones" se subdivide en:

a) deporte y recreación: el gasto del PIB fue para dichas actividades de 0.04%

b) cultura: el PIB invertido fue del 0.11%

Por lo tanto del 0.15% del PIB, a cultura únicamente se le otorgó el 0.11% lo que difiere por mucho con el 1% que se recomienda en el diagnóstico de Derechos humanos en la rama de cultura sugerida en 2003.

Es decir a poco más de 10 años de la aparición del documento, México aun se encuentra lejos de alcanzar la meta sugerida por el organismo, marcada como básica para el desarrollo de la cultura.

Sólo en 2013 el Consejo Nacional Para la Cultura y la Artes recibió 1,998.84 millones de pesos, lo que, tratándose del organismo rector de la cultura afecta finalmente a toda la estructura cultural del país. En la rama de contenido audiovisuales: se puede comprobar con el siguiente cuadro la pérdida de presupuesto en el IMCINE con 30 millones menos, El canal Once con 31 millones menos, Televisión metropolitana con 30 millones, etc. Prácticamente todas las instituciones encargadas de la producción audiovisual recibieron disminuciones.

De acuerdo con el diagnóstico hecho por la Comisión Nacional de Derechos Humanos, en el primer punto de las propuestas legislativas se proponía: mantener los programas de corto y mediano plazo, priorizar los programas por encima de los presupuesto, procurar la permanencia de los proyectos asignando ingresos fijos y no discrecionales a las políticas culturales, evitar los recortes presupuestales en la materia y corroborar los gastos culturales con parámetros que nos permitan medir el éxito de las políticas implementadas.

Como se podrá notar en el cuadro 1.4, programas como la restauración de Estudios Churubusco Azteca recibieron el año 2014 con la noticia de contar con 49 millones de pesos menos, lo que pone en riesgo la conclusión del proyecto.

Si partimos de los recortes generados por el ejecutivo, entonces se puede asumir que para el gobierno federal el gasto en productos audiovisuales con motivos culturales no son trascendentes.

Las diferencias presupuestales enfocándonos en el IMCINE refuerzan la falta de políticas que determinen presupuestos menos discrecionales por parte de los niveles ejecutivo y legislativo, la pérdida de 30 millones de acuerdo con el análisis de cuadro 1.4 representaría la disminución en la producción y operación de los gastos del Instituto.

PRESUPUESTOS FEDERALES DEL INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA	
AÑO	PRESUPUESTO
2006	\$246.00
2007	\$276.70
2008	\$247.40
2009	\$358,00
2010	\$389,54
2011	\$315.97
2012	\$428,99
2013	\$373.58
2014	\$343.68
2015	\$329.15

Cuadro 1.5 Fuentes: La Jornada/Anuario IMCINE 2014/INAI/Informe de la rendición de cuentas de la administración pública federal 2006/2012. Cifras en miles de millones de pesos.

El cuadro 1.5 recopila los presupuestos del IMCINE desde el año 2006 en el que empezó el gobierno de Felipe Calderón, hasta el actual de Enrique Peña Nieto.

Es importante mencionar que el dinero en 2006 se gestionó durante la administración de Vicente Fox y el de 2013 bajo la administración de Felipe Calderón.

Lo que podemos observar es que los presupuestos varían mucho y que no existe un parámetro que nos permita identificar porqué se puede pasar de 246 mil millones de pesos a 428 en 2012 y a 329 en 2015.

Lo que sí se puede revisar es el aumento de: 182.99 millones de pesos del año 2006 al año 2012 y la pérdida de 99.84 millones de pesos del año 2012 al 2015. De alguna manera pareciese que el actual gobierno tiene una tendencia a disminuir el gasto en lo que a Cinematografía se refiere.

Aunado a la disminución del presupuesto, el IMCINE parece no contar con el poder suficiente para ofrecer resistencia y pedir que el dinero no sea reducido, pues, su disminución afecta los programas por los que este instituto vela.

Hablando sobre los pendientes del IMCINE y que dejó la administración anterior, la revista Cine Toma (2013), recapitula 47 puntos que la nueva administración debería tomar en cuenta para la pluralización de los contenidos y el sano desarrollo de la industria.

Los puntos que a continuación se mencionarán fueron recolectados de las entrevistas con: actores, directores, productores, distribuidores y funcionarios públicos que durante los sexenios panistas se comprometieron de manera directa o indirecta con la planificación de nuevas reglas para mejorar los mecanismos de competencia del cine mexicano. Desde su perspectiva estos son los pendientes; de los cuales mencionaré los que considero más importantes para esta tesis, sin dejar de decir que todos son de una u otra forma trascendentales para ser tomados en cuenta.

- a) mayor profesionalización de los cineastas, ampliar los profesionales técnicos y administrativos, se propone un sistema cruzado en donde los encargados de estas tres áreas conozcan a fondo los procesos que involucran al cine y cuenten con experiencias compartidas.
- b) Descentralizar la educación cinematográfica.
- c) Mejorar la profesionalización del personal técnico (certificación)
- d) Fomento de la cultura audiovisual entre el público, se propone una materia dentro del plan de estudios básico que se relacione con el audiovisual.
- e) Multiplicación de cinematecas en los centros de estudios.
- f) Inculcar el cine entre los infantes y los jóvenes
- g) Mantener estable la producción del cine nacional, se recomienda conservar el número de producciones que se ha alcanzado hasta el momento.

- h) Se propone replantear el uso de los apoyos, principalmente FOPROCINE (Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad) y FIDECINE (Fondo de Inversión y de Estímulos al cine), si bien es cierto que cada uno es para metas distintas, lo que se sugiere es crear con el dinero recaudado empresas sustentables que incentiven la no dependencia de los productores con el estado.

En este tema vale la pena detenerse un poco, pues incluso hay quienes sugieren la aparición de un Banco cinematográfico, tal y como existía anteriormente.

Incluso se ha llegado a pensar en la desaparición de EFICINE (Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional), pensando en que sería mejor que el dinero a deducir con un máximo de 650 millones de pesos y 50 millones para distribución, funcionen para financiar la tres etapas fundamentales de la cadena: producción, distribución y exhibición, y dejar de depender del arbitrio de la Secretaría de Hacienda, que dicho sea de paso es la que cuenta con un voto de calidad dentro del comité que decide los proyectos que se apoyarán.

- i) Creación de fondos mixtos para la producción con la participación pública y privada.
- j) Obligatoriedad de las televisoras a comprar los derechos de los productos de manera anticipada, fomentando la compra de materiales que se producen de manera independiente, con esto se lograría la pluralidad de los contenidos.
- k) Crear un mecanismo que garantice la proyección comercial de los proyectos.
- l) Búsqueda de un sistema de fondos propios, que elimine en un porcentaje importante la dependencia con el estado. Establecer la obligatoriedad de todos los participantes de la cadena de producción.

- m) Diversificar los apoyos para fomentar la producción de contenidos audiovisuales, y no sólo los determinados como fílmicos.
- n) Desarrollo de investigación en campos como la animación y creación de nuevas tecnologías para el ramo.
- o) Estimular la coproducciones
- p) Buscar mecanismos de estímulo para la distribución de cine. Se menciona crear un sistema de premios, en el que de acuerdo a los números recaudados en taquilla se den mayores cantidades de dinero a la casa productora con miras a la creación de nuevos proyectos.
- q) Garantizar el establecimiento de nuevas cuotas de exhibición
- r) Creación de un canal de televisión para la transmisión de cine mexicano. El ejemplo se podría tomar del INCAA en Argentina, en donde ya se cuenta con una señal dedicada únicamente al cine del país.

Los ingresos en publicidad tanto privada como pública se han convertido en un muy buen aliciente para seguir garantizando la producción cinematográfica en Argentina

- s) Fomentar la cultura transmediática incentivando que el cine y la televisión sean complementarios y no que luchen entre si.
- t) Creación de una plataforma de video On Demand.
- u) Estimular la exhibición de cortometrajes.
- v) Controlar el VPF (Virtual Print Fee), impuesto que se cobra por la exhibición por cada sala de cine. Actualmente el estado no tiene injerencia en el tema y son los exhibidores quienes establecen las cuotas de entrada a los cines.
- w) Crear estímulos fiscales para las pequeñas exhibidoras y ayudarlos con la transición al cine digital.
- x) Conjuntar la ley de cinematografía y la de telecomunicaciones, en una nueva de Audiovisual, que regule el nuevo tránsito de contenidos.

- y) Desvincular a la industria audiovisual del TLC
- z) Crear un único instituto de regulación al audiovisual, unificar al IMCINE con otras dependencias y evitar que se hagan esfuerzos por distintos caminos. Es importante eliminar burocracia y reunir a todos los involucrados en una sola institución, la cual cuente con sub-oficinas encargadas de revisar los temas que competan a cada rama del audiovisual.

Todas las recomendaciones emitidas fueron recapituladas por la revista Cine Toma, con la intención de juntar la opinión de los distintos participantes del sector. (Cine Toma, 2013)

PROGRAMA ESPECIAL DE CULTURA Y ARTE 2014-2018

El actual gobierno comenzó el sexenio con el: Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018. A través de este documento se perfilan las líneas principales de trabajo que tendrá la cultura a lo largo del sexenio.

De acuerdo al Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018, creado bajo los ejes de acción del programa Nacional de Desarrollo, la cultura en la presente administración tiene 5 metas: México en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global. A estas metas se suman otras tres de manera transversal que son: democratizar la productividad, gobierno cercano y moderno y perspectiva de género.

El programa determina las acciones que durante seis años el gobierno federal asumirá para la utilización del gasto público en materia de cultura, los objetivos son 5:

- a) Promover y difundir las expresiones artísticas y culturales de México y promover la imagen del país en el extranjero.
- b) impulsar la educación y la investigación artística y cultural.
- c) Dotar a la cultura de infraestructura con: espacios y servicios dignos y hacer un uso más extensivo de los mismos.
- d) Preservar, promover y difundir el patrimonio y la diversidad cultural.
- e) Acceso universal a la cultura aprovechando los recursos de las tecnologías digitales.

Fundamentado en el artículo 4to de la Constitución Mexicana el PECA (Programa Especial de Cultura y Arte) tiene el objetivo de garantizar el derecho a la cultura, el cual se otorga sin distinción entre los mexicanos.

Si bien es cierto que la constitución señala el acceso igualitario a la cultura y el programa especial de cultura y arte, menciona como parte de sus acciones el fomentar dicho acceso, en la acción no queda muy claro de que manera se alcanzará tal objetivo.

Más allá de que el Diagnóstico de la Comisión de los Derechos Humanos señalara en 2003 que México necesita tener reglas claras que permitan el libre acceso a todos los miembros de la comunidad al goce de la cultura, los planes de desarrollo sólo muestran el reconocimiento de los problemas sin especificar cuáles serán las acciones que permitan la entrada a la democratización de la misma.

Nuevamente, la cultura parece desmembrada. Cómo cada seis años el nuevo responsable llegará con un programa nuevo de trabajo. Las recomendaciones y los informes emanados de la administración anterior pueden tomarse en cuenta, o no. Nada obliga a quienes asumen el puesto a continuar con las políticas del sexenio anterior.

Las recomendaciones que deja el IMCINE y el gremio cinematográfico (directores, administradores y participantes de la industria) coinciden con los cinco puntos básicos del Programa especial de Arte y Cultura), sin embargo de acuerdo con el cuadro 1.4 y 1.5 no se entiende de que manera se podrán lograr si el recurso se sigue reduciendo cada año.

CAPÍTULO IV: LA CINEMATOGRAFÍA MEXICANA A PARTIR DEL TLC Y SU COMPARACIÓN CON OTRAS CINEMATOGRAFÍAS.

ANTECEDENTES CINEMATOGRÁFICOS

A partir de la firma del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) el cine mexicano entró en un declive que lo dejó cerca de su extinción, alcanzando en 1997 la modesta producción de nueve películas mexicanas en todo el año. (Sánchez et.al, 2012) . A partir de esta trágica cifra, el gremio cinematográfico, de la mano de legisladores asumieron la responsabilidad de buscar fórmulas para rescatar el casi extinto, cine mexicano. Las contradicciones entre todos los participantes de la industria han sido históricamente evidentes, y aunque aún no terminamos de ponernos de acuerdo sobre que hacer, por lo menos ya existen antecedentes que nos permiten marcar parámetros claros, sobre hacia donde intentaremos ir.

1992

La adhesión de México al bloque de América del Norte en temas de libre comercio, significó la entrada de los *majors* norteamericanos a las pantallas mexicanas.

Canadá decidió dejar fuera el tema de las industrias culturales, considerando que exponerse al mercado más grande de entretenimiento en el mundo, significaría la pérdida de su patrimonio cinematográfico.

En México, los políticos mexicanos consideraron que la cultura nacional no necesitaba de excepciones, por lo que, a pesar de no formar parte del tratado, se dio por entendido que los productos culturales debían exponerse en igualdad de circunstancias a los productos provenientes de los otros dos firmantes. La libre interpretación del tratado, aunado a Ley Mexicana de Cinematografía de 1992 pusieron contra la pared a la escasa producción del cine nacional. El martes 29 de diciembre de 1992 se decretaba como artículo transitorio que la exhibición de cine mexicano se reduciría de un 30% en 1993 hasta un 10% en el año de 1997. (Ley Mexicana de Cinematografía,1992)

Las políticas neoliberales practicadas en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari obligaron a reducir la burocracia, vendiendo o privatizando aquellas empresas gubernamentales que se encontraban en quiebra o al borde de la bancarrota, entre ellas estaban: La compañía Operadora de Teatros y Películas Nacionales, la primera exhibía la mayoría del cine nacional y la segunda se encargaba de la distribución.

Para 1992 ambas compañías habían desaparecido por su escasa rentabilidad, sin importar el valor que tenían como entidades de fomento a la cinematografía.

El problema del cine mexicano se basaba en su escasa rentabilidad. El Estado se convirtió en el concentrador del cine en su papel de: productor, distribuidor y exhibidor. Las nuevas políticas de libre comercio obligarían a vender las empresas poco rentables y con ello se acabaría la oportunidad garantizada de entrar al mercado de exhibición.

1997

Otra de las modificaciones que influirá en el mercado audiovisual es el que menciona Druetta (1998) sobre los cambios sufridos en temas de copyright en la ley sobre derechos de autor, si bien estos cambios no influyen directamente en las innovaciones tecnológicas o en los cambios de los mercados, si afectó a la cadena de valor al crear una modificación que afecta los ingresos de los creadores, las implicaciones directas fueron: convertir a las obras en producto, con el fin de que quienes así lo decidan, puedan comprar y modificar las obras a través de la adquisición de derechos.

Desde el punto de vista de la autora, los cambios que analiza en su artículo: Medios y Telecomunicaciones en el camino de la desregulación, las modificaciones surgidas en 1992, 1995 y 1997, permitieron abrir el mercado a la globalización, y a la concentración de la propiedad.

Con respecto a los derechos de autor Ernesto Piedras (2004), en su libro ¿Cuánto vale la cultura?,(se enfocó en medir el valor de las obras una vez que estas se convertían en propiedad intelectual, y menciona que: El valor económico de una obra no significa únicamente el valor monetario, la obras fruto de las ideas

del artista también adquieren valía de acuerdo a la relevancia que estas tienen dentro de la sociedad.

2006

Los antecedentes de 1992, 1995 y 1997 muestran hasta ese momento que el mercado audiovisual se compone de un complejo conjunto de actividades, todas, parte de una cadena productiva alrededor de un producto: la imagen audiovisual y la concepción de la misma.

Por lo que en 2006 la preocupación se concentró en revisar los estímulos que ya existían y crear nuevos, como el caso de EFICINE, cuya misión era estimular la producción e incluir a la iniciativa privada en el desarrollo de cine mexicano.

A continuación se describen los apoyos y estímulos coordinados por el Instituto Mexicano de Cinematografía, los cuales siguen vigentes hasta la fecha y que son resultado del esfuerzo para evitar la extinción del cine Mexicano.

EFICINE (Estímulo fiscal a proyectos de inversión en la Producción Cinematográfica Nacional), cuyos antecedentes se remontan a 2003, año en que el presidente Vicente Fox Quezada, por recomendación de la Secretaría de Hacienda propuso la desincorporación, finiquito, extinción o fusión de tres instituciones cimientos del cine mexicano: el IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), CCC (Centro de Capacitación Cinematográfica) y los Estudios Churubusco.

La reacción en esa ocasión, además del gremio, incluyó a las autoridades del Conaculta. Las declaraciones de algunos secretarios como fue el caso de Carlos Abascal (Ex-secretario del Trabajo y Previsión Social), quien consideró al cine como un órgano no prioritario del desarrollo en México, al declarar: “el gobierno federal se concentrará en la administración de áreas estratégicas y en sectores de responsabilidad directa ” (IMCINE-CONACULTA 2012), desencadenó la ira incluso de organismos internacionales que se unieron para evitar la desaparición de los tres órganos.

Tras las intensas protestas y debates en la cámara de diputados, se logró rechazar la iniciativa, que puso en evidencia la falta de comunicación que existía

entre los órganos de gobierno, pues las secretaría de Gobernación junto con el órgano legislativo se mostraron contrariados con las intenciones de la Secretaría de Hacienda, que demostraban una vez más, que el cine no vale por su carácter como ente de cohesión social, sino que, quisieron reducirlo a la visión de negocios y medirlo con las estadísticas de la taquilla, mostrando una cierta ignorancia en temas de cultura.

El otro antecedente que es importante conocer antes de la aparición del EFICINE, hace mención a “El peso en taquilla” . En el año 2004 nuevamente la comunidad cinematográfica mostró su preocupación por la manera en que se obtenían los recursos de FIDECINE, la volatilidad de los gobiernos obligaba a aumentar el presupuesto destinado a la cinematografía dependiendo de las preocupaciones políticas de los gobiernos. Con la intención de garantizar una entrada fija, la comunidad cinematográfica pedía la repartición justa del peso en taquilla, esto implicaba lo siguiente: *“El peso en taquilla es un mecanismo con el propósito de garantizar la continuidad de los recursos públicos para la producción de películas mexicanas, en particular para que el Foprocine cuente con aprobaciones provenientes del sector privado”* (Carmona Álvarez et al, 2012, p.325). Esto implicaba que los *majors* tendrían que desembolsar un peso sobre cada boleto vendido para obtener los derechos de las películas a exhibir.

Por su parte las exhibidoras y distribuidoras se pusieron de acuerdo para ampararse. La MPAA (Motion Pictures Association of America) que asocia a distribuidoras como: Walt Disney, Paramount, Sony, 20th Century Fox, Universal y Warner Bros encabezada por Jack Valenti, tomó la medida como una ofensa argumentando que la intervención regulatoria del estado frenaría las inversiones por parte de la industria cinematográfica norteamericana. Valenti amenazó al gobierno mexicano, y propuso su experiencia en los temas de cine para construir políticas que beneficiaran las inversiones de ambos países en la materia, y confió en el buen criterio de Vicente Fox para que la buena colaboración siguiera adelante, como resultado de esta presión “el peso en taquilla” llegó a la SCJN (Suprema Corte de la Justicia de la Nación), donde finalmente agonizó el derecho a recibir un peso por cada boleto vendido, al argumentar la suprema corte que: distribuidoras y exhibidoras no recibían ningún derecho del Estado, cómo para poderles cobrar un peso por el ingreso de las taquillas. Al final el estado decidió

cargar con el peso en taquilla, creando en 2006 Eficine que permitiría la deducción de impuestos. (La Jornada, 2003)

La creación de EFICINE, se definió entonces como: un estímulo fiscal que se otorga a los productores de largometrajes que consiste en la aplicación de un crédito asignado por un contribuyente directamente al ISR (Impuesto sobre la renta), por un monto determinado.

En total no se pueden exceder de 500 millones y ningún proyecto puede pasar de 20 millones en apoyo por parte del estímulo 226, hoy conocido como estímulo 189. (SHCP, 2013)

Los estímulos ganados en base a luchas protagonizadas por la comunidad cinematográfica y algunos funcionarios que han logrado frenar los atropellos al cine mexicano son apenas parte de lo que se debe entender como un análisis histórico estructural.

Sánchez Ruiz (2003) menciona tomando como ejemplo al cine de Hollywood; que la hegemonía no responde a una fuerza milagrosa, sino que se trata de entender a un proceso histórico complejo en el que se suman distintos factores entre ellos la participación activa del estado ante diversas coyunturas, y el proteccionismo ejercido por los grupos no gubernamentales, los cuales generan una alta concentración del mercado.

Para entender la concentración es importante revisar los anuarios publicados por el Instituto Mexicano de cinematografía de 2010 a 2013, que además de ofrecer datos sobre cinematografía, han ampliado el espectro, analizando a la industria audiovisual en su conjunto

LOS NÚMEROS DE IMCINE EN COMPARACIÓN CON OTRAS CINEMATOGRAFÍAS.

El cine mexicano no es ajeno a los cambios a nivel mundial y ha fundamentado su producción cinematográfica en base a los formatos que se utilizan como estándar en la industria. La transformación se puede percibir en los anuarios que edita el Instituto de Cinematografía desde 2010, lo cuales no muestran

únicamente la adaptación a la digitalización, también reflejan la relación con el consumidor en relación al cine nacional.

El primer anuario editado en 2010 que publicó el IMCINE se basa en los datos que resultaron de la Encuesta Nacional de Percepción y Consumo de Cine Mexicano, de acuerdo al resumen que hace el IMCINE en 2010, en México: 8 de cada 10 ven películas a través de cualquier ventana de exhibición (salas de cine, TV, Internet o Video on demand).

Siete de diez lo hacen a través de televisión abierta, cinco por televisión de paga, tres por compra de DVD, por renta o por piratería y menos de uno ven películas por Internet o sistema VOD; el uso de bluray se encuentra en las mismas circunstancias de bajo consumo.

Estos datos se comenzaron a recopilar en 2010 y de acuerdo a los anuarios publicados desde entonces, hasta la última edición del 2013 las prácticas de los consumidores se han modificado significativamente.

De acuerdo a los datos recabados por el IMCINE el mercado de la cinematografía en México se dividió de la siguiente manera de 2010 a 2014.

DISTRIBUCIÓN DE ASISTENCIA POR PAÍS DE ORIGEN					
	2010	2011	2012	2013	2014
MÉXICO	6.10%	6.76%	4.79%	25%	10%
EUROPA	2.90%	2.90%	6.24%	24%	2%
LATINOAMÉRICA	0.10%	0.11%	0.03%	5%	0.1%
EUA	90.50%	89.13%	88.65%	43%	87%
OTROS	0.50%	1.11%	0.29%	3%	0.9%

Cuadro 2.0 Fuente: Rentrak-IMCINE (2010-2013)

Es notable el dominio del cine norteamericano en México; a pesar del crecimiento en 2013, en 2014, se perdieron 10 puntos porcentuales, mismos que se apropió el cine Estadounidense y que colocó a la cinematografía de ese país nuevamente, como la de más asistencia.

La caída del 2013 muestra la inestabilidad de la industria. Si bien es cierto, que el TLC abrió una competencia desleal con los grandes *majors*, el fenómeno no es

único de México. A continuación observaremos lo que pasó en 2013 en otras latitudes.

El INCAA (Instituto Nacional de Cine y artes audiovisuales) en Argentina tomando en cuenta los datos de distintos institutos cinematográficos tanto en América como en Europa, reportó lo siguiente:

ARGENTINA		
1.-MONSTERS UNIVERSITY F	ESTADOS UNIDOS	3.308.703
2.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	2.597.538
3.-METEGOL	ARGENTINA/ESPAÑA	2.202.625
4.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6 t	ESTADOS UNIDOS	2.119.601
5.-IRON MAN 3 e	ESTADOS UNIDOS	1.838.268
6.-CORAZON DE LEON	ARGENTINA	1.736.779
7.-LOS CROODS l	ESTADOS UNIDOS	1.300.707
8.-RALPH, EL DEMOLETOR u	ESTADOS UNIDOS	1.173.979
9.-GUERRA MUNDIAL Z d	ESTADOS UNIDOS	1.160.201
10.-EL CONJURO o	ESTADOS UNIDOS	1.079.802

2.1 INCAA, Rentrak: 2013

BRASIL		
1.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	7.633.472
2.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	6.989.217
3.-THOR 2: UN MUNDO OSCURO	ESTADOS UNIDOS	4.823.275
4.-MINHA MÃE É UMA PEÇA	BRASIL	4,600,145
5.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	4.521.808
6.-WOLVERINE INMORTAL	ESTADOS UNIDOS	3.955.379
7.-HANSEL Y GRETEL: CAZADORES DE BRUJAS	ESTADOS UNIDOS	3.716.154
8.-RALPH, EL DEMOLETOR	ESTADOS UNIDOS	3.636.679

9.-LOS JUEGOS DEL HAMBRE 2: EN LLAMAS	ESTADOS UNIDOS	3.533.536
10.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	3.290.880

Cuadro 2.2 Fuente: INCAA, Rentrak 2013

COLOMBIA		
1.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	2.286.787
2.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	2.043.193
3.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	1.835.587
4.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	1.750.909
5.-LOS CROODS	ESTADOS UNIDOS	1.450.139
6.-THOR: THE DARK WORLD	ESTADOS UNIDOS	1.348.245
7.-EL HOMBRE DE ACERO	ESTADOS UNIDOS	1.207.286
8.-LOS PITUFOS 2	ESTADOS UNIDOS	1.190.158
9.-EL CONJURO	ESTADOS UNIDOS	1.047.469
10.-HANSEL Y GRETTEL: CAZADORES DE BRUJAS	ESTADOS UNIDOS	1.046.858

Cuadro 2.3 Fuente: INCAA, Rentrak 2013

CHILE		
1.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	1.353.792
2.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	1.106.244
3.-EL CONJURO	ESTADOS UNIDOS	914.490
4.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	897.660
5.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	889.201
6.-LOS CROODS	ESTADOS UNIDOS	805.351
7.-EL CIUDADANO KRAMER	CHILE	702.685
8.-GUERRA MUNDIAL Z	ESTADOS UNIDOS	599.244
9.-UNA AVENTURA EXTRAORDINARIA	ESTADOS UNIDOS	560.277
10.-TURBO	ESTADOS UNIDOS	537.144

Cuadro 2.4 Fuente: INCAA, Rentrak 2013

ESPAÑA		
1.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	2.405.971
2.-LOS CROODS	ESTADOS UNIDOS	2.120.612
3.-EL HOBBIT: LA DESOLACION DE SMAUG	ESTADOS UNIDOS	2.036.241
4.-FROZEN: UNA AVENTURA CONGELADA	ESTADOS UNIDOS	1.985.996
5.-GUERRA MUNDIAL Z	ESTADOS UNIDOS	1.831.361
6.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	1.731.492
7.-LOS PITUFOS 2	ESTADOS UNIDOS	1.647.207
8.-NADA ES LO QUE PARECE	ESTADOS UNIDOS	1.630.547
9.-THE HUNGER GAMES: CATCHING FIRE	ESTADOS UNIDOS	1.611.558
10.-DJANGO SIN CADENAS	ESTADOS UNIDOS	1.552.296

Cuadro 2.5 Fuente: INCAA, Rentrak: 2013

FRANCIA		
1.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	4.549.013
2.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	4.293.719
3.-DJANGO SIN CADENAS	ESTADOS UNIDOS	4.228.975
4.-GRAVEDAD	ESTADOS UNIDOS	4.065.744
5.-LES PROFS	FRANCIA	3.944.000
6.-THE HOBBIT: THE DESOLATION OF SMAUG	ESTADOS UNIDOS	3.771.570
7.-FROZEN	ESTADOS UNIDOS	3.738.385
8.-NADA ES LO QUE PARECE	ESTADOS UNIDOS	3.007.813
9.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	2.994.362
10.-LOS JUEGOS DEL HAMBRE	ESTADOS UNIDOS	2.914.790

Cuadro 2.6 Fuente: INCAA Rentrak: 2013

MÉXICO		
1.-NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES	MEXICO	15.199.633
2.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	13.402.742
3.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	11.805.783
4.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	10.608.829
5.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	10.160.858
6.-LOS CROODS	ESTADOS UNIDOS	7.179.454
7.-NOSOTROS LOS NOBLES	MEXICO	7.136.955
8.-LOS JUEGOS DEL HAMBRE 2: EN LLAMAS	ESTADOS UNIDOS	6.693.398
9.-THOR 2: UN MUNDO OSCURO	ESTADOS UNIDOS	6.628.849
10.-GUERRA MUNDIAL Z	ESTADOS UNIDOS	6.217.462

Cuadro 2.7 Fuente: INCAA, Rentrak:2013

ITALIA		
1.-SOLE A CATINELLE	ITALIA	8.311.255
2.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	2.384.421
3.-IL PRINCIPE ABUSIVO	ITALIA	2.380.475
4.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	2.289.885
5.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	1.970.531
6.-¿QUE PASO AYER? PARTE 3	ESTADOS UNIDOS	1.942.171
7.-DJANGO SIN CADENAS	ESTADOS UNIDOS	1.930.319
8.-FROZEN	ESTADOS UNIDOS	1.869.389
9.-LOS CROODS	ESTADOS UNIDOS	1.699.881
10.-EL HOBBIT: LA DESOLACION DE SMAUG	ESTADOS UNIDOS	1.481.720

Cuadro 2.8 Fuente: INCAA, Rentrak (2013)

URUGUAY		
1.-MONSTERS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	168.793
2.-MI VILLANO FAVORITO 2	ESTADOS UNIDOS	157.241
3.-RAPIDOS Y FURIOSOS 6	ESTADOS UNIDOS	121.512
4.-¿QUE PASO AYER? PARTE 3	ESTADOS UNIDOS	97.552
5.-LOS PITUFOS 2	ESTADOS UNIDOS	84.079
6.-CORAZON DE LEON	ESTADOS UNIDOS	89.912
7.-GUERRA MUNDIAL Z	ESTADOS UNIDOS	77.259
8.-SON COMO NIÑOS 2	ESTADOS UNIDOS	75.617
9.-IRON MAN 3	ESTADOS UNIDOS	72.075
10.-EL LADO LUMINOSO DE LA VIDA	ESTADOS UNIDOS	69.14

Cuadro 2.9 Fuente: INCAA, Rentrak (2013)

En América Latina las políticas económicas neoliberales han sometido a la cultura popular a un mercado de bienes, que generó una inadecuación de los conceptos de la cultura regional. (Giménez 2007)

La democratización de la cultura y el acceso a la misma, depende de las políticas que se asume para permitir; que un mayor número de personas accedan a la cadena de valor dentro del mercado de producción, distribución y exhibición de cine mexicano y al mismo tiempo un mayor número de audiencias accedan al disfrute de los productos culturales.

Si bien el TLC permitió la entrada de los productos Estadounidense sin restricciones en México, en países europeos como latinoamericanos, se puede observar con los cuadros 2.2 a 2.9, que los espectadores tanto en Europa como América Latina reciben la influencia procedente del cine producido en EUA, a pesar de ello existen países que han decidido afrontar la entrada de películas estadounidenses con una postura proteccionista, entendiendo la importancia del cine, no sólo como producto de ocio y entretenimiento, sino como ente formador de identidad.

A continuación se escogieron 4 países que cuentan con un anuario de cinematografía y que revisan las estadísticas en los tres sectores más importantes: producción, distribución y exhibición. A partir de estos tres factores, es posible contar con un parámetro de comparación que demuestre las diferencias entre las políticas de protección y las de apertura comercial.

Aquí valdría la pena mencionar de manera breve la descripción que hace Enrique Sánchez Ruiz (2006) sobre el génesis de la industria estadounidense y la visión de entretenimiento en la que se basa, con la intención de poner en contexto a la mayor industria cinematográfica en el mundo y la manera en que otras cinematografías afrontan a los productos procedentes de Estados Unidos.

Una de las principales características es la transnacionalización de los denominados *majors*; de acuerdo con Sánchez Ruiz (2006) en: El cine Latinoamericano: ¿Mercado de consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?, empresas como Columbia Pictures y Tri-Star Pictures a pesar de estar en territorio estadounidense pertenecen a consorcios de otros países, en este caso ambas marcas son de Sony Corporation (Japón), también se puede observar el caso de Fox Entertainment, del magnate de origen australiano, Rupert Murdoch y que forma parte de New Corp, una de la empresas más importantes en el mercado audiovisual (televisión por cable, video on demand, cine, entre otros), para Estados Unidos tiene poca relevancia la procedencia del empresario, siempre y cuando participe de la economía interna.

Otra gran diferencia entre EUA y los países de Europa y otros continentes radica en la denominación que se da al cine, en el caso de los Estados Unidos se le reconoce como industria de entretenimiento, mientras que en los países de Europa y Canadá, sólo por poner un ejemplo, se les nombra como industrias culturales.

La diferencia entre uno y otro radica en la dependencia con el gobierno y la percepción de la políticas económicas que la rigen, en el primer caso la no regulación es lo que predomina; en el segundo, las políticas implementadas por el estado buscan conservar a la cinematografía como patrimonio, intentando protegerla (proteccionismo), de una probable extinción ante mercados más fuertes.

En cuanto al modelo de negocios, Estados Unidos tiene como prioridad la venta de cine en el extranjero, por lo que a través de políticos y funcionarios, como Jack Valenti ex director de la MPAA (Motion Picture Association of America) se busca ejercer presión para evitar regulaciones que pudieran limitar el libre flujo de los contenidos norteamericanos.

Por otro lado, además de la venta en el extranjero, EUA divide su mercado para evitar que las películas con poco éxito en taquilla se conviertan en pérdidas, a través de la exhibición en distintas plataformas, tales como: la televisión de paga.

Al final, se puede concluir que la maquinaria norteamericana cuenta con amplia experiencia con la cual es difícil competir, por lo tanto, lo relevante es crear fórmulas que se adapten a las condiciones socio-económicas de cada país, en el caso de México, la situación se vislumbra complicada pues se ha imitado casi al pie de la letra el decálogo de producción, distribución y exhibición norteamericano.

Por otro lado existen países que han tomado medidas proteccionistas, no con la intención de evitar los productos norteamericanos, sino con la misión de defender sus industrias, reconociendo en ellas un reflejo de su entorno y su sociedad.

En el caso de esta tesis se toma a Argentina, España y Francia como ejemplo, no sólo por contar con herramientas de medición similares a los anuarios mexicanos, sino por representar un sistema político contrario al del neoliberalismo mexicano.

ARGENTINA.

La ley de cine argentino sostiene en su primer artículo que el cine y las artes audiovisuales son responsabilidad del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales y que funcionará como ente autárquico de la Secretaría de Cultura del Ministerio de Cultura y Educación de la Nación.

El Instituto tendrá a su cargo el fomento y la regulación de la actividad cinematográfica.

De los temas en los que se cruzan las distintas legislaciones esta el correspondiente a cuotas de pantalla. Con respecto al país latinoamericano, las

cuotas de pantalla serán fijadas por el Poder Ejecutivo y por el INCAA, de acuerdo al art 10. de su ley de cinematografía.

Posteriormente en el art.11 se especifica que el porcentaje de pantalla se revisará de manera individual y dependerá de cada película.

En temas de exhibición según el artículo 14 las salas de exhibición serán censadas con el objetivo de verificar que cumplan con los requisitos de confort, proyección, ornamentación y sonido requeridos. De acuerdo con el artículo cada sala será revisada de acuerdo a la comunidad en la que se encuentre, entendiendo que no todas las regiones tendrán la misma capacidad económica.

El art. 15 establece lo correspondiente a la distribución, el número de películas argentinas a distribuir en el año, se determinará a partir de que se conozca el total de recaudación anual. El porcentaje se hará una vez descontado el porcentaje correspondiente a impuestos gravado en la exhibición de cine. Este artículo que puede parecer difuso se aclara en el art. 24 que contempla los fondos para el fomento de los cinematográfico.

De manera expresa el artículo anteriormente mencionado sostiene que los recursos de financiamiento saldrán del 10% cobrado en la boletería de cada localidad. Este impuesto es responsabilidad de los espectadores y los empresarios revisarán que dicho impuesto sea correctamente abonado en las localidades.

El porcentaje del 10% se gravará en todas las películas tanto nacionales como extranjeras, los únicos exhibidores exentos del gravamen será los dueños de los cineclubes.

Los recursos obtenido se transferirán al Banco Nacional Argentino y será dicha institución la encargada de depositar diariamente la cantidad correspondiente, el INCAA será el encargado de vigilar la correcta repartición de los fondos. Posteriormente en el artículo 28 se establece que se hace con el dinero recaudado:

- a) Cubrir los gastos de funcionamiento del INCAA
- b) Otorgamiento de subsidios a la producción y exhibición de películas.

- c) Concesión de créditos cinematográficos
- d) Participación en festivales cinematográficos que determine el INCAA
- e) Repartición de recursos para los festivales que determine la institución
- f) Financiación de las campañas de publicidad y marketing
- g) Mantenimiento de la Cinemateca y del Centro Experimental Cinematográfico
- h) Producción de películas
- i) Determinar un porcentaje para el pago de copias
- j) Otorgamiento de premios para los libros enfocados a la cinematografía
- k) Ayuda social a quienes trabajen en la actividad cinematográfica
- l) El dinero sobrante se transmitirá en automático al siguiente ejercicio fiscal.

El dinero que se entregará en forma de subsidio podrá ser solicitado para la producción o la compra de equipamiento para salas cinematográficas. El monto solicitado tendrá un tope máximo del 50%

Con respecto a las empresas de cinematografía: La ley argentina en su artículo 61 sostiene que toda empresa relacionada con la industria audiovisual deberá estar registrada por el INCAA para poder ser beneficiario de los recursos que otorga el organismo.

En lo que respecta al año 2013, el anuario reporta los siguientes cambios:

Se dio un paso en el apoyo a la industria al decretarla actividad industrial, si bien muchos analistas no saben bien en que cambia la situación del cine argentino, se coincide en que al convertirlo, se les permite acceder a nuevos créditos etiquetados para el rango de "industria".

Otros dos cambios en la cinematografía Argentina fueron: el incentivo para distribuidoras que apoyaran hasta un 50% de películas nacionales, de acuerdo a lo distribuido en el año, el programa Espacios INCAA y la aparición de la señal de televisión: INCAA TV

En el caso del primer incentivo la distribución del 100% del apoyo se maneja de la siguiente forma: un 25% del apoyo se entrega al acreditar el estreno, 25% una vez que se distribuye en Buenos Aires y finalmente 50% al acreditar el estreno en por lo menos 6 zonas del país, además se debe garantizar un mínimo de 6 copias y un máximo de 20.

En el caso de los espacios INCAA, las salas funcionan en comodato. La inversión se realiza en cooperación con particulares, un ejemplo es la sala que menciona el anuario estadístico del propio instituto, la cual lleva el nombre: INCAA-Altos hornos Zapala.

Estas salas dan fuga a la producción de 174 películas argentinas, las cuales no todas cuentan con el éxito con el que contó la co-producción: argentina-española, Metegol (película más taquillera de co-producción argentina-española en 2013)

Por último el gran logro de este año en Argentina es la aparición de la señal de televisión INCAA TV. Funciona a través de la televisión digital abierta y la televisión de paga, algunos ejemplos son los canales: 22.4 de la televisión digital abierta, Cablevisión, DirecTV, Telecentro y en el interior: CCC, Cable Express, Nortelevisa en el NOA, Vía Patagónica y TV de fuego en la Patagonia entre muchas otras.

Por último es importante mencionar la creación de la Gerencia de Fomento a la Producción de Contenido para la Televisión, Internet y Videojuegos, con este apoyo se inició la producción de series para TV de más de 90 capítulos.

Cabe destacar que con la entrada de capital para INCAA TV se ha apoyado un programa de restauración fílmica que permitió rehabilitar la primera película en 3D proyectada en Argentina y que fue restaurada en formato digital con su mezcla de sonido original en 5.1.

FRANCIA

En el caso de los países europeos, sus industrias responden a las reglas de Unión Europea y a las disposiciones locales. En cuanto a las disposiciones de la Unión Europea se hablará posteriormente, centrándonos únicamente en la cuota de contenidos que se exige.

En el caso de Francia el organismo responsable de regular, promover, apoyar, negociar, capacitar y proteger al cine es el CNC (Centre National Du Cinéma et de l'Image Animée).

En el documento: CNC's responsibilities, se describe al centro como: una institución de administración pública, con autonomía legal y financiera, que opera bajo la autoridad del Ministerio de Cultura y Comunicación.

El CNC se encarga de manejar los recursos financieros para las industrias del cine y la televisión en colaboración con el Ministerio de Cultura, ambas oficinas de gobierno repartirán el dinero recaudado de los impuestos etiquetados para los contenidos Audiovisuales.

Las televisoras en Francia tienen la obligación de invertir un porcentaje de sus ganancias en productos fílmicos y audiovisuales. Se establece que el 3.2% debe usarse en filmes Europeos y 2.5% en películas de origen francés. Y otro 16 a 18% se invertirá en trabajos audiovisuales cuya lengua de origen sea el francés. Las televisoras cuya misión es la transmisión de cine (Canal +) tienen la obligación de invertir 20% de sus ganancias en la compra de cine, 12% para películas europeas y 9% de filmes franceses), el cumplimiento de estas obligaciones es revisado por la autoridad regulatoria de contenidos franceses CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel)

En cuanto a los préstamos, en Francia existe algo denominado como "garantía de préstamos". A través de los bancos, las autoridades francesas, tienen la obligación de apoyar cubriendo los riesgos de la producción. El IFCIC (Institut pour le Financement du cinema et des industries), depositará en bancos el dinero que servirá para cubrir hasta un 49% de dicho riesgos.

En materia de impuestos, el gobierno francés otorga estímulos a las y los profesionales de la industria que deseen abrir sus empresas de producción y distribución de cine o contenido audiovisual.

Estos apoyos pueden ser desde créditos, hasta exentar de manera parcial o total el pago del impuesto referente a negocios. También existen subvenciones para la compra y actualización de equipo. Además las empresas privadas que lo deseen

podrán deducir un porcentaje de sus impuestos a través de la inversión en cine o contenidos audiovisuales.

Además de permitir que entren grandes empresas a deducir, también se permite que las personas físicas puedan dar donativos deducibles de impuestos. La cantidad que reciba la producción beneficiada no puede ser de más del 50% del costo total del proyecto, el dinero que se entregue sólo puede ser usado para pagar los “costos elegibles” que determina el CGI, entre ellos están:

- a) usos de estudios cinematográficos o construcción de sets
- b) efectos especiales
- c) maquillaje y vestuario
- d) material técnico para filmación
- e) salarios y costos de personal involucrados en la película
- f) costos de post-producción.
- g) pago de derechos por el uso de material de archivo.

Los apoyos recibidos se pueden combinar con otros y no sólo son para la producción o la distribución, también se pueden solicitar para el proceso de escritura de guión y creación.

Para acceder a estos impuestos se requiere entregar carpetas con la fecha de inicio del proyecto, el plan de trabajo y los presupuestos.

Antes de filmar se deberá tener un preacuerdo con canales de Televisión (Series de televisión), o con distribuidoras (cine) para la posterior explotación del material a producirse.

En el rango de exhibición, también hay ventajas para cines con recaudaciones inferiores a las 5000 entradas por semana y cuyo propósito este clasificado como “casa de arte”, También podrán recibir reducción de impuestos aquellas salas que se encuentren en comunidades con menos de 1000 habitantes y que tengan menos de 2000 admisiones por semana.

Finalmente dentro de la maquinaria francesa de financiamiento al cine están las SOFICAs (Sociétés pour le Financement du Cinéma et de l'Audiovisuel), organismos públicos limitados; su trabajo es el de asesorar a las empresas del audiovisual en materia de incorporación de impuestos a favor del cine. Estas pequeñas sociedades ayudarán con la administración de los fondos obtenidos para la producción de películas, después de 10 años el estatuto de sociedad, obligatoriamente se extinguirá dejando a una cabeza que se encargará de seguir gestionando la empresa recién creada y que se apoyó desde un principio. Se trata de una incubadora para formar una empresa cinematográfica. (Legal Information Department European Audiovisual Observatory, 2007)

Para estas empresas también existe un incentivo que permite la deducción de impuestos para todos aquellos que decidan invertir en la nueva compañía.

Lo antes descrito es lo que se conoce como: “modelo proteccionista francés” el cual sostiene que la diversidad cultural en el cine, debe alcanzar todas las esferas de la cadena productiva; de manera que todos los que quieran participar puedan contar con apoyos que les permitan entrar en el mundo de la creación cinematográfica y audiovisual.

De acuerdo con los datos entregados por el CNC (Centre National du Cinema), el 2013 fue un año difícil. Una nota del diario español, El Mundo, titulada: “También el Cine Francés Lloró”, menciona que a pesar de la reducción del IVA del 11% al 5.5% las taquillas francesas no vieron reflejado el incremento de la audiencia.

La industria de cine francés produce en promedio 200 a 243 largometrajes por año y los ingresos en taquilla rondan continuamente los 200 millones de admisiones, la caída en 2013 representó un 5% menos en venta de boletos, registrando únicamente 193 millones de entradas.

Para las autoridades encargadas del cine en Francia el fenómeno de la caída en el cine francés responde a la falta de películas como: *The artist*, que ganara en 2012 el Oscar a mejor película y que representó grandes ventas en las taquillas del todo el mundo.

Unifrance, instituto encargado de monitorear la venta de cine francés a nivel mundial, reportó una caída drástica del 72% en la venta de entradas para películas francesas durante 2013.

Para la mayoría de las industrias, la caída del cine francés significaría una pérdida mínima, sobretodo si se considera que en la mayoría de los países emergentes (Argentina o México), las cuotas de pantalla rondan, en momentos extraordinarios el 12%.

En 2013 el cine francés acostumbrado a una cuota del 40%, vio caer su participación hasta un 33%.

A pesar de la caída, no existe un pánico entre los distintos organismos que dirigen lo hilos del cine, el riesgo de crear series y películas caras es algo que el mercado de las imágenes francesas se puede permitir, como declara la directora de Unifrance, Isabelle Giordano, el cine busca defender la diversidad del cine y no siempre se tendrá una ganancia.

A pesar del mal 2013, vale la pena voltear al 2012 para entender como funciona el éxito del cine galo.

ESPAÑA

La legislación española en materia de cine, recibió una actualización en el año 2007 , de acuerdo con lo establecido en el preámbulo, la actividad cinematográfica y audiovisual es un sector estratégico de la cultura y de la economía.

En el documento se sostiene que: el avance tecnológico, el desarrollo económico y la creación de empleo, son elementos suficientes para que el estado considere políticas de conservación.

La ley española reconoce a la cinematografía como contenido audiovisual, que formará parte de la integración de la televisión. Esto significa que las televisoras, también tendrán la obligación de participar en la cadena de valor: producción, distribución y exhibición. También se reconoce la tutela del estado para evitar fomentar las prácticas de libre competencia y para regular la denominada: cuota

de pantalla, con la intención de garantizar la presencia en los espacios de exhibición.

De acuerdo con lo establecido en la legislación española, la ley se fundamenta en los objetivos y principios rectores de la Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, adoptada en la Conferencia General de la UNESCO celebrada en París el 20 de octubre de 2005.

Para poder clasificar un producto, es necesario contar con una definición que reconozca el estado. De acuerdo con el artículo cuarto de la ley española sobre cine, la película cinematográfica se describe como: obra fijada en cualquier medio o soporte cuya labor implique un proceso de creación, producción, montaje, y posproducción y que esté destinada en primera instancia, a su explotación en salas de cine.

De las disposiciones generales, concebidas en el capítulo quinto, se emanan las especificaciones necesarias para concebir a una película española como tal. De manera específica se sostiene que: las películas españolas deberán filmarse en territorio español y deberán hablarse en idioma castellano, también es necesario que la película se post produzca en España, salvo en casos donde los procesos que se requieran (técnicos), no estén disponibles en el territorio español, en ese caso se podrá hacer la postproducción en otros territorios de la Unión Europea.

Dentro de los requisitos de ordenación, se menciona como indispensable que todas las empresas interesadas en la rama cinematográfica y audiovisual deberán registrarse en el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, esta disposición se encuentra contenida en el artículo séptimo. Con el registro las empresas podrán solicitar las subvenciones y apoyos que otorga el estado.

Con respecto a la distribución en el artículo 14, los españoles consideran la venta de películas por lote. Quienes decidan participar en esta rama deberán considerar la obligatoriedad de pagar por varios títulos.

En el artículo 18 se menciona la obligatoriedad con la denominada “cuota de pantalla”, el requisito es del 25 por ciento al año. El porcentaje puede ser cubierto considerando documentales, películas de animación, películas que incorporen

sistemas de accesibilidad para personas con discapacidades físicas. Las excepciones son: las películas producidas por las administraciones públicas, las publicitarios o de propaganda de los partido políticos.

Y lo más importante de este artículo radica en un apartado que señala que las cuotas de pantalla se revisarán cuando menos cada cinco años a través del Ministerio de Cultura, con la intención de medir el impacto cultural, económico e industrial.

En España, los incentivos fiscales no son tan significativos como en otros países europeos, lo que se puede financiar corresponde a un porcentaje entre el 18 y el 20%, muy lejano al 40% que se puede alcanzar en Francia. (ABC, 2014)

Además del apoyo a través del uso de impuestos, la ley española cuenta con distintos apoyos para fomentar la creación cinematográfica (artículo 22), los apoyos para guión se entregan a personas físicas, al igual que en los demás países analizados, la selección de proyectos que se apoyan depende de un consejo.

Las ayudas a distribución (artículo 28) se adjudican entregando un proyecto, para el análisis y aceptación de la nueva empresa. El proyecto se somete a un órgano colegiado que revisara lo siguiente:

- a) Calidad e interés de la películas distribuidas
- b) El presupuesto para el plan de ejecución
- c) El espacio geográfico donde se tiene pensado distribuir
- d) Su experiencia en el ramo.

Los apoyos a exhibición (artículo 29) favorecerá a aquellas salas que de su programación anual apoyen en un 40% a los largometrajes, comunitarios e iberoamericanos en su programación. También se tomará en cuenta a aquellas salas que conserven películas españolas por más de tres fines de semana en las salas.

La ayuda también se podrá solicitar para las adecuaciones tecnológicas y para equipamiento que permita el acceso a personas con capacidades diferentes.

Como parte de los apoyos complementarios la ley de cine español en su artículo 31 menciona la posibilidad de pedir ayuda para gastos de envío y apoyo en pasajes de avión a aquellos que queden seleccionados en algún festival. (LEY 55/2007 de Cine)

En 2011, el último boletín de resultados del ICAA (Instituto de la Cinematografía y Artes Audiovisuales, en España) se reportó una audiencia de 98.34 millones de espectadores cifra que bajó en 2012 a 94.6 millones, generando una pérdida cercana a los 4 millones de consumidores.

En millones de euros la caída en la audiencia significó una pérdida cercana a los 15 millones . A pesar de los malos datos en el consumo de cine, los que hacen referencia a la asistencia de películas españolas, no han sido malos, de hecho mostraron un incremento de espectadores, pasando de 15.52 millones a 18.28 en 2012. Los recursos obtenidos en taquilla pasaron de 99.14 a 199 millones. La cuota de mercado también presentó un avance, mejorando su porcentaje de 15.59% en 2011 para pasar a 19.52% en 2012.

El cine norteamericano sigue siendo el cine dominante con un 59.53%, mientras que el cine procedente de la Unión Europea significó 36.84% de las preferencias de pantalla, superando el 28.8 de la cuota de mercado en 2011.

El crecimiento de algunas cinematografías en comparación con la industria dominante Norteamericana, según Villanueva y Monsoncillo (2003) se debe principalmente a cuatro ejes:

- a) Mantener los sistemas de protección al cine ya existentes en la era analógica,
- b) Aprovechar las ventajas de la digitalización. (mejor tecnología e innovación),
- c) Proteger la creación y la propiedad intelectual
- d) Fomentar entornos económicos y políticos positivos.

Si tomamos en cuenta los cuatro puntos propuestos por ambos autores y las recomendaciones que dieron Derechos humanos, podemos analizar que las cinematografías en el mundo buscan democratizar el acceso a la industria, sin embargo, mientras algunas, como es el caso de Argentina, Francia y España

blindan sus sistemas con apoyos gubernamentales, en México tendemos a un libre comercio con poca protección de nuestra cinematografía.

UNIÓN EUROPEA

Además de las leyes, reglamentos e instrumentos de regulación de cada país europeo, existe la protección de la cultura dentro del marco de la Unión Europea.

Todos los países pertenecientes, por obligación, deben transmitir a través de sus televisoras un porcentaje de contenido europeos, con esto se refieren a que: además de la exhibición de sus propios contenidos, existe una obligación por diversificar la cultura de todos los países.

A través de los manuales: Comprender las políticas de la Unión Europea (2014), se da a conocer el funcionamiento de UE, en distintas materias, en lo que corresponde a la cultura y el audiovisual, el manual sostiene que la subvención de la cultura es obligación de todos los países miembros, bajo el entendido que la cultura es un patrimonio de todo el continente.

La Unión Europea cuenta con fondos propios que garantizarán la repartición de recursos a todos los países. Los recursos etiquetados para toda la cadena de valor: producción, distribución y exhibición, incluyen programas de capacitación para la creación de profesionales en las distintas ramas de la industria audiovisual.

La intención de los organismos que conjugan a Europa, se dirige principalmente al apoyo de jóvenes emprendedores que deseen impulsar empresas dentro de los ramos audiovisuales.

Dentro del programa: Europa Creativa, impulsado por la Unión Europea se reconoce la necesidad de colaborar con el avance de la digitalización del cine. Además se busca reforzar la creación de nuevas audiencias que conozcan cada vez más la oferta audiovisual que ofrece cada país y Europa en su conjunto.

El problema más grande que actualmente enfrenta la Unión Europea se enfoca en incentivar la confianza de las entidades financieras (bancos) para facilitar los préstamos a las nuevas empresas culturales. Para la Unión es importante que los bancos entiendan mejor al sector de la cultura y se creen herramientas

específicas para el préstamo de fondos. (Comprender las políticas europeas2014)

MÉXICO, ANÁLISIS COMPARATIVO CON LOS MARCOS LEGALES DE ARGENTINA ESPAÑA Y FRANCIA.

La ley mexicana de cinematografía data de 1992, desde entonces se le han hecho modificaciones en 1999, 2006 y 2010.

De acuerdo con el artículo primero de dicha ley, su misión es apoyar la producción, distribución, comercialización, y exhibición de películas, así como el rescate y preservación.

El artículo quinto reconoce como película: la obra cinematográfica que contenga una serie de imágenes asociadas, plasmadas en un material sensible idóneo con o si sonorización incorporada, con sensación de movimiento, coordinadas por un director con el fin de proyectar en salas cinematográficas para su reproducción, venta o renta.

En ningún momento este artículo habla de cadenas de valor o de una industria económicamente activa, tampoco reconoce los procesos creativos, que sí reconoce la ley española al decir que las películas son resultado de un proceso de producción, dirección, edición o montaje y postproducción.

A diferencia de Argentina, Francia o España, que se manejan a través de Ministerios de Cultura y que reconocen a sus institutos como independientes, en México la Secretaría de Gobernación es la instancia de mayor jerarquía que podrá llamar a rendir cuentas a productores, directores y exhibidores que se les solicite.

El hecho de que sea la secretaría de Gobernación la autoridad reinante, por encima de las Secretaria de Educación Pública (SEP), Consejo Nacional para La Cultura y las Artes y el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), afecta gravemente, no sólo la censura de los materiales, también incrementa de manera significativa la burocracia y deja relegado a los institutos encargados de preservar y fomentar la cultura al papel únicamente de promotores y administradores de la cultura.

En materia de Producción son sólo tres artículos (13,14 y 15) que determinan las aptitudes de quienes quieran producir cine en México.

El primero de los tres únicamente reconoce al productor de la película como persona física o moral, que asume las responsabilidades del desarrollo de la película cinematográfica.

La distribución se contempla en los artículos 16 y 17 de la ley, únicamente se especifica que se trata de la actividad que pone a disposición de exhibidores y comercializadores las películas cinematográficas producidas en México o en el extranjero para su reproducción en cualquier medio.

Con respecto al artículo 17 se menciona que no deben existir restricciones para el suministro de películas a los exhibidores y comercializadores, sin que exista una causa justificada y en caso de que exista alguna negativa para la venta de materiales, se deberá revisar la Ley Federal de Competencia Económica.

Lo correspondiente a la exhibición se encuentra contenido en los artículos del 18 al 27, quizás donde más se profundiza en la ley de cinematografía.

Artículo 18, especifica que la exhibición es la mercantilización de cualquier película de cuya reproducción se obtiene un beneficio económico, a través de materiales que pueden ser: cualquier disco laser, video-salas, transmisión en cualquier pantalla o a través de cualquier mecanismo digital, o medio de comunicación conocido o por conocer.

El artículo 19, el más polémico, se refiere al 10% de la cuota de pantalla y a la obligatoriedad de tener a las películas mexicanas por lo menos una semana.

Artículo 20. Los precios de las entradas se delimitan libremente.

Artículo 21. Ninguna exhibición pública en salas de cine o en espacios que funcionen como tal, podrán mutilar o censurar la película, previa autorización de los realizadores.

En el caso de la televisión se tendrá que revisar los reglamentos dispuestos para la materia.

En el 23 se especifica que las películas deberán ser dobladas con la intención de conservar la identidad lingüística del país. Exceptuando los casos especificados en el artículo 8.

Sobre los estímulos fiscales contenidos en los artículos: 31, 32 y 33 de fomento a la industria cinematográfica se especifica que quienes apoyen la producción, distribución o exhibición realizada por estudiantes mexicanos recibirán estímulos fiscales determinados por el Ejecutivo Federal.

También se podrán recibir estímulos fiscales para aquellos que decidan invertir en una sala de exhibición cuyo fin sea la promoción del cine nacional o extranjero.

Para la producción (artículo 34 y 35) se creó un fondo denominado FIDECINE que será un apoyo permanente por parte del gobierno.

El fondo se conforma de:

- a) Aportación del Gobierno Federal
- b) El presupuesto que marque los egresos de la Federación
- c) Las aportaciones de los sectores: público, privado y social
- d) Recursos que se generen por los derechos de la cinematografía
- e) Las inversiones del fideicomiso
- f) Dinero generado por las multas impuestas en el sector

Los fondos serán otorgados y regulados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y será a través de Nacional Financiera que se otorguen dichos fondos.

Artículo 37. Los fondos se otorgarán de acuerdo a un Comité Técnico conformado por un miembro de las siguientes instituciones: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, IMCINE, Academia Mexicana de Ciencias y Artes Mexicanas, Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, de la República Mexicana, un productor, un exhibidor y un distribuidor, a través de sus organismos representativos.

De los artículos 41 a 58, se especifican las autoridades competentes con poder

jurídico encargadas de revisar el cumplimiento de lo antes descrito, en este aspecto sólo se reconoce a dos autoridades: La Secretaría de Educación Pública y La Secretaría de Gobernación, la cual se basará en los dictámenes de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

Las diferencias entre los tres países y México se pueden centrar en algunos puntos primordiales y que se mencionaron con anterioridad en los puntos citados por Cine Toma (2013) para remarcar los pendientes de la Cinematografía Mexicana, sin embargo hay algunos puntos que desde mi consideración se deben agregar y son los siguientes:

a) Considerar la creación de una Secretaría de Cultura, de los tres países revisados, todos cuentan con ministerios de cultura y a su vez con institutos, consejos o centros encargados de salvaguardar el bienestar de sus respectivas cinematografías. Aunque México cuenta con el IMCINE, es indispensable ampliar sus facultades y darle mayor poder sobre la regulación del Audiovisual en México

b) Exceptuando a México los otros tres países reciben dinero directo de un impuesto integrado en los boletos. En el caso de Argentina se recauda de las entradas , al igual que España. En el caso de México el boleto no considera una cuota para la cadena de valor, y además el costo del boleto es una libre regulación entre los exhibidores, lo que genera un trato desigual para los pequeños centros de exhibición.

Ej: Cine Tonalá o el IFAL (Instituto Francés para América Latina), para recuperar el costo de su equipamiento tiene que cobrar 50 pesos, mientras que las grandes cadenas a través de sus salas de arte pueden dar las entradas en 45 o crear descuentos que alcanzan los 35 pesos, generando una competencia desleal, pues un boleto más caro hace menos accesible a las salas independientes.

c) En los casos de los tres países estudiados se dan exenciones en el pago de impuestos, en México no se especifica claramente como se puede apoyar a las salas independientes a solicitar dinero o acceder a los fideicomisos para equipar a las salas.

Mientras en Argentina el INCAA reporta apertura de salas en colaboración con particulares a través de deducción de impuestos, España y Francia dejan de cobrar impuestos a salas cuya programación contenga películas que se consideren indispensables para los países o para salas clasificadas como cineclubes, en el caso de Francia incluso quedan libre del pago de impuestos las que cuenten con pocos espectadores.

d) En las tres leyes se incluye reglamentación correspondiente a la responsabilidad de la televisión, en el caso de México, es necesario acudir a la legislación en telecomunicaciones, para intentar entender como se insertan los derechos y obligaciones del cine en la televisión. En otro capítulo se revisará éste pendiente.

e) El tema de la concentración de poder se especifica en las tres legislaciones, mientras que en la ley mexicana no existe ningún apartado claro, sobre cómo deben regularse los monopolios. En los tres países aunque esta permitido la participación de las cadenas de televisión en las ramas de distribución y exhibición, existen apartados que condicionan a los dueños o directores de las cadenas a comprar y exhibir los derechos de los productos independientes.

En México tales reglas no existen y Televisa, dueña de Videocine, funge como distribuidora y productora, por lo tanto el monstruo de la televisión no esta obligado a comprar ningún tipo de contenido que no sea el suyo.

En el mismo caso esta Cinépolis que ahora cuenta con su distribuidora y su productora, que además participa en las convocatorias de EFICINE, FIDECINE Y FOPROCINE para comenzar a producir sus películas, al mismo tiempo que las distribuye. De esta manera la pluralización de los contenidos, es nula.

En las tres leyes se habla de la formación de profesionales, y aunque la ley mexicana establece que se debe dar apoyos para tal objetivo, no se especifica bien cuales serán esos incentivos, por lo tanto, mientras en Francia y España queda claro que es importante la formación de empresas y sociedades, en nuestro país no existe ni siquiera un registro serio de todas la empresas que hay dando servicios cinematográficos. En México apenas se consideró a la formación cinematográfica como licenciatura y no como diplomado

LA CONCENTRACIÓN DE LA EXHIBICIÓN EN MÉXICO

Para Ana Rosas Mantecón en su artículo Las Batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México (2004), la entrada de capitales privados en las salas de cine evitó la extinción de la exhibición de cine mexicano. De acuerdo con lo publicado en su artículo; el fin de la regulación del precio de los boletos y la mejora en el servicio de exhibición atrajeron a la audiencia que se había alejado de las salas de cine.

Parafraseando a Sánchez Ruíz en el texto de Ana Rosas Mantecón (2004), el cine mexicano debió su repunte a la subordinación al mercado mundial de mercancías audiovisuales. México, es un país que exporta material audiovisual principalmente: telenovelas y películas a otras partes del mundo, aunque su consumo lo exporta principalmente de Estados Unidos del cual obtiene aproximadamente un 85% de los contenidos para cine y televisión

La aportación del estado, como ya hemos mencionado se redujo a partir de las políticas de apertura de mercado generadas por el TLC, no todo fue culpa de esa apertura, antes de que se decidiera la entrada de transnacionales, los sindicatos y la burocracia que permeaba al cine nacional impedían en muchas ocasiones el desarrollo de la industria.

La llegada de las salas multiplex crearon una nueva forma de consumo, en la que las grandes salas fueron vendidas para convertirse en complejos de salas pequeñas o desaparecieron. Los cines de barrios, cineclubes, salas independientes y los espacios de cine de arte, seden su espacio para una oferta con contenidos netamente norteamericanos.

De acuerdo con Jordi Borja (2004) citado en Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos de cine en México, las salas de cine dejaron de ser espacios inclusivos, con poca diversidad de contenidos, en la que poco o nada se fomenta el espacio multicultural, democrático, interactivo y significativo de la sala de cine.

Hoy las salas de cine se encuentran dentro de inmensos centros comerciales que se enfocan en estimular el consumo ofreciendo una gran gama de productos.

Se puede observar que las dos grandes cadenas de cine Cinemex y Cinépolis están concentrando sus esfuerzos en crear experiencias cinematográficas diversificando sus productos: Salas 2D, 3D, IMAX y 4DX, además cuentan con salas VIP con costos más elevados y que hacen una diferencia en el servicio al personalizar el consumo con asientos exclusivos, meseros y venta de alcohol.

Las Palomitas y Refrescos como menciona Frederic Martel (2010) han jugado un rol importantísimo en la historia de los multicinemas. Se trata de productos cuyo costo es muy bajo, pero su margen de ganancia es altísimo, el autor considera que es de un 90%, incluso sostiene que los planes económicos de los cines se crean alrededor de estos productos. Además del costo reducido, en el caso del refresco, también se paga por las concesiones, las cuales se firman con cláusulas de exclusividad.

Siguiendo con México, de acuerdo con Rosas Mantecón (2004), que cita a Candelario Valencia, director de dulcerías de Organización Ramírez, para 1998 la entrada de recursos por concepto de dulcería representaba el 49% de los ingresos totales de la empresa.

Los grandes multiplex no optaron únicamente por el cine comercial, también constituyeron el concepto de salas de arte, las cuales se encuentran tanto en Cinemex como en Cinépolis, expandiendo así su oferta en el mercado de la exhibición de contenidos.

A pesar de la diversificación de productos que se ofrecen en las salas multiplex, el acceso al cine sigue perteneciendo a grupos sociales determinados que se ubican principalmente en la clase media y alta del país, alejando significativamente a las clases trabajadoras y obreras.

De acuerdo a los datos estadísticos del IMCINE los boletos han tenido los siguientes costos promedio de 2010 a 2013:

COSTO PROMEDIO DE ENTRADAS	
AÑO	PRECIO
2010*	43.88
2011*	43.89
2012	46.78
2013	47.08
2014	NA

Cuadro 3.1 Fuente: Anuarios estadísticos IMCINE/Rentrak: 2010-2013.

*Los dos primeros años corresponden al porcentaje de películas en 35mm, la digitalización de las salas comenzó de manera significativa en 2012 y fue en 2013 que se tenía más del 80% de las sala con dicho formato.

Como menciona Ana Rosas Mantecón una manera de observar la democratización del acceso al cine se puede observar comparando el costo promedio de entrada con la percepción promedio del salario mínimo

De acuerdo con una nota del diario El Universal (Verduzco, 2014), citando a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos en un estudio del organismo para medir el nivel de ingreso, se señaló que México ocupa el tercer lugar en la desigualdad de los ingresos. De acuerdo con datos del INEGI (2013) citados en el mismo diario el salario mínimo es de 67.29 pesos, en este rango esta el 13% de la población ocupada, por lo que el acceso al cine para una familia de bajos recursos se convierte en un artículo de lujo.

La baja recuperación de audiencia, explica Mantecón (2004) se debe a los precios estandarizados que establecen las distribuidoras, obligando a los pequeños exhibidores con inferior infraestructura a estandarizar los precios de sus entradas, esto se une a la recepción de materiales con uno o dos meses de retraso a partir de la fecha de estreno, lo que ha generado grandes vicios que han obligado al cierre de salas en toda la república.

La distribuidoras no son las únicas responsables de la falta de la democratización del cine, las exhibidoras cuya historia se ha convertido en una concentración de

mercado ha llevado a la extinción a los pequeños exhibidores, los antecedentes son los siguientes:

El desarrollo de los complejos de multicinemas se remonta a 1995 año en que la oferta de salas de cine fue cubierta por el concepto de salas múltiplex.

Cinemark (1995), la empresa de capital estadounidense, abrió en la Ciudad de México su primer complejo en el Centro Nacional de las Artes. En agosto del mismo año apareció Cinemex, concepto creado por dos mexicanos y un norteamericano recién egresados de Harvard y que veían la posibilidad de entrar en un mercado virgen que acababa de ser desmembrado por el gobierno en turno, dejando el terreno fértil para la llegada de capital privado, en la que aún faltaba el arribo de la empresa más importante de exhibición de cine en México: Cinépolis, empresa familiar fundada en la ciudad de Morelia en 1947.

Mientras los tres complejos de multiplex multiplicaban sus salas de cine en el país, el cine mexicano se enfrascaba en conseguir fondos para su producción.

A partir de 1995 con la entrada de Cinemark y la posterior adhesión de Cinemex y Cinépolis la concentración cambió de manos.

Actualmente el país únicamente cuenta con dos grandes cadenas. El 15 de noviembre de 2013 la recién creada CFCE (Comisión Federal de Competencia Económica), dictaminó que la poca cuota de mercado que generaba Cinemark, menos de 10%, era un factor importante para autorizar la venta del consorcio a la cadena Cinemex, que se adjudicó 31 establecimientos y 290 salas. Con esto el 95% de las salas de cine en México pertenecen a Cinépolis y Cinemex. (CFCE, 2013)

Una de las afectaciones al desaparecer al consorcio americano fue la pérdida de la jornada "Cinemark a la mexicana" que durante los días del festejo de la independencia proyectaba cine mexicano en todas sus salas, el dinero recaudado durante el 15 de septiembre iba al fondo del FIDECINE. (Vélez en Cinepremiere, 2010)

CUOTA DE MERCADO POR EXHIBIDORA (2010-2013)					
	INGRESOS 2010	INGRESOS 2011	INGRESOS 2012	INGRESOS 2013	INGRESOS 2014
OTROS	6%	6%	4%	NA	NA
CINEMARK	6%	6%	5%	NA	NA
CINEMEX Y MMC	26%	27%	27%	NA	NA
CINÉPOLIS	61%	62%	64%	NA	NA

Cuadro 3.2 Fuente: IMCINE/Rentrak (2010-2013)

CUOTA DE ASISTENTES (2010-2013)					
	ASISTENTES 2010	ASISTENTES 2011	ASISTENTES 2012	ASISTENTES 2013	ASISTENTES 2014
OTROS	8%	8%	5%	NA	NA
CINEMARK	6%	6%	6%	NA	NA
CINEMEX Y MMC	27%	28%	29%	NA	NA
CINÉPOLIS	58%	58%	60%	NA	NA

Cuadro 3.3 Fuente: IMCINE/Rentrak (2010-2013)

CUOTAS DE PANTALLAS (2010-2013)					
	PANTALLAS 2010	PANTALLAS 2011	PANTALLAS 2012	PANTALLAS 2013	PANTALLAS 2014
OTROS	13%	12%	10%	NA	NA
CINEMARK	6%	6%	6%	NA	NA
CINEMEX Y MMC	33%	34%	36%	NA	NA
CINÉPOLIS	47%	48%	49%	NA	NA

Cuadro 3.4 Fuente: IMCINE/Rentrak: (2010-2013)

CUOTA DE MERCADO POR EXHIBIDORA (2010-2013)					
	CINES 2010	CINES 2011	CINES 2012	CINES 2013	2014
OTROS	24%	23%	19%	NA	NA
CINEMARK	6%	6%	5%	NA	NA
CINEMEX Y MMC	29%	30%	33%	NA	NA
CINÉPOLIS	41%	41%	42%	NA	NA

Cuadro 3.5 Fuente: IMCINE/Rentrak (2010-2013)

Como se mencionó con anterioridad la venta de Cinemark se concretó en noviembre 2013, por lo que los datos fueron omitidos en el anuario de ese año. En el anuario 2014, los datos comprendidos en los cuadros 3.2 a 3.5, también se omitieron.

A diferencia de México, en Argentina durante 2013 el 50.21% se repartió en tres empresas exhibidoras: Hoyts, Cinemark y Village. Riocin S.A. de origen argentino, se ubicó en el quinto lugar de espectadores, su participación implicó un 2.43% de mercado en 2013

Otro 25.33% de la exhibición en Argentina se encuentra concentrada en 9 empresas, mientras que el 24.46% restante se divide en 227. (INCAA 2013)

En Argentina las salas pertenecientes al INCAA, concentran el mayor número de estrenos por encima de las salas de capital privado.

En Francia se tienen registradas 10 compañías que poseen más del 1% del total de la exhibición, la más representativa es Les Cinemas Gaumonth Pathé con 13.5% le sigue CGR y con 7.8, en total estas 10 empresas concentran el 60.74% de los ingresos de taquilla. (CNC 2014)

	2009	2010	2011	2012	2013
Cap Cinéma	1.4	1.4	1.3	1.6	1.8
CGR	6.9	7.2	7.6	7.7	7.8
Ciné Alpes	2.7	2.6	2.6	2	1.7
Les Cinemas Gaumont Pathé	13.8	13.9	13.9	13.7	13.5
Kinépolis	1.6	1.6	1.6	1.6	1.5
Megarama	1	1.1	1.1	1.5	1.5
MK2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2
SAS Cinéville	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7
UGC	6.8	6.7	6.7	6.9	7
UGC Méditerranée	1.1	1.1	1	1	0.9

Cuadro 3.6 Fuente: Centre National Du cinema: 2013

En el caso de España el mercado de exhibición se distribuye en un grupo de empresas españolas y extranjeras. De acuerdo con un artículo del diario El Confidencial, la mayoría de las pantallas las ostentan los siguientes grupos: Cinesa, Ábaco Cinebox, Cine Sur o Verdi. Con operaciones en Barcelona, Cinesa, es una empresa fundada en 1989 por las majors Paramount y Universal que buscaba entrar al mercado europeo, principalmente al Reino Unido.

Los grupos mencionados representan un 60% del negocio, el otro 40% esta formado por pequeños cines, algunos de ellos son filmotecas y otros son de pequeños exhibidores independientes en peligro de extinción.

En los tres casos expuestos: Argentina, España y Francia, el mercado de la exhibición busca evitar la monopolización. La competencia permite que los contenidos nacionales tengan cabida entre la gama de oferta que existe para exhibir.

En México el claro dominio de Cinépolis y Cinemex limita la entrada de muchos títulos que no comparten la visión de contenidos que existe al interior de estos corporativos.

A pesar que desde 2012 la comunidad cinematográfica, el gobierno (poder legislativo) y la voluntad de algunos empresarios han logrado evitar la desaparición del cine en México, aún queda la duda de porqué la distribuidoras no han querido negociar la repartición equitativa del capital recaudado en taquilla , y que mantiene al cine mexicano en vilo cada vez que se aplica un recorte presupuestal en cultura.

El 21 de mayo de 2013 en un reportaje del diario a.m. de León y tomado de la agencia reforma, Mario Colín explica como una película como Nosotros los Nobles que según Canacine recaudó la cifra record de 290 millones de pesos, ha sido un negocio en el que los productores, quienes asumen el riesgo o fracaso de la cinta, fueron los menos beneficiados en la repartición de cada peso que se ingresó.

La nota explica que del dinero recaudado entre un 50 y 60% va al exhibidor, un 30% es lo que puede alcanzar la distribuidora y sólo el 10% el productor.

Mario Colín cita una frase de Miguel Rivera director de programación de Cinépolis “Ninguna de las otras partes del círculo ponen tanto dinero como los cines”. (Colín, 2013)

Lo declarado por Rivera no concuerda con la visión de los directores, quienes en los últimos años a pesar del apoyo de los fideicomisos se han tenido que enfrentar a una nueva cuota: el VPF (Virtual Print Fee) por sus siglas en inglés y que ocasionó hace algunos meses un fuerte problema con el director del documental: Cuates de Australia, Everardo González.

Antes de explicar el enojo del director, es importante saber que es el VPF. El pago por copia digital se creó en Estados Unidos con la intención de distribuir de manera equitativa el ahorro que generaban los nuevos formatos.

Los estudios dejaron de enviar por paquetería los negativos impresos, además de que se ahorraban el costo del negativo, los archivos digitales, que sólo requieren una conexión de Internet sólida y conservar en un disco duro un master para futuras ocasiones. Por otro lado las exhibidoras se vieron obligadas a cambiar toda su infraestructura: pantallas, proyectores, servidores, sistemas de 3D. (Mkpe, 2013)

Mientras la duración de un proyector de 35mm sin cambiar piezas se estimaba en 30 años, la de un proyector digital se cree que oscila entre los 8 y 10 años antes de reemplazar la lámpara, esto implicaba un gasto mayor para los dueños de las salas, además, sería necesario contar con un servidor eficiente conectado a Internet para transferir los archivos; debido a esto, las grandes cadenas de exhibición decidieron cobrar una cuota a las distribuidoras por copia digital y crear un: *“fee per booking”*, con lo que se podía amortizar la digitalización de las salas. (Tyson, 2013)

En los últimos años en Estados Unidos la distribución de las ganancias se acuerda entre el distribuidor y el exhibidor. A diferencia de México el distribuidor tendrá una ganancia aproximadamente de entre el 80 y 90% sobre los boletos vendidos en taquilla; de esta entrada, se descontará una cantidad negociada por la sala de exhibición, el VPF. Posteriormente el dinero recibido por parte de la distribuidora va en detrimento conforme pasan las semanas y el del exhibidor aumenta de acuerdo al tiempo que dure la película en taquilla

Las cuotas pueden variar dependiendo lo que se acuerde previamente al estreno comercial entre las tres partes. (Tyson, 2013)

El caso de Cuates de Australia, que anteriormente mencionaba, la omisión de leyes por parte del estado y la falta de voluntad de los particulares, dejan desprotegidos al dueño de la obra, en donde finalmente no puede interceder por el maltrato de su película

En febrero de 2013, Everardo González denunció por medio de Twitter que su cinta, Cuates de Australia, había sido sacada del circuito pactado entre la distribuidora y la empresa exhibidora, a través de mensajes, el director denunció que su documental saliera del complejo de Interlomas, antes de la semana de exhibición, la cual por ley (art.19 LMC), es lo mínimo que se puede exhibir una cinta nacional. Además denunció que se había cambiado el circuito de cine por el cual se había pagado el VPF. (Huerta en el Universal, 2013)

La polémica nuevamente desató el enojo de la comunidad cinematográfica principalmente de los documentalistas, quienes temieron correr la misma suerte que Cuates de Australia.

Días después Ramón Ramírez jefe de relaciones públicas de Cinépolis declaró que la cinta se había exhibido de acuerdo a lo pactado, pero que: el bajo número de asistentes provocó la pérdida de espacios.

La negociación en el interior de la república aun estaba pendiente, por lo que las declaraciones en medios, según comenta González, podían afectar las negociaciones de los complejos fuera del Distrito Federal.

Si tomamos en cuenta la recomendaciones de la CNDH, con respecto a los derechos culturales, encontraríamos que dentro de las sugerencias esta fomentar el trato justo entre los derechos con los que cuentan los creadores de las obras y los espectadores de ver productos con los cuales se identifiquen o se vean reflejados, fomentando la libre elección frente a lo que se le muestra en pantalla.

En el diagnostico se reconoce que uno de los grandes errores en la cultura consiste en homologarla, pues se corre el riesgo de no incluir los contenidos que forman el crisol de la diversidad en México, además de las trabas que existen por parte del estado al no reconocer la amplia gama de la diversidad, la

cinematografía también tiene que trabajar para encontrar espacios en las cadenas privadas de exhibición, y sólo algunos contenidos serán tomados para ser exhibidos en dichos complejos, eventualmente la poca diversidad en salas comerciales incentiva la homologación de la cultura.

A más de 10 años, las reglas claras que propone la Comisión de Derechos Humanos siguen pendientes, hasta hoy no existe participación directa de los dos grandes consorcios en la cadena de valor, a pesar de que se ven beneficiados con los incentivos generados por el gobierno.

Se necesitan reglas claras para los exhibidores, que permitan un buen manejo de las obras. Si bien es cierto que el complejo se arriesga teniendo salas vacías, también es cierto que las grandes exhibidoras han recibido ganancias y pérdidas que han dejado buenas y malas películas mexicanas.

En momentos en los que el gobierno se ve en la necesidad de recortar los presupuestos, es cuando más nos debemos de cuestionar la metodología con la que podemos convencer al aparato gubernamental que la cultura es una fuente de ingresos redituable, la cual vale la pena incentivar con políticas que garanticen la producción, distribución y exhibición a largo plazo.

Desde mi perspectiva, los premios acumulados en Cannes, San Sebastian, Locarno, Berlín, Idfa, Sundance, y las nominaciones en distintas ocasiones a los premios de la Academia (Oscar) parecen un buen antecedente para poner nuevamente en debate el tema del peso en taquilla, el porcentaje de exhibición en pantalla, la no desaparición de las instituciones cinematográficas, las cuotas por exhibición y la garantía de que los fideicomisos se otorguen de manera permanente, sin el miedo de que, con las nuevas administraciones puedan desaparecer.

Quizás es momento de discutir el valor de la cultura frente a los modelos neoliberales y cuestionarnos si el cine mexicano tiene los argumentos para enfrentarse al mercado global como una industria competitiva y digna de ser defendida como patrimonio cultural.

CAPÍTULO V: EL ENFOQUE CINEMATOGRAFICO EN LAS TELECOMUNICACIONES, EXHIBICIÓN DE CINE MEXICANO EN TELEVISIÓN.

ANTECEDENTES

Las nuevas tecnologías en telecomunicaciones proponen un nuevo marco de interacción entre los usuarios y los creadores, en esa cadena, que yo prefiero llamar red de consumo; los creadores cinematográficos se han tenido que adaptar a nuevas realidades, la primera: la desaparición del celuloide y su proyección, crearon una coyuntura, en donde la cinematografía perdió su carácter de cine y se convirtió en la transmisión de contenidos a través de lo que bien a nombrado Lipovetsky como: el mundo de las hiper-pantallas.

La segunda se puede resumir en el cambio de los sistemas analógicos a los digitales. Como se menciona en: La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna, desde su concepción: el cine siempre ha significado una disciplina ligada al desarrollo tecnológico. En un principio se utilizó como medio de entretenimiento para un grupo reducido de las clases aristócratas, con el paso de los años y con la creación de las estaciones de broadcasting la transmisión de imágenes para transmitir de manera remota lo que acontecía en otras partes del mundo derivó en el avance de las tecnologías de la imagen, que finalmente han culminado en homologar todo contenido visual a contenido digital cifrado en un código binario que permite codificar las imágenes para diferentes tamaños y tipos de pantallas. La exclusividad del cine hoy sólo radica en su fecha de estreno y en la experiencia que se puede vivir en una sala. (Lipovetsky et al. 2009)

Lo que a continuación planteo se enfoca en un análisis de los antecedentes en materia de telecomunicación y cine, para buscar la respuesta a la pregunta: ¿Cuáles son los cruces del cine con la televisión?.

1995

De acuerdo con la Dra. Delia Covi Druetta (1998), el 2 de marzo de 1995 se modificó el artículo 28 constitucional para permitir una inversión del 49% de capital proveniente del extranjero en empresas mexicanas. La posibilidad de invertir contempla: sistemas de televisión, cable distribución, alta definición y multipunto.

Amparado en las reformas al artículo 28 constitucional, el 7 de junio de 1995 aparece la Ley de Telecomunicaciones, que no sólo se funda en la apertura del mercado a las empresas extranjeras, sino que aumenta el periodo de la concesiones de 15 a 30 años para los sistemas de cable y fibra óptica y agrega un periodo más largo a las concesiones Radioeléctricas por un periodo de 20 años.

Según lo que menciona Druetta (1998), la ley agregó dos cambios importantes: el primero: la posibilidad de renovar licencias con un tiempo igual a los 30 años concesionados y la segunda la apertura a satélites extranjeros y la privatización de satélites nacionales.

El segundo se refiere a: el acceso a los medios públicos, la desregulación en términos de usos de las redes públicas permitió que las compañías de cable se acercaran a los servicios integrales, permitiendo que dieran lo que hasta la fecha se denomina como servicios de “triple play” (cable, teléfono e Internet) y en algunos casos “cuádruple play”, que incluye el servicio de telefonía móvil.

2014

La llegada del presidente Enrique Peña Nieto trajo un paquete de reformas, entre las que se encuentran las de telecomunicaciones, que afectan directa e indirectamente a la cinematografía, alterando la manera en que el producto cinematográfico entrará al mercado global en los próximos años

En su iniciativa de Ley Convergente, el Presidente Enrique Peña Nieto, ubicó como principal problema la concentración de mercado en materia de Telecomunicaciones, principalmente en dos grandes empresas mexicanas que son consideradas preponderantes: Televisa y Tv Azteca, para eliminar este duopolio la nueva iniciativa contempla leyes que buscan lograr un “status quo” abriendo nuevos espacios en el mercado de la televisión, la propuesta es concesionar tres nuevas señales abiertas de televisión, garantizar la competencia justa en televisión de paga y el acceso a la banda ancha; al respecto: el documento entregado por parte del ejecutivo a los legisladores sostiene que: *“las tecnologías de la información y los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión se han convertido en un instrumento fundamental para la participación democrática, la inclusión social y el crecimiento económico. Así se trata de herramientas prácticas que nos permiten interactuar de manera ágil y oportuna*

con nuestro entorno y con el mundo facilitando el ejercicio de nuestros derechos y nuestras libertades". (Ley convergente, 2013, p.1)

De acuerdo con el documento, el desarrollo de una sociedad global del conocimiento y la información se caracterizará por la convergencia acelerada entre: las tecnologías de la información, los servicios de telecomunicaciones y la radiodifusión a través de redes de datos que requieren aumentar de manera acelerada y constante su capacidad con costos competitivos.

En el documento firmado por el ejecutivo federal se reconoce que la telecomunicaciones son fundamentales para el desarrollo y progreso de cualquier país al convertirse en un motor de desarrollo en materia de: educación, trabajo, comercio , industria, transporte, esparcimiento e interacción social.

Los cambios que afectan o perjudican proceden de la necesidad de contar con un marco regulatorio que permita el avance en la distribución equitativa de quienes poseen las concesiones para distribuir las señales, principalmente de banda ancha.

Para alcanzar el objetivo, el gobierno federal propuso dotar al Instituto de Telecomunicaciones de poder jurídico para emitir regulación en temas de simetría, regulación de licencias y revocación de concesiones, algunas, eran actividades que correspondían únicamente al Ejecutivo y ahora serán responsabilidad del Instituto.

A la secretaría de Telecomunicaciones y transportes le competarán las tareas que garanticen el acceso igualitario a la banda ancha en toda la república y colaborará con el instituto Federal de telecomunicaciones únicamente como asesor, de tal forma que una vez emitidas las resoluciones del Instituto, la secretaría buscará dotar a la rama de telecomunicaciones de nuevas iniciativas de ley para potenciar el desarrollo del sector.

Otra de las instancias que contarán con un papel importante en términos de telecomunicaciones es la Secretaría de Gobernación que mantiene su poder en la regulación de los tiempos del Estado, las transmisiones de radiodifusión y contenidos audiovisuales, de los cuales debe vigilar que cumplan con la ley,

además contará con facultades para informar al instituto sobre la regulación de los tiempos de publicidad en pantalla.

Con la ayuda de las instituciones antes mencionadas se vigilará que se cumplan las siguientes medidas, impulsadas por el ejecutivo federal:

- a) Must Carry y Must Offer se permitirá que en televisión restringida exista la retransmisión de contenidos de manera gratuita.
- b) La multiprogramación de contenidos se prevé para generar una mayor pluralidad y al mismo tiempo permitir que las empresas privadas sean partícipes de una mayor programación, que garantice la igualdad entre los competidores.
- c) Por último, se contempla la licitación de dos nuevas cadenas con uso comercial con cobertura nacional. En el documento de presidencia se menciona que en 18 años no han existido licitaciones que permitan la competitividad en materia de televisión y radiodifusión.

También se prevé la apertura de un canal del estado que abra los espacios a los productores independientes permitiendo un mayor flujo de contenido y garantizando la libertad a expresarse.

A pesar de la participación de extranjeros en los sectores de telecomunicación en México, es importante destacar que a ninguna compañía se le permitirá contar con más de 50% del mercado con esto se prevé que bajen los costos de la tecnología y se incremente la penetración en comunidades remotas, para permitir una mayor inclusión social y un mejor desarrollo económico.

CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

Si bien se han analizado los factores económicos que en teoría garantizarán un uso democrático de las tecnologías, el reconocimiento en particular de los contenidos audiovisuales por parte del ejecutivo federal, muestra la importancia de los mismos, como herramientas para la formación de criterio en los ciudadanos, el documento incluso describe a la industria como: *“La industria audiovisual es un sector cada vez con mayor peso y trascendencia para la economía, y los contenidos audiovisuales forman parte de la vida cotidiana del ciudadano actual, desde las más diversas plataformas”* (Ley convergente, 2013 pag. 32)

La iniciativa de ley no sostiene únicamente el derecho al acceso a la tecnologías, también le reconoce al usuario su derecho a la información, expresión y recepción de contenidos, sin limitaciones y sin censura.

PRODUCCION NACIONAL Y PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE.

Los términos establecidos para la producción tanto nacional como independiente, cruzan inevitablemente el tema de la publicidad, principal modo de supervivencia de los medios masivos de comunicación. Por lo tanto, se considera importante entender la importancia de los mismos como factor de influencia en los contenidos transmitidos.

El tema de la publicidad se mantiene en los siguientes términos:

Se mantienen cuotas de publicidad en radiodifusoras y televisión. En el caso de la tele se tiene contemplado un máximo de 18% diario, lo que implica seis minutos por cada hora de televisión, quedan exceptuados los canales que se dedican a la venta de productos.

En el tema de las tarifas, se establece que los canales de televisión deberán tener cuotas establecidas para la compra de tiempos en televisión, las cantidades ofertadas no podrán modificarse y no se deberá discriminar a ninguna entidad física o moral.

Los espacios que fomenten y se destinen a producciones nacionales o independientes y que fomenten la identidad nacional, recibirán mayores tiempos de publicidad.

La audiencia

En la actual propuesta se identifica la figura del defensor de audiencia, en la que la ley reconoce a un representante de los espectadores que se encargará de: recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las quejas y sugerencias de los espectadores. La figura del defensor de la audiencia recaerá en una persona de prestigio, que se ajustara a principios de imparcialidad e independencia, la figura del defensor de audiencia podrá emitir recomendaciones y tendrá la misión de hacer ver los errores en los que caiga la televisora.

Tomando en cuenta que no existe política cultural adecuada sin un amplio proceso de participación de los actores clave en el diálogo intercultural, particularmente en el seno de una sociedad profundamente heterogénea como la mexicana, es posible:

Reglamentar la participación de la comunidad mediante representantes de las distintas etnias, del sector privado, de las organizaciones civiles, de los sindicatos, de los medios artísticos, académicos y científicos, para la defensa, restauración, conservación y usufructo de la cultura en su sentido amplio y del patrimonio tangible e intangible

Como se describe en el párrafo anterior, la nueva ley proponía la conjunción con nuevas voces para la creación leyes en materia de telecomunicaciones, sin embargo al momento de ser revisada y analizada en el Congreso de la Unión se gestaron nuevos cambios, impulsados principalmente por las fracciones del PRI y el PVEM.

Algunos puntos que generaron controversia entre la sociedad rozaban las líneas de la concentración y censura de los contenidos, atropellando los derechos de la audiencia. De entre las voces de la sociedad civil y de los profesionistas saltaron voces de protesta, argumentando desconsideración de los profesionales en la materia.

El postulado: Los medios públicos en la reforma constitucional y la iniciativa de ley, menciona que la modificación al artículo 28 constitucional promulgado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013, recupera y salvaguarda la pluralidad y el acceso a los medios públicos al eliminar el permiso que se requería de “servicio público” y que generaba una discriminación.

Por otro lado, el “status quo” que garantiza el respeto irrestricto a los medios de comunicación se enfoca en la modificación al artículo sexto en el que se menciona la obligatoriedad de constituir un Instituto de Radiodifusión y Telecomunicaciones descentralizado, con autonomía técnica, operativa, y de decisión gestión.

La meta primordial, por lo menos de manera utópica, era garantizar la igualdad en el acceso a los servicios de radiodifusión, garantizando el acceso a: producciones independientes, contenidos que fomenten la igualdad entre hombres y mujeres, la

integración nacional, la formación cívica educativa y cultural y el derecho a la información oportuna con diversidad de opiniones.

Si bien la modificación en ambos artículos representó el avance en materia de igualdad, las leyes secundarias propuestas por la Secretaría de Gobernación dan nuevamente entrada a prácticas de control y muestran la poca intención de otorgar Autonomía.

Con respecto a las citas que hace el ejecutivo federal al mencionar los modelos de: BBC (Reino Unido), PBS (estadounidense), CBC (canadiense), y RTVE (España) refiriéndose a los modelos de comercialización y participación del estado en asociación con la iniciativa privada, el postulado menciona: pueden ser entendibles, pero no en el contexto de la regulación de contenidos, los sistemas mencionados no rinden cuentas a los ministerios de interior, lo que garantiza el respeto a la libertad de expresión sin importar la administración en turno.

El segundo punto que destaca el postulado es el tema de la comercialización, en donde no se señalan con claridad la libertad para comercializar espacios sin fines de lucro, lo que se busca es obtener recursos sin que las empresas que compran los espacios influyan en los conceptos rectores de los medios.

El punto neurálgico radica en utilizar la ganancia de la comercialización en la reinversión y sustento de los mismo medios, garantizando la supervivencia y progreso de la industria audiovisual, el ejemplo que se menciona corresponde a la BBC que invierte 75 centavos de cada libra para la compra de licencias y actualización tecnológica.

Lo que se propone es incentivar modelos de financiamiento mixto que permitan el crecimiento y desarrollo, sin dejar de utilizar el recurso público, la misión es dar mayor acceso, en este caso a los medios audiovisuales.

Es momento, como sostienen los profesionales en la materia, de abrir o permitir a los estudiosos de la comunicación, aportar sus conocimientos, y dar acceso al equilibrio entre los contenidos de la televisión particular y la pública; de tal forma que se cumpla la meta sugerida por la Comisión de Derechos Humanos de contar con un organismo que garantice la entrada de todas las voces que conforman al país.

La heterogeneidad cultural mexicana se alimenta de las grandes desigualdades socioeconómicas, por lo cual es deseable establecer una política pública promotora del desarrollo de los bienes culturales.

De igual manera, se hace necesario impulsar y reconocer a las empresas culturales. En este sentido es posible:

- a) impulsar a las pequeñas y medianas empresas garantizándoles un marco judicial que les permita una competencia justa en los mercados de bienes y servicios.
- b) Impulsar a través de reglas claras, las formas en que se ejercerán los incentivos fiscales.
- c) Fomentar la inversión privada nacional y extranjera: Fomentando reglas claras entre los organismos participantes que permitan un sano desarrollo y no las prácticas monopólicas o desiguales.

Con las reformas impulsadas por parte del Gobierno Federal se intentará romper con el duopolio ejercido por parte de Tv Azteca y Televisa en televisión abierta, la apertura a una mayor competencia, no sólo debe responder a intereses económicos, es importante la calidad en los contenidos.

EL CINE MEXICANO Y LA TELEVISIÓN

De acuerdo con datos del anuario estadístico del IMCINE y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía en México 95% de los hogares cuentan con un televisor, el consumo televisivo es de más de dos horas, lo que dura un largometraje y de acuerdo con IBOPE; las películas es el contenido más visto después de las telenovelas. (Anuario, 2010)

En televisión abierta de acuerdo con el anuario 2013 se registraron 5064 transmisiones de películas por televisión, lo que representó un 6% menos, a pesar de la disminución en las transmisiones, el contenido varió 20% y en promedio se pasaron 14 películas al día.

TRANSMISIÓN DE PELÍCULAS EN TELEVISIÓN ABIERTA			
2010	2011	2012	2013
5499	5595	5359	5064
TITULOS TRANSMITIDOS			
2010	2011	2012	2013
3097	2980	3100	3853

Cuadro 3.7 Fuente: IMCINE/Rentrak (2010-2013)

De los canales de televisión abierta el 5 y el 7 fueron los que más tiempo aire dedicaron a la transmisión de películas.

A través del rating podemos saber en que horarios se transmite contenido cinematográfico y que nivel de audiencia se tuvo. Para que el cine nacional transmitido en tele obtenga buenos niveles de audiencia es importante, al igual que cualquier otro contenido para televisión, que esté en un buen horario y que se cuente con un número de repeticiones que garantice un periodo de visibilidad en televisión, el caso más común en la televisión abierta mexicana son las retransmisiones contantes de blockbusters norteamericanos y las películas de la denominada época de oro.

De acuerdo con el anuario de 2013, la película mexicana mejor posicionada en la televisión abierta fue: Voces Inocentes que ocupó el undécimo puesto entre las películas más transmitidas en televisión abierta.

De las 20 películas más transmitidas, únicamente la antes mencionada es mexicana. La lista de las 20 películas transmitidas por canal 2 de televisión abierta, incluye los siguientes títulos:

Titulo	Distribuidora
1.-Voces Inocentes	Fox
2.-Te presento a Laura	
3.-La misma luna	Fox
4.-Recien Cazado	Warner
5.-Abel	Videocine
6.-El viaje de Teo	
7.-Otra película de huevos y pollo	Videocine
8.-No eres tu, soy yo	Warner
9.-Una película de huevos	Videocine
10.-Ustedes los ricos	
11.-Marcelino Pan y Vino	
12.-Ladrón que roba a ladrón	Lionsgate
13.-Sultanes del Sur	Warner
14.-Amor letra por letra	Videocine
15.-El patrullero 777	
16.-Los tres huastecos	
17.-Hasta el viento tiene miedo	
18.-La presidenta municipal	
19.-Paradas continuas	Videocine
20.-Seguiré tus pasos	

Cuadro 3.8 Fuente: IMCINE-Rentrak (2010-2014)/IMDB

De las 20 películas transmitidas cuatro son distribuidas por Videocine, compañía filial de Televisa encargada de distribuir y producir cine, cabe destacar que dicha empresa ostenta un 20% del mercado de la distribución a nivel nacional.

En la lista sigue Warner con tres y Fox con dos, ambas empresas son *majors* con representación en America Latina, por último se encuentra Lionsgate que es socio comercial de Videocine a nivel internacional para distribución y producción cinematográfica.

El canal 5 de Televisa, tiene filmes predominantemente estadounidenses y se caracteriza por transmitir películas con éxito comercial, tales como: Shrek o Mi Villano Favorito.

El canal 7 de Tv Azteca es la competencia al canal 5 por lo que la programación es predominantemente comercial con títulos que se estrenaron como blockbusters.

El canal 9 también transmite películas mexicanas y durante el 2013, la séptima película con más audiencia fue: "*Voces Inocentes*", por lo tanto el contenido que se transmite por canal 2 se recicla en el canal 9.

Otro fenómeno que se ve en los canales pertenecientes a Televisa es la repetición incesante de las películas de Cantinflas , en el caso de Canal 2 se pasó el "*Patrullero 777*" y en el caso de Canal 9 "*El profe*".

En el canal 4, Foro TV, la película de mayor rating fue "*Los hijos de don Venancio*" (1944), a través de esta señal también se vieron películas de Cantinflas en esta caso el título "*Ahí esta el detalle*" (1940)

En los canales perteneciente a Grupo Salinas se puede observar lo siguiente: a través de la señal de Proyecto 40, la película mexicana con mayor rating fue "*Policías y ladrones*" de Alejandro Galindo de 1956, esta señal mezcla contenidos nacionales con extranjeros, siendo "*The Namesake*" (2006) de origen estadounidense, la película con más audiencia transmitida por dicha señal durante el año mencionado.

En canal 13 la única película mexicana transmitida fue: "*El libro de piedra*" de Carlos Enrique Taboada de 1968

Por Cadena Tres perteneciente a Grupo imagen, la película con mayor rating fue *El Mártir del calvario* de origen mexicano, dirigida por Miguel Morayta en 1952.

En lo que se refiere a la televisión pública el anuario del IMCINE de 2013. Canal once reportó a las *Las Poquianchis* de Felipe Cazals (1976) como la película mexicana de mayor audiencia, *Norteado* (2009) de Rigoberto Perezcano es la película mexicana de fecha más reciente en el catálogo que se ofreció durante ese año en el canal del Instituto Politécnico Nacional.

En canal 22, "*El lugar sin límites*" (1977) de Arturo Ripstein fue la película con mayor audiencia. Las de fechas de producción más reciente son: *La mitad del*

mundo, Bala mordida y Crónicas chilangas que pertenecen al 2009. *La mujer de Benjamín* aparece en la lista, la cual, también se transmitió en canal 9.

Como podemos observar los contenidos cinematográficos a través de la televisión no son muy recientes, los más nuevos datan del 2009 y dejan fuera el contenido de los 5 años más recientes. Incluso en algunos casos la televisión abierta recicla contenido de 1940 época en la que se dio el cine de oro mexicano.

Si nos remitimos a lo que sostiene el decreto de Derechos Humanos, podremos ver, que en el caso de la televisión privada sigue faltando la democratización en los contenidos, en el caso de Televisa, lo que se refiere a cine mexicano lo obtiene de su filial Videocine y lo que corresponde a películas de la época de cine de oro se trata de obras de las que cuenta con los derechos.

Lo que se puede analizar es el poco interés que existió, por lo menos en el 2013 para adquirir los derechos de obras recientes. De esta manera el acceso a la televisión privada y pública continúa siendo un mito para el cine mexicano.

CONCLUSIONES

A partir de concebir el producto cinematográfico como mercancía que constituye un patrimonio simbólico, se pudo entender su inserción en niveles económicos, políticos y sociales. Las películas como resultado de una cadena de producción, generan una industria que hoy es defendida por organismos internacionales encargados de velar por un acceso democrático de la cultura.

El diagnóstico realizado por la Comisión de Derechos Humanos en su apartado de cultura, muestra la importancia de entenderla como derecho, el análisis del informe sirvió como escalafón para revisar que se ha hecho en México para garantizar la democratización del cine.

La lucha en México, comienza por el no reconocimiento de la industria cultural como motor de desarrollo, sino como creador únicamente de entretenimiento.

Poca seriedad en los procesos legislativos, ha derivado en leyes intermitentes que no velan por la pluralidad en el acceso a lo creado.

Es por eso que mi investigación se centró en responder las siguientes preguntas:

- a) ¿Con que instrumentos contamos para cuantificar los avances de la industria cinematográfica que nos permitan identificar su desarrollo?
- b) ¿Qué medidas se han tomado para incentivar a la industria cinematográfica en materia de: producción, distribución y exhibición en comparación con otros países?
- c) ¿Cuáles han sido las propuestas por parte del poder ejecutivo y legislativo para garantizar el acceso democrático a los contenidos audiovisuales en los últimos años?
- d) ¿Cuales son las ventajas de la digitalización y el avance tecnológico, en torno a la producción, exhibición y distribución de los contenidos audiovisuales, especialmente los cinematográficos?

Partiendo de estas cuatro preguntas se revisó el proteccionismo ejercido en: Francia, España y Argentina, contra las políticas de libre comercio ejecutadas en nuestro país. Se tomó el ejemplo de los tres países por ser cinematografías que han desarrollado en los últimos años instrumentos de medición, a través de sus

anuarios y han hecho análisis estadísticos en torno a las prácticas de consumo de los productos audiovisuales. En el caso de México desde el 2010 se cuenta con el Anuario del Instituto Mexicano de cinematografía que recopila “todo” el consumo audiovisual durante el año.

Por otro lado se revisaron los cambios sucedidos en el año 2013, a partir de las modificaciones a las leyes de telecomunicaciones en México, las cuales buscan democratizar y garantizar el acceso a los contenidos audiovisuales. Los cambios que ocurrieron en la materias son:

- a) La creación de tres nuevas cadenas de señal abierta, una será pública.
- b) A través de las figuras del must carry y must offer se garantiza la igualdad en los contenidos.
- c) Aparición de un Instituto de Telecomunicaciones, el cual tiene una dependencia con la Secretaría de Gobernación.
- d) El reforzamiento del defensor de audiencia, quien se encargará de velar y dar seguimiento a las quejas de los espectadores.
- e) Aunque se contemplan estímulos publicitarios a quienes den espacio a contenidos independientes, no se establece una obligatoriedad en la participación, dejando a los nuevos contenidos al libre albedrío de los dueños de las cadenas televisivas y evitando su responsabilidad con la cadena de valor.
- f) Los consejos están formados por más funcionarios que por distintos especialistas con competencias en telecomunicaciones. Es necesario que participe menos el estado y más la sociedad civil.

Además de los cambios en materia de telecomunicaciones, que afectan a la transmisión de cine en televisión, también es importante considerar los presupuestos y planes gubernamentales entre ellos: El Presupuesto Público Federal para la función, la recreación, cultura y otras manifestaciones sociales, El programa especial de cultura y arte 2014-2018, las cuentas satélite de cultura en México 2008-2011 y los anuarios estadísticos, son los esfuerzos por parte de las instituciones gubernamentales por dar a conocer: el consumo cultural en México.

Estos planes velan por distintas cosas y no se distingue un trabajo unificado entre las distintas dependencias que deben velar por la cultura.

En ese sentido, en los últimos años, como se puede leer en la tesis, los distintos institutos han buscado la participación de particulares a través de la deducción de impuestos, recargando la responsabilidad en distintos actores y buscando colaboraciones que refuercen el sentido comunitario de la cultura. A pesar de ello el camino no parece ser muy halagador.

Entre las propuestas que hacía la CNDH se sugería a nivel legislativo: crear modelos participativos para el disfrute de la cultura en el modelo democrático con miras a crear un código intercultural y transcultural que tomen en cuenta las opiniones de todos los actores del sector, se proponen los estímulos fiscales, impulsar pequeñas y medianas empresas enfocadas al crecimiento y desarrollo económico de la cultura, ampliar los márgenes de deducción en los negocios de la producción cultural, fomentar la inversión privada nacional y extranjera en las empresas de carácter cultural en México, crear reglas justas y no la desaparición de las empresas, crear marcos legislativos para los trabajadores del sector, precisar el carácter normativo de las organizaciones de la cultura, y regulación de los mecanismos de preservación ante los procesos de globalización.

Las críticas en materia cinematográfica pueden empezar desde la manera en que se constituyen las instituciones de cultura en México. En los tres ejemplos revisados en esta tesis: se cuentan con ministerios de cultura independientes, en el caso de México la cultura sigue dependiendo de la Secretaría de Educación Pública, la cual recibirá las cuentas entregadas por el Consejo Nacional de las Artes que a su vez exigirá resultados al Instituto Mexicano de Cinematografía, de los resultados generados en el año; la Secretaría de Hacienda revisará los gastos que entregue la SEP con miras a etiquetar los presupuestos del siguiente año. Resulta interesante que para tomar las decisiones sobre qué películas se apoyarán; la Secretaría de Hacienda tendrá un voto decisivo en los procesos de selección de la ley 189 antes 226.

Entre las propuestas legislativas está hacer más eficientes a los institutos de gobierno, sin embargo suena paradójico que a diferencia de los países mencionados, en México, las instancias culturales tengan que rendir cuentas a la

Secretaría de Gobernación que en materia de Telecomunicaciones aún conserva la regulación de los contenidos audiovisuales. Si bien puede generarse censura en los contenidos, o no, lo que se pone en duda es la capacidad de dicha Secretaría y la de Hacienda para tomar determinaciones en temas netamente creativos.

A pesar de que en los últimos años el sector cultural muestra su importancia, al mantener un promedio de 2.7% de participación nacional en el PIB, según la Cuenta Satélite de Cultura en México y de cosechar múltiples premios a nivel cinematográfico en festivales de renombre, el presupuesto para cultura sigue siendo discrecional, lo que no garantiza un crecimiento constante del sector, sin duda el no saber con que presupuesto se cuenta para el siguiente año, provoca una crisis en los programas existentes.

Por poner un ejemplo: el presupuesto en 2013 trajo importantes reducciones para las instituciones; salvo el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Autónoma Metropolitana, el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Fideicomiso de La Cineteca Nacional, todas las demás instituciones no recibieron un incremento en sus presupuestos, sino recortes que en muchos casos fueron de más del 40% en comparación con el año anterior, cabe destacar que al ser la SEP quien rinde cuentas sobre la cultura en nuestro país, en los presupuestos podemos encontrar aumentos al IPN y reducciones fuertes al Canal Once, perteneciente a la misma institución.

A pesar del recorte presupuestal en las instituciones, se ha logrado evitar una catástrofe mayor a través de la cámara de diputados logrando subir el presupuesto impulsado por el ejecutivo de: 19 mil millones a casi veintisiete mil millones, el análisis finalmente revela que el gobierno únicamente invirtió el 0.15% del PIB en cultura y deporte. Cabe destacar que la cultura se etiqueta junto con las actividades deportivas, por lo que el número real de cultura corresponde únicamente al 0.11%, muy lejano al 1% que propone la Comisión Nacional de Derechos Humanos como mínimo para el disfrute y acceso democrático de la cultura.

En materia cinematográfica a pesar del grave recorte presupuestal, se observó de acuerdo al anuario 2013 un año excepcional con la producción de 126 películas, el

número es representativo si se considera la crisis de 1997 donde sólo se produjeron 7 películas y se competía en un mercado recientemente abierto al Tratado de Libre Comercio, expuesto a las grandes producciones de los Majors (Fox, Warner, Paramount, Sony, etc.), a pesar del gran número de producciones a 20 años del TLC, el cine mexicano sufre un fuerte estancamiento en su distribución y exhibición.

De acuerdo al análisis realizado nuestro cine tiene poca circulación una vez que sale de la sala, y muchas veces los títulos producidos no superan ni siquiera el primer fin de semana en taquilla. El dilema de la distribución y la exhibición pasa mucho por el análisis que la economía política propone, al cuestionar quienes son los dueños de los medios de exhibición y distribución.

Es importante cuestionarnos ¿Qué películas vemos?, ¿A través de que medios?, si pensamos que la televisión sigue siendo el medio predominante en los hogares mexicanos, queda claro que los contenidos más vistos siguen siendo los expuestos por los canales de televisión abierta. Es innegable el crecimiento de la televisión de paga o del consumo audiovisual a través de plataformas de Internet, sin embargo aún no es algo representativo.

Con respecto a la cultura como derecho, aún falta mucho para el cumplimiento de las propuestas no legislativas emitidas por la Comisión de Derechos Humanos. La necesidad de: mantener programas vigentes a corto y mediano plazo, evitar los recortes y priorizar los proyectos sobre lo económico, establecer mecanismos de asesoría y de participación al interior de las instituciones, no alejarnos de los análisis realizados por los expertos de la materia, promover el acceso al desarrollo tecnológico y a los mecanismos de entrega de resultados, definir estrategias de difusión y colaboración tomando en cuenta las opiniones de las comunidades y establecer parámetros de selección para los coordinadores de la cultura. Aún parecen ser metas pendientes.

La negativa de participar, por el momento, de parte de los particulares Cinemex y Cinépolis sigue siendo un tema pendiente, sobretodo por su rechazo a distribuir la ganancia de 60% que reciben los exhibidores, además de la imposición de una cuota por el uso de las tecnología a través de un impuesto determinado como VPF (Virtual Print Fee). A diferencia de otros países, que esta tesis analiza, se puede

ver claramente que los exhibidores no participan en la cadena de producción, y no sólo se trata de cobrar un peso en taquilla, sino de hacer conciencia de los beneficios recibidos por la exhibición de cine mexicano.

Mientras en países como Argentina los incentivos fiscales ya llegaron a las salas de exhibición creando programas que premian a quienes invierten en una sala de cine, en México ni siquiera hemos podido recuperar más del 10% de cuota de pantalla que perdimos en la ley de cinematografía de 1992.

Los esfuerzos por incorporar a particulares, siempre resultan infructuosos. El gobierno en todo momento ha creado leyes que permiten que los grandes consorcios esquiven su responsabilidad con la cadena de producción.

Con respecto a la televisión la nueva legislación no obliga a que se expongan nuevos contenidos que incluyan todos los puntos de vista que convergen en el país, únicamente se habla de premios insignificantes en publicidad a quienes decidan impulsarlos, al final es tan irrisorio el incentivo que a las dos grandes cadenas no les representa un incentivo interesante para abrirse a producciones independientes.

En cuanto a los instrumentos para medir el consumo cinematográfico, uno de los grandes contras de los anuarios del IMCINE, consiste en que los números recaudados en taquillas, pertenecen a la empresa mundial de conteo, Rentrak, es decir, aquellas salas que ofrecen cine gratuito al no cobrar la entrada no quedan registrados para los anuarios.

Para futuras investigaciones, sería importante conocer que cantidad de cine mexicano se esta viendo a través de los festivales de cine, también se podría pensar en contar con una base de datos, que nos deje conocer las características técnicas con las que cuentan las salas y que permitan a muchos cineasta mexicanos, salirse de las salas comerciales para dedicar sus estrenos a salas de cine independiente.

En México no se esta registrando el número de espectadores que están llegando a ver cine nacional a través de centros culturales o cine-clubes, que están haciendo un gran esfuerzo por apostar al cine mexicano y que no pertenecen a alguna red que garantice su supervivencia como pequeños exhibidores. Los

esfuerzos, sin duda deben concentrarse en medir de mejor manera lo que se hace.

Es urgente que la televisión pública reciba más recursos, estos podrían provenir de la publicidad aprobada para la promoción de campañas políticas. Es inaudito que existiendo canales del estado, estos no reciban las ganancias de los anuncios políticos.

Si bien es cierto que ya existen instrumentos de medición que demuestran la importancia de las industrias creativas, urge legislar de manera conjunta. Tanto la ley de telecomunicaciones, la ley de cinematografía y las leyes de derechos de autor deben conjugarse en una: ley del audiovisual.

En un país como el nuestro, en donde: “las leyes más novedosas” sufren de un retraso, se ve imposible la apertura de un canal público que permita el flujo de la producción cinematográfica mexicana, sin embargo mientras se escribe esta conclusión, el IMCINE estrena su plataforma de VOD, Filminlatino, que funciona a través del pago de una cuota mensual, o se puede pagar una cantidad por rentar cada contenido.

Por último, es importante incentivar, al igual que pasa en Argentina, la creación de nuevas salas de cine cuya programación sea 50% de cine mexicano. Siendo México uno de los países que más ve cine en el mundo, generar estímulos que resulten atractivos a nuevos empresarios no parece una tarea tan compleja, es muy cierto que los Majors y los dos monopolios; tanto en la cinematografía como en la televisión seguirán buscando cualquier medio para mantener su hegemonía, sin embargo el reto estará en la forma en la que se abran los espacios, no en la discusión sobre cómo quitarles el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Bolaño, C., Mastrini, G., Sierra, F., et al. (2005). Economía de la comunicación, lógicas sociales y territorialidad. En Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana, pp.428. Argentina: La Crujía.

Centre National du Cinema et de L'íimage Animée. (2014). results 2013, Films, television programs, production, distribution, exhibition, exports, video, new media. Francia: Centre National du Cinema.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2012). Cultura y Tiempo libre. Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Constitución Política Mexicana de los Estados Unidos Mexicanos (2014). Artículo 4to. Diario de la Federación de 1917.

Eagleton, T. (2000). La idea de cultura: una mirada política sobre los conflictos culturales. Barcelona: Paidós.

García Canclini, N. (2004), Diferentes, desiguales y desconectados, Barcelona, Gedisa.

García Canclini, N. (2009). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Mondadori.

García, R. (2013), Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico, Comunicación y Sociedad. Departamento de estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. No. 20, julio-diciembre de 2013 pp. 223.

Gimenez, G. (2007), Estudios sobre la cultura y las identidades sociales, México, CONACULTA 2007.

Horkheimer, M & Adorno, T. (1981), *Dialéctica de la Ilustración . Fragmentos filosóficos*, Obra completa 3, Ediciones Akal, Madrid.

IMCINE (2014), *Anuario estadístico de cine mexicano 2014*, IMCINE-CONACULTA, México.

IMCINE (2013), *Anuario estadístico de cine mexicano 2013*, IMCINE-CONACULTA, México.

IMCINE (2012), *Anuario estadístico de cine mexicano 2012*, IMCINE-CONACULTA, México.

IMCINE (2011), *Anuario estadístico de cine mexicano 2011*, IMCINE-CONACULTA, México.

IMCINE (2010) *Anuario estadístico de cine mexicano 2010*, IMCINE-CONACULTA, México.

IMCINE. (Enero-Febrero 2013). *Lista de recomendaciones. Cine Toma*, Año 5. No.26, p.93.

Lipovetsky, G., et.al (2009) *La pantalla global; cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Anagrama, Barcelona.

Lozano, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.

Martel, F. (2010). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*, Madrid, Taurus.

Martell, L., Rizo, M., & Vega, A., et. al., (2006). *Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina*, UACM, México.

Piedras, E. (2004) *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, CONACULTA, México D.F.

Sánchez Ruiz, E. et al (2012), *El estado y la imagen en movimiento*, IMCINE,

México D.F.

Sánchez Ruiz, E. (2003). Hollywood y su hegemonía planetaria: un aproximación histórico-estructural. La colección de Babel, 28, p.38.

Sahuquillo, I. (1997), Los dos conceptos de cultura: entre la oposición y la confusión, Reis.Revista española de investigaciones sociológicas, N° 79, 1997 pp. 173-196.

Zallo, R.(1988) Economía de la comunicación y la cultura, Akal/Comunicación, 1988, Madrid-España.

INTERNET

Agencias (2014) Los incentivos fiscales al cine se sitúan entre el 18 y el 20%, lejos de lo que pedía el sector. ABC, recuperado de:
<http://www.abc.es/cultura/20140623/abci-nuevos-incentivos-fiscales-cine-201406231212.html>

Boletín Oficial del Estado, Ley General de la Comunicación Audiovisual, (2010). Recuperado de: <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01/pdfs/BOE-A-2010-5292.pdf>

Bellever, M. (28 de febrero de 2012). Francia, la niña mimada. 4 de noviembre de 2014, de El Mundo Sitio web:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/02/28/cultura/1330424882.html>

Cinemark (1995), recuperado de:
<http://www.cinemark.com.mx/Conocenos/CinemarkHistoria>

CNC (2013) the CNC's responsibilities, regulating, promoting, supporting negotiating, training, protecting, recuperado de:
<http://www.cnc.fr>

Cultura y medios audiovisuales (2014) Comprender las políticas de la Unión Europea. La diversidad cultural de Europa, motivo de alegría.

Colín, M. (2013), Tienen productores la menor ganancia, am tomado de agencia Reforma, recuperado de: <http://www.am.com.mx/leon/espectaculos/tienen-productores-la-menor-ganancia-18077.html>

Diario Oficial de la Federación (2014), Programa Especial de Cultura y Arte 2014-2018, Órgano del gobierno constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, recuperado de: http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PECA_DOF_2014-2018.pdf

Druetta, D. (1998). Medios y Telecomunicaciones en el camino de la desregulación. 2 de noviembre de 2014, de Razón y palabra Sitio web: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n12/crovi12.html>

Garfias, E. (2003), Distribuidores de EU amenazan a Fox por el cobro de un peso en taquilla, La Jornada, 12 de febrero, recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2003/02/12/11an1esp.php?origen=index.html>

Gutiérrez, V. (2014). La cultura aporta 2.7 del PIB nacional. 30 de octubre de 2014, de El Economista Sitio web: <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2014/01/21/cultura-aporta-27-pib-nacional>

Huerta, C. (2013), Le cambiaron la jugada a Cuates de Australia, El Universal, 14 de febrero, recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/120886.html>

Huerta, C. (2013, agosto 12), Buscan modificar ley de documental, recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/2013/impreso/buscan-modificar-ley-de-documental-125626.html>

Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. (2013). Anuario de la industria cinematográfica y audiovisual Argentina. 3 de noviembre de 2014, de Instituto Nacional de Cine y Artes audiovisuales

Sitio web: <http://www.incaa.gov.ar/castellano/index.php>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuentas satélite de la cultura de México 2008-2011. 3o de octubre de 2014, de INEGI Sitio web:

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/derivada/satelite/cultura/CSCMMONOGRA.pdf

Mosco V., Shiller D., et al. (2001), Continental Order?, Integrating North America for Cybercapitalism, Rowman & Littlefield publishers, INC., Boston, recuperado de: http://www.decs.cucsh.udg.mx/curriculum/sanchez_ruiz.pdf

Ley federal de cinematografía, RS, Artículos 19 y 20 (1992). Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103.pdf>

Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del CINE, artículos 1 a 40 (2007). Recuperado de: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22439>

Meneses, E. (2014). Los medios públicos en la reforma constitucional y la iniciativa de ley; postura de la Asociación Mexicana de Investigadores de la comunicación (AMIC, AC). 12 de septiembre 2014, de Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C. Sitio web: http://www.amicmexico.org/portal_amic/descargas/amic_medios_publicos30614.pdf

MKPE (2013) Digital Cinema Business Frequently Asked Questions (FAQs), recuperado de: http://mkpe.com/digital_cinema/faqs/#vpf

Reyes, M. (2014). El Presupuesto Público Federal para la función recreación, cultura y otras manifestaciones sociales, 2013-2014. 30 de octubre de 2014, de Dirección general de servicios de documentación información y análisis Sitio web: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-ISS-06-14.pdf>

Rosas Mantecón, A. (2004). Las batallas por la diversidad: exhibición y públicos

de cine en México. 3 de noviembre de 2014, de Universidad Autónoma Metropolitana Sitio web:

http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=224

Sánchez Ruiz, E. (2007),_Industrias culturales, diversidad y pluralismo en América Latina, Global Media Journey, Vol. 4 No.7, ITESM, México recuperado de: http://gmje.mty.itesm.mx/sanchez_ruiz.html#_edn1

Sánchez Ruiz, E. (2006). El cine Latinoamericano ¿Mercado de consumo Hollywoodense, o Producción de Pluralidad Cultural?, Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Dossié Especial Cultura e Pensamento, Vol. II-Espacio e Identidades, 4 de noviembre de 2014, de Estic Online, recuperado de www.eptic.com.br

Sánchez Ruiz, E. (2004), Industrias culturales, diversidad y pluralismo en América Latinta, Global Media Journey en Español , Tecnológico de Monterrey, Vol. 4, No. 7, recuperado de: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html

Sánchez Ruiz, E. (2007), El Audiovisual Mexicano: ¿Concentrar para competir?, Global Media Journey en Español , Tecnológico de Monterrey, No. 2, recuperado de: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html

Sánchez Ruiz, E. (1992), El espacio audiovisual mexicano ante el Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Estados Unidos-México, Comunicación y sociedad, num. 14-15, enero-agosto1992 pp.177-197, recuperado de http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a9_12.pdf

Sosa, E., et al. (2003), La cultura en un mundo global; una perspectiva desde México, Instituto Matías Romero, Secreteraría de Relaciones Exteriores, México, recuperado de: http://www.decs.cucsh.udg.mx/curriculum/sanchez_ruiz.pdf

Tamayo, Z. (2013), Alejandro Ramírez: el showman de los 1,000 mdd, Forbes México, 6 de abril de 2013, recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/sites/alejandro-ramirez-el-showman-de-los-1000-mdd/>

Tyson, J. (2013), How Movie Distribution Works, How stuff Works, recuperado de: <http://entertainment.howstuffworks.com/movie-distribution2.htm>

UNESCO, (1982) DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES Conferencia mundial sobre las políticas culturales. Recuperado de: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf

varios. (2013). Anuario 2013 de la Industria Cinematográfica y Audiovisual Argentina. 12 de septiembre 2014, de Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales Sitio web: http://www.recam.org/_files/documents/anuario_2013.pdf

Vélez, J. (2010), Hoy es el Día del Cine Mexicano. Regresarán a cartelera Rockmarí, El estudiante, Arráncame la vida y muchas más, Cine Premiere, recuperado de: <http://www.cinepremiere.com.mx/hoy-es-el-dia-del-cine-mexicano.html>

Villanueva, J. & Monsoncillo, JM. (2003). La crisis que viene. Revista del cine español, recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=742592>

