

Mèxic enfront de la globalització: polítiques audiovisuals per promoure i protegir la seva diversitat cultural

Laura Márquez Elenes

- *L'article analitza les polítiques audiovisuals adoptades a Mèxic per preservar, promoure i protegir la seva diversitat cultural. El punt de partida és la posició de Mèxic enfront de la globalització, la diversitat cultural i l'impacte de les indústries culturals en el mercat. Amb aquesta finalitat aprofundeix temes fonamentals com ara els tractats comercials, en els quals es plantegen els problemes de Mèxic a l'hora d'afrontar els acords comercials des de la desigualtat econòmica i tecnològica. Una altra qüestió de gran rellevància en el tema de la diversitat cultural són els moviments socials com el de l'Exèrcit Zapatista d'Alliberació Nacional (EZLN). L'EZLN posa de manifest la necessitat d'integrar els grups ètnics de Mèxic en el conjunt de la nació i, al mateix temps, encarar la globalització dels mercats internacionals d'una manera participativa, respectuosa i plural. Tot això, en un entramat d'acords comercials internacionals (OMC i TLC), dels quals en són protagonistes les anomenades indústries culturals.*

Laura Márquez Elenes

Catedràtica de l'Institut Tecnològic i d'Estudis Superiors
de Monterrey

esgrimma@yahoo.com.mx

Mèxic enfront de la globalització

La diversitat cultural és una realitat. La discussió és com s'ha de respectar i preservar la cultura de cada país. L'economia de mercat, l'intercanvi de productes, béns i serveis afecta cada dia la nostra quotidianitat. Tots els països viuen el fenomen en les seves institucions, en els individus. Els intercanvis comercials han guanyat molta importància, de la mateixa manera que els simbolismes que s'atribueixen i es concreten quan s'adquireixen béns o serveis. En aquestes dinàmiques del mercat trobem els moviments migratoris d'una regió a una altra, ja sigui dins d'un mateix país o fora.

El desenvolupament tecnològic i l'accés als mitjans de comunicació i informació —com ara la ràdio, el cine, la televisió i Internet— són factors que afecten i modifiquen les conductes i els sentiments, i també les maneres de pensar i les aspiracions dels que consumeixen i fan servir els missatges dels mitjans audiovisuals. Tots aquests mitjans i els seus continguts són productes culturals, que circulen d'un lloc a l'altre sota formes diferents i, al mateix temps, repercuteixen d'una manera diferent sobre el país que els produeix i sobre els estrangers.

A partir d'aquí, es plantegen les qüestions sobre quin àmbit de la cultura d'un país hem de cuidar i preservar i, tot seguit, què poden fer els estats-nació per regular les seves indústries audiovisuals davant del món globalitzat. Finalment, en quina mesura l'estat-nació té l'obligació d'ocupar-se d'aquestes coses?

Aquest article exposa punts fonamentals per comprendre què passa a Mèxic en relació amb les seves polítiques audiovisuals davant de la diversitat cultural nacional i la globalització del mercat.

Mèxic té una diversitat cultural que ve de la seva història prehispanica, amb ètnies que continuen presents amb tradicions, llengües i formes d'organització social pròpies.

Aquesta diversitat cultural ha estat reelaborada per circumstàncies històriques concretes: la conquesta i la colonització per part del regne de Castella. Actualment, la situació està determinada per la situació geogràfica de Mèxic, al sud dels Estats Units i Canadà, dues potències industrials i tecnològiques. En aquest context es va signar el 1994 el Tractat de Lliure Comerç (TLC o NAFTA), amb l'objectiu d'integrar una zona de lliure comerç que parteix de la base d'una desigualtat tecnològica i econòmica. Això comporta una sèrie de desavantatges en l'intercanvi de les produccions de les indústries culturals audiovisuals.

Per començar a analitzar aquest complex fenomen actual s'exposen diverses definicions de globalització. Anirem aprofundint en la problemàtica que afronta Mèxic per preservar i difondre la cultura mexicana en matèria audiovisual enfront del mercat global.

La globalització i els tractats comercials

La idea de globalització, segons Francisco R. Dávila (2002, p. 28-29), es desprèn de la teoria general de la integració econòmica i destaca la necessitat d'articular l'economia mundial en un tot harmoniós. L'instrument jurídic per aconseguir aquesta integració són els tractats internacionals sobre intercanvis comercials. En aquest sentit, Mèxic participa en dos grans acords d'aquesta naturalesa: és membre del Tractat de Lliure Comerç, amb el Canadà i els EUA, i els acords de l'Organització Mundial del Comerç.

La teoria general de la "integració" global o "globalització" assimila elements importants de la teoria del comerç i, en especial, dels intercanvis a escala internacional. D'aquesta manera, tendeixen a desenvolupar-se amb més eficàcia i rapidesa i comporten canvis en el camp sociopolític i cultural. Per la seva part, Giddens (2000, p. 25) defineix la globalització com una sèrie complexa de processos i no pas un de sol. Aquests processos intervenen d'una manera contradictòria i antitètica. Giddens afegeix que les nacions perden part del seu poder econòmic, però també té un efecte contrari. La globalització no tan sols exerceix pressions cap amunt, sinó també cap avall, i crea noves pressions per a l'autonomia local. Giddens continua explicant que la globalització fa ressorgir identitats culturals locals a diferents parts del món. Els nacionalismes locals

broten com a resposta de les tendències globalitzadores, a mesura que els estats-nació més antics van perdent protagonisme. En aquest sentit, Dávila (2002, p. 45-46) diu que la situació de l'estat-nació davant de la "integració econòmica global" comporta un compromís polític, però representa, en canvi, una cessió de sobirania, que es veu compensada pels els eventuais beneficis d'una integració econòmica.

En el marc de la globalització (Sinclair 2000, p. 146-147), alguns governs han optat per protegir les seves indústries culturals i d'altres, no. Per una banda, trobem països com els Estats Units, amb enormes avantatges en comparació amb d'altres nacions i que no han de protegir el seu mercat. Per l'altra, trobem països que ni tan sols disposen d'una indústria cultural pròpia per protegir. Els països que s'han preocupat de protegir les seves indústries culturals, entre els quals trobem Mèxic, s'han enfrontat a moltes pressions. Després de la Segona Guerra Mundial es va establir l'Acord General sobre els Aranzels Duaners i el Comerç, més conegut com a GATT (General Agreement on Trade and Tariffs). Aquesta organització internacional es va crear per coordinar el comerç mundial d'una manera ordenada, però aquest acord no va incloure mai les indústries culturals. Per "indústries culturals" entenem la definició que en fa l'estudi crític i empíric de la producció i el consum dels productes audiovisuals, que dona compte de la recepció cultural i de les estructures de la producció i la distribució. No obstant això, Sinclair afegeix (2000, p. 145) que la intervenció de l'estat-nació en l'àmbit de les indústries culturals es deu al fet que aquestes indústries tracten idees i imatges —és a dir, cultura— i que no tan sols és la legitimitat del propi govern el que està en joc, sinó el control social, en terrenys com ara el sexe o la religió, i la seva capacitat per desenvolupar una cultura nacional, protegir la diversitat dels grups ètnics, les variants regionals i les influències històriques.

La globalització i les indústries culturals

Un moment històric a Mèxic va ser l'esclat de l'EZLN a Chiapas, al sud-est del país, on hi viu una gran part de les ètnies. El detonant del moviment va ser la signatura del Tractat de Lliure Comerç el gener del 1994, quan era

president Carlos Salinas de Gortari. D'aleshores ençà, continua present en l'actualitat nacional la discussió sobre els indígenes i la globalització. Segons Néstor García Canclini (1999, p. 45 i 75), la globalització és una conjunció de canvis tecnològics i mercantils que només adopta formes globals quan s'estableixen mercats planetaris de les comunicacions i les finances. A més, la globalització amaga els seus objectius culturals i genera canvis simbòlics profunds mitjançant processos d'integració econòmica regional, com ara el Tractat de Lliure Comerç. Per això, per comprendre les tendències del Mèxic actual, s'ha d'analitzar què ens queda de la conquesta i la colonització d'Amèrica, de les relacions modernes entre les nacions llatinoamericanes i les europees després de les independències del segle XIX, i què se n'ha fet dels intercanvis del segle XX i de la substitució parcial d'aquests vincles econòmics i culturals de la nova dependència dels Estats Units.

En general, la presència del Fons Monetari Internacional (FMI) a l'Amèrica Llatina per resoldre els desequilibris originats pel pagament del deute extern no era tan important en el passat com ho és actualment (Ferrer 1999, p. 77). Ara per ara, l'FMI i el Banc Mundial s'han convertit en els protagonistes permanents a l'hora de formular les polítiques econòmiques de diversos països de l'Amèrica Llatina. D'aquesta manera, es condiona i se supervisa des de l'exterior la política econòmica. La globalització, particularment la financera, influeix en tots els països que integren l'ordre global i limita els rangs de llibertat de les polítiques nacionals.

En aquest àmbit dels tractats i l'economia hi ha molts buits i confusions al voltant de la repercussió del Tractat de Lliure Comerç sobre les bases culturals i comunicatives de la nostra societat (Esteinou 1995, a *Comunicación y globalización*, "Los procesos de comunicación ante la integración trilateral", p. 177-178). Això es deu al fet que, en alguns casos, l'Estat va informar que les indústries culturals i tots els seus complexos entorns sí que s'inclourien en les negociacions i, en d'altres casos, va dir el contrari. Així doncs, quan es va signar el TLC es va donar la possibilitat que un 49% de l'accionariat de la televisió per cable fos de capital estranger. Abans, aquest sector estava reservat a mexicans o societats mexicanes amb clàusula d'exclusió d'estrangers. En el cine passa el mateix: abans de la signatura del TLC el 50% de la quota de pantalla estava reservada a

pel·lícules mexicanes i després es va reduir fins al 30%.

L'exemple més il·lustratiu va ser la compra el 20 de juny del 2002 del grup Cimex (*Revista Mexicana de Comunicación*, set.-oct. 2002, p. 1, secció "Bitàcora"). Les firmes Onex Corporation, del Canadà, i Oaktree Capital Management, dels Estats Units, van adquirir el 100% de Cinemex, una de les cadenes líders de cine a Mèxic, que té 31 complexos de 349 sales en total. Cinemex representa el 25% del mercat nacional i el 50% de la zona metropolitana de la Ciutat de Mèxic. L'operació es va valorar en 286 milions de dòlars.

Diversitat cultural, modernitat, mitjans de comunicació i telecomunicacions

El cert és que dins del context nacional mexicà hi ha indicadors importants que denoten "modernitat" i "globalització", sobretot en matèria d'inversió en telecomunicacions i televisió per cable i ràdio. També és cert, però, que en el context nacional cultural de Mèxic es té present la integració de la cultura indígena com a part de la nació mexicana i també el seu lloc enfront de l'economia mundial.

A continuació citarem algunes dates i informacions importants per interrelacionar les polítiques culturals audiovisuals de Mèxic enfront de la globalització.

- La població total de Mèxic és de 97.483.412 habitants i la població indígena registrada per l'Institut Nacional d'Estadística, Geografia i Història (INEGI) i el Consell Nacional de Població (CONAPO) és de 12.707.000 habitants, dels quals 5.995.636 és parlant de llengua indígena.

- El 12 d'octubre del 1992, en el marc de la celebració del 500 aniversari del descobriment d'Amèrica, organitzacions indígenes van fer protestes a la Ciutat de Mèxic i a San Cristóbal de las Casas (Chiapas), i també a d'altres parts del país. Aquest és considerat el punt de partida del nou moviment indígena.

- El 16 de febrer del 1996, al cap de dos anys de l'aixecament zapatista a Chiapas, el Govern federal i l'EZLN van subscriure els Acords de San Andrés Larráinzar, que inclouen el compromís d'aprovar una reforma constitucional sobre dret i cultura indígenes.

- L'1 de desembre del 2000, Vicente Fox va prendre

possessió del càrrec de president, elegit per al període 2000-2006. Fox es va comprometre a fer arribar el projecte de reforma indígena al Congrés i també va crear l'Oficina per al Desenvolupament dels Pobles Indígenes. Per la seva banda, es va designar com a director de l'Institut Nacional Indigenista (INI) Marcos Matías, primer indígena que ocupa el càrrec.

- El 15 d'agost del 2001 es va publicar al Diario Oficial la reforma constitucional sobre dret i cultura indígenes. Els zapatistes, que havien defensat el projecte de la COCOPA davant la cambra de diputats, van rebutjar prèviament el text aprovat.

- Tot això va desencadenar una reforma de la llei reguladora de l'audiovisual, en l'apartat de "mitjans i comunitats indígenes". El 24 de març del 2002 es va aplicar la iniciativa en la Llei de vies generals de comunicació i en la Llei de ràdio i televisió. L'objectiu d'aquesta doble iniciativa legislativa és que les comunitats indígenes puguin dirigir emissores de ràdio, sense que això comporti una concessió, sinó el reconeixement d'un dret humà fonamental, i també que les comunitats indígenes puguin emetre radiodifusions culturals.

La interpretació de la situació de Mèxic en aquest entramat audiovisual, polític i econòmic és resumida per Enrique Sánchez Ruiz (revista *Etcétera*, juliol del 2001, p. 50-52, "¡Ah producción! Concentración y leyes de la industria audiovisual"). Segons Sánchez Ruiz, a Mèxic hi ha tres tendències importants:

1) la transició cap a la democràcia, en què els mitjans de difusió són molt importants; 2) la globalització, fase actual del sistema capitalista mundial, amb la consegüent redefinició —però encara no desaparició— de l'estat-nació i la seva sobirania nacional; i 3) en el terreny tecnològic i empresarial, la convergència entre els sectors de la informàtica i altres tecnologies de la informació amb les telecomunicacions i amb el sector de les indústries culturals.

Per altra banda, la Comissió Federal de la Competència, creada en el sexenni del president Carlos Salinas de Gortari, ha començat a exercir algunes accions per controlar les fusions que es puguin traduir en situacions de control monopolista. Finalment, la Confederació de Telecomunicacions (CONFETEL, organisme governamental mexicà) té per objectiu defensar el dret sobirà de Mèxic

en la regulació de les seves telecomunicacions. Un altre dels objectius de la CONFETEL, en col·laboració directa amb la seva Coordinació General d'Afers Internacionals, és aconseguir que Mèxic sigui un dels principals interlocutors en les negociacions sobre les telecomunicacions internacionals, en l'àmbit multilateral, a fi d'aprofitar els avenços tecnològics amb qualitat i diversitat en benefici del país.

En el cas concret del sector audiovisual, la televisió va iniciar un procés de desregularització i privatització i va obrir les portes a la inversió estrangera (Sussman, a *Continental Order? 2001*, "Telecommunications after NAFTA México's Integration Strategy", p. 136-138). Segons l'autor, Mèxic s'hi va veure abocat per les pressions, sobretot dels EUA, el proveïdor més important de tecnologia del país, i en especial del sector de les telecomunicacions. Aquest punt concret serà, precisament, la clau de l'èxit o el fracàs del TLC. Val a dir que els EUA aporten una inversió de gairebé el 60% del Fons Internacional de Desenvolupament.

Pel que fa a la televisió, aquesta desregulació i privatització va reforçar el monopoli de Televisa i, en segon terme, Televisión Azteca. Són els dos consorcis privats més importants de Mèxic, que opten d'una manera massiva per emissions nord-americanes, en especial les sèries. Es calcula que un 40% de la programació difosa és d'origen nord-americà. Aquestes sèries es doblen al castellà per als canals de televisió en obert.

El grup Televisa és la companyia de mitjans de comunicació més gran del món de parla hispana. La Fundació Televisa promou el coneixement de la cultura i la història nacional i té com a objectiu fomentar la creació artística al nostre país, promoure el coneixement de la llengua castellana, divulgar les arts, les humanitats i les ciències de Mèxic i generar diàleg entre Mèxic i el món. Televisión Azteca, en canvi, no té cap projecte d'aquesta mena.

Enfront d'aquesta privatització de l'espai mediàtic, trobem canals de "servei públic" que volen completar l'oferta televisiva. D'aquesta manera, el Govern mexicà atorga una concessió a Canal 22-Televisión Metropolitana, gestionada pel Consell Nacional per a la Cultura i les Arts i per la Secretaria d'Educació Pública. El seu objectiu és acostar l'audiència a programes dels principals grups audiovisuals internacionals, així com la producció de programes de temàtiques que els mitjans mexicans no havien tingut gaire en compte. Canal 22 es considera, doncs, una televisió

pública. També hi ha el Canal 11 de l'Institut Politècnic Nacional, que es defineix a si mateix com una televisió educativa i cultural. No obstant això, aquestes dues televisions no tenen el mateix abast en el territori nacional dels principals canals de Televisa i Azteca TV.

En aquest sentit, no hi ha cap televisió indígena ni tampoc comunitària. El propi Institut Nacional Indigenista i l'Oficina del Govern per als Afers Indígenes apunten que hi ha un retard en aquest aspecte. En el Programa Nacional d'Assentaments Indígenes 2001-2006, en el capítol relatiu a la cultura i els drets, es posa de relleu que la diversitat cultural mexicana no és present ni en els mitjans públics ni en els comercials. Podem observar, doncs, les dificultats que troba la diversitat cultural a Mèxic a l'hora de projectar la seva identitat i forjar un imaginari propi. Més enllà de la realitat indígena de Mèxic, els canals de grans audiències (Televisa i Azteca TV) emeten sobretot continguts de producció nord-americana. Aquest panorama condiciona moltíssim la identitat mexicana i planteja qüestions sobre la cultural nacional del país.

En resum, tant l'Estat com la iniciativa privada afronten dilemes complexos per a la integració de la seva diversitat cultural nacional, a més de la seva conservació i difusió. Segons John Sinclair (2000, p. 101), els mitjans de comunicació —locals, nacionals o mundials— tenen una funció clau en la difusió dels continguts simbòlics d'acord amb els interessos dominants. Diguem que els mitjans a Mèxic estan al servei dels interessos contemporanis de la globalització, en què les grans i mitjanes empreses es disputen l'entrada als mercats internacionals.

En aquest context descobrim un entramat d'acords comercials internacionals, algunes vegades laberíntics. En el segle XXI, les cultures només podran sobreviure i projectar-se al món si tenen un mercat capaç de sustentar una indústria pròpia que generi continguts propis. Per això, les polítiques culturals nacionals estaran cada cop més lligades als compromisos de comerç internacional que adopti cada país. En aquest sentit, si es vol preservar la capacitat de decisió sobre qüestions culturals que afecten la integració nacional, s'ha de ser molt conscient que la cultura no s'ha de tractar com una altra mercaderia, sinó com un vehicle de símbols i valors socials.

Traducció del castellà: Marc Alba

Bibliografia

DÁVILA ALDÁS, F. R. (2002). *Globalización Integración, América Latina, Norteamérica y Europa*. México: Fonta-mara (1a ed.). ISBN 968-476-393-X.

ESTEINOU MADRID, J. (1995). "El proceso de comunicación ante la integración trilateral". A: *Comunicación, globalización y política*, col. Xicaténcatl, núm. 4. Universidad Autónoma del Estado de México, p. 177-178. ISBN 968-835-299-3.

FERRER, A. (1999). *De Cristóbal Colón a Internet; América Latina y la globalización*. Argentina: Fondo de Cultura Económica (1a ed.). ISBN 950-557-296-4.

GARCÍA CANCLINI (1999), N.. *La globalización imaginada*. México: Paidós (1a ed.). ISBN 968-853-434-X.

GIDDENS, A. (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. España: Taurus (1a ed.). ISBN 84-306-0385-9.

GÓMEZ VALERO, C. (2002). "Medios y comunidades indígenas". A: *Etcétera*, oct., núm. 24. México: Análisis Ediciones y Cultura S.A. de C., V., p. 12. 04-1999-0311083000-102.

LULL, J. (1997). *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*. Argentina: Amorrortu (1a ed.). ISBN 950-518-648-7.

SÁNCHEZ RUIZ, E. (2001). "Concentración y leyes en la industria audiovisual". A: *Revisa Etcétera*, jul. Mèxic: Análisis Ediciones y Cultura S.A de C., V., p. 50-51. 04 -1999-0311083000-102.

SINCLAIR, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. España: Gedisa (1a ed.). ISBN 84 -7432-785-7.

SUSSMAN, G. (2001). "Telecommunications after NAFTA: Mexico's Integration Strategy". A: MOSCO, V.; SCHILLER, D. *Continental Order?* Rowmand and Littlefield Publishers, INC United States of America, p. 136-138. ISBN 0-7425-953-2 i ISBN 07425-0954-0.

MÉXICO INDÍGENA (2002). *Acervos*. Nueva Época, núm. 1. Mèxic: Instituto Nacional Indigenista, p. 66. ISSN 0185-058DX.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN (2002). *Bitácora*. México: Fundación Manuel Buendía-Universidad de Occidente, any XII, núm. 59, set.-oct., p. 1. ISSN 0187-8190.