

México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural

Laura Márquez Elenes

- *El artículo analiza las políticas audiovisuales adoptadas en México para preservar, promover y proteger su diversidad cultural. El punto de partida es la posición de México frente a la globalización, la diversidad cultural y el impacto de las industrias culturales en el mercado. Para este fin se profundizan en temas fundamentales como los tratados comerciales, en los que se plantean los problemas de México al enfrentar acuerdos comerciales desde la desigualdad económica y tecnológica. Otra cuestión de gran relevancia en el tema de la diversidad cultural son los movimientos sociales como el del EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional). En efecto, el EZLN pone sobre la mesa la necesidad de integrar los grupos étnicos en el conjunto de la nación mexicana y al mismo tiempo, encarar la globalización de los mercados internacionales de forma participativa, respetuosa y plural. Todo ello en un entretejido de acuerdos comerciales internacionales (OMC y TLC), en los cuales aparecen como protagonistas las llamadas industrias culturales.*

Laura Márquez Elenes

*Catedrática del Instituto Tecnológico
y de Estudios Superiores de Monterrey, México*

esgrimma@yahoo.com.mx

México frente a la globalización

La diversidad cultural es un hecho, la discusión presente es cómo respetar y preservar la cultura de cada país. La economía de mercado, el intercambio de productos, bienes y servicios afecta día a día nuestra cotidianidad. Cada país vive el fenómeno en sus instituciones, en los individuos. Los intercambios comerciales han cobrado gran importancia así como los simbolismos que se atribuyen y concretizan al adquirir esos bienes o servicios. En estas dinámicas del mercado están los movimientos migratorios de individuos de una región a otra, ya sea dentro de un mismo país o mudando de éste.

El desarrollo tecnológico y el acceso a los medios de comunicación e información, como la radio, el cine, la televisión e Internet, son factores que impactan y modifican ya sean las conductas y los sentimientos, ya sea también las maneras de pensar y las aspiraciones de quienes consumen y usan los mensajes de los medios audiovisuales. Todos ellos y sus contenidos son productos culturales, que circulan de un lugar a otro de diferentes formas. Éstos impactan a su vez de formas variadas tanto en el país que los produce como en los extranjeros.

A partir de ahí, se plantean las siguientes cuestiones: qué ámbito de la cultura de un país debemos cuidar y preservar, e inmediatamente después, cómo los Estados-nación contribuyen en la regulación de sus industrias audiovisuales ante el mundo globalizado. Y finalmente, ¿en qué medida el Estado-nación estaría obligado a ocuparse de ello?

En el presente artículo se exponen puntos fundamentales para entender qué pasa en México respecto a sus políticas audiovisuales, ante la diversidad cultural nacional y la globalización del mercado.

México posee una diversidad cultural derivada por su historia pre-hispánica, con sus etnias que siguen presentes

con sus tradiciones, sus lenguas y sus formas de organización social. Esta diversidad cultural ha sido redelineada por circunstancias históricas concretas: la conquista y la colonización por el reino de Castilla. En la actualidad, la situación está determinada por la situación geográfica de México, al sur de Estados Unidos y Canadá, potencias industriales y tecnológicas. Es en este contexto en el que en 1994 se firma el Tratado de Libre Comercio (TLC o NAFTA), con el objetivo de integrar una zona de libre comercio que de inicio está formalizado desde la desigualdad en desarrollo tecnológico y económico. Esto trae como consecuencia una serie de desventajas en el intercambio de las producciones de las industrias culturales audiovisuales.

Para comenzar a explorar este complejo fenómeno actual se exponen diversas definiciones de globalización. Iremos particularizando en la problemática que enfrenta México para preservar y difundir la cultura mexicana en materia audiovisual frente al mercado global.

La globalización y los tratados comerciales

La idea de globalización escribe Francisco R. Dávila (2002 p-28, 29) se desprende de la teoría general de la integración económica y destaca la necesidad de articular la economía mundial en un todo armonioso. El instrumento jurídico para tal integración son los tratados internacionales sobre intercambios comerciales. En este sentido, hay que señalar que México participa en dos grandes acuerdos de esta naturaleza: el Tratado de Libre Comercio (TLC o NAFTA) entre Canadá, EE.UU. y México, y en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

La teoría general de la "integración" global o "globalización" asimila elementos importantes de la teoría del comercio y en especial de los intercambios a escala internacional. De esta manera tienden a desarrollarse con mayor eficiencia y rapidez, arrastrando tras de sí modificaciones en el campo socio-político y cultural. Por su parte Giddens (2000 p-25) define a la globalización como una serie compleja de procesos, y no solamente uno. Operan de manera contradictoria y antitética. Añade que las naciones pierden algo del poder económico que llegaron a tener, pero también tiene un efecto contrario. La globalización no solamente presiona hacia arriba, sino también hacia abajo, creando

nuevas presiones para la autonomía local. Continúa y explica que la globalización es razón del resurgimiento de identidades culturales locales en diferentes partes del mundo. Los nacionalismos locales brotan como respuesta a tendencias globalizadoras, a medida que el peso de los Estados-nación más antiguos disminuye. En este sentido Dávila (2002 p-45,46) escribe al respecto que la situación del Estado-nación ante la "integración económica global" implica un compromiso político, pero como contraparte representa una cesión de soberanía, que se ve compensada ante los eventuales beneficios de una integración económica.

En el marco de la globalización, (Sinclair 2000 p-146,147) existen gobiernos que han optado por proteger sus industrias culturales, y otros no. Por un lado, están países como Estados Unidos, con ventajas comparativas enormes frente a otras naciones y que no tienen que proteger su mercado. Por el otro, se encuentran países que ni siquiera cuentan con una industria cultural propia que proteger. Los países que se han preocupado por proteger sus industrias culturales, entre los cuales se encuentra México, se han enfrentado a muchas presiones. Después de la Segunda Guerra Mundial se estableció el Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio, mejor conocido como GATT (General Agreement on Trade and Tariffs). Esta organización internacional fue creada para la coordinación mundial del comercio de una forma ordenada: pero este acuerdo nunca incluyó las industrias culturales. Entendemos el término "industrias culturales" como lo define el estudio crítico y empírico de la producción y consumo de los productos audiovisuales, atendiendo la recepción cultural tanto como las estructuras de la producción y distribución. Sin embargo, añade Sinclair (2000 p-145), la intervención del Estado-nación en el ámbito de las industrias culturales se debe al hecho de que estas industrias tratan ideas e imágenes, o sea cultura, y que no solamente es la legitimidad del gobierno mismo la que está en juego sino el control social, en terrenos como el sexo o la religión, y su capacidad para desarrollar cultura nacional, proteger la variedad de grupos étnicos, variaciones regionales, e influencias históricas.

Globalización e industrias culturales

Un momento histórico en México fue el estallido del Ejército

Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas, al sureste del país, donde viven gran parte de las etnias. Detonó el movimiento precisamente al ser firmado el Tratado de Libre Comercio en enero de 1994, siendo presidente Carlos Salinas de Gortari. A partir esa fecha hasta el momento actual, sigue presente en la agenda nacional la discusión sobre los indígenas y la globalización. Néstor García Canclini (1999 p-45 y 75) dice que la globalización es una conjunción de cambios tecnológicos y mercantiles que sólo adopta formas globales cuando se establecen mercados planetarios de las comunicaciones y las finanzas. Añade que la globalización lleva escondidos sus objetivos culturales, generando cambios simbólicos profundos mediante procesos de integración económica regional, tales como el Tratado de Libre Comercio. Por eso, para entender las tendencias del México actual, se trata de analizar qué permanece de la conquista y la colonización de América, de las relaciones modernas entre las naciones latinoamericanas y las europeas después de las independencias del siglo XIX, y qué permanece de los intercambios durante el siglo XX, y de la sustitución parcial de estos vínculos económicos y culturales de la nueva dependencia de Estados Unidos.

En general la presencia del Fondo Monetario Internacional (FMI) en América Latina para resolver los desequilibrios originados por el pago de la deuda externa no era tan importante en el pasado como en la actualidad (Ferrer 1999 p-77). En los momentos presentes, el FMI junto al Banco Mundial se han convertido en los protagonistas permanentes en la formulación de políticas económicas de diversos países de Latinoamérica. De este modo, se condiciona y monitorea desde el exterior la política económica. La globalización, particularmente la financiera, influye en todos los países que integran el orden global y limita los rangos de libertad de las políticas nacionales.

En este ámbito de los tratados y de la economía, existen muchas lagunas y confusiones sobre la forma en que las bases culturales y comunicativas de nuestra sociedad van a verse afectadas por el Tratado de Libre Comercio (Esteinou 1995 en *Comunicación y Globalización* "Los procesos de Comunicación ante la Integración trilateral " p-177,178). Esto es debido a que en algunos casos el Estado informo que las industrias culturales y todos sus complejos aledaños sí serían incluidos dentro de las negociaciones, y

en otros casos afirmó que no. Así por ejemplo, al firmarse el TLC, se abrió la posibilidad de que un 49% del accionariado de la televisión por cable estuviera en manos extranjeras. Anteriormente, éste era un sector reservado a mexicanos o a sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros. En la cinematografía ocurre otro tanto: antes de la firma del TLC, el 50% de cuota de pantalla estaba reservada a películas mexicanas, cuota que se vio reducida al 30%.

El ejemplo más ilustrativo fue la compra el 20 de Junio de 2002 del grupo Cimex (*Revista Mexicana de Comunicación* Sep-Oct 2002 p- 1 sección "Bitácora"). Las firmas Onex Corporation, de Canadá, y Oaktree Capital Management, de Estados Unidos, adquirieron el 100% de Cimex, una de las cadenas líderes de cine en México, que tiene 31 complejos con un total de 349 salas. Cinemex atiende al 25% del mercado nacional y al 50% de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. La operación fue valorada en 286 millones de dólares.

Diversidad Cultural, modernidad, medios de comunicación y telecomunicaciones

Lo cierto es que dentro del contexto nacional mexicano existen indicadores importantes que avisan "modernidad" y "globalización", sobretudo en materia de inversión tanto en telecomunicaciones, como en televisión por cable y radio. Pero también es cierto que en el contexto nacional cultural mexicano está presente en la agenda la integración de la cultura indígena como parte de la nación mexicana, así como también su lugar ante la economía global.

Citaremos unas fechas y datos importantes para interrelacionar las políticas culturales audiovisuales de México ante la globalización.

- La población total de México es de 97.483.412 habitantes, y la población indígena registrada por el INEGI (Instituto Nacional de estadística Geografía e Historia) y CONAPO (Consejo Nacional de Población) es de 12.707.000 de habitantes, de los cuales 5.995.636 es hablante de lengua indígena.
- El 12 de octubre de 1992, en el marco de la celebración del 500 aniversario del descubrimiento de América, organizaciones indígenas realizaron protestas en la Ciudad

de México y en San Cristóbal de las Casas (Chiapas), además de otras partes del país. Este es considerado el punto de arranque del nuevo movimiento indígena.

- El 16 de febrero de 1996, dos años después del levantamiento zapatista en Chiapas, el Gobierno Federal y el EZLN suscribieron los Acuerdos de San Andrés Larráinzar, que incluyen el compromiso de aprobar una reforma constitucional sobre derecho y cultura indígena.

- El primero de diciembre del 2000, Vicente Fox tomó posesión como presidente, electo para el período 2000-2006. Fox se comprometió a enviar el proyecto de reforma indígena al Congreso. Así mismo, creó la oficina para el desarrollo de los Pueblos Indígenas. Por su parte, se designó como director del Instituto Nacional Indigenista (INI) a Marcos Matías, primer indígena en ocupar el cargo.

- Para el 15 de agosto del 2001, se publica en el Diario Oficial la reforma constitucional sobre derecho y cultura indígenas. Los zapatistas, quienes habían abogado ante la Cámara de Diputados por el proyecto de la COCOPA, rechazaron previamente el texto aprobado.

- De todo esto se desencadenó una reforma a la ley en materia audiovisual, en el apartado de Medios y Comunidades Indígenas. El 24 de marzo de 2002 se lanzó la iniciativa a la Ley de Vías Generales de Comunicación, y a la Ley de Radio y Televisión. Esta doble iniciativa legislativa tiene como objetivo que las comunidades indígenas puedan operar estaciones de radio, sin que ello implique una concesión sino el reconocimiento de un derecho humano fundamental, y también para que las comunidades indígenas puedan establecer radiodifusoras culturales.

La interpretación de la situación de México en este entretendido de lo audiovisual, la política y la economía lo resume Enrique Sánchez Ruiz (Revista *Etcétera* Julio 2001 p-50 a 52 "¡Ah producción! Concentración y leyes de la industria audiovisual") cuando señala que en México hay tres tendencias importantes:

Primera, la transición a la democracia, en la que los medios de difusión tienen gran importancia. Segunda, la globalización, fase actual del sistema capitalista mundial, con la consecuente redefinición, aunque todavía no desaparición del Estado-nación, y de su soberanía nacional. Y tercera, en el terreno tecnológico y empresarial, la convergencia entre los sectores de la computación y demás tecnologías de la información con las telecomuni-

caciones y con el sector de las industrias culturales.

Por otra parte, cabe mencionar la existencia de la Comisión Federal de Competencia, creada en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, la cual ha comenzado a ejercer algunas acciones para controlar fusiones que se puedan traducir en situaciones de control monopólico. Y finalmente, la Confederación de Telecomunicaciones (CONFETEL, organismo gubernamental mexicano) tiene como misión la defensa del derecho soberano de México en la regulación de sus telecomunicaciones. La CONFETEL, en coordinación directa con su Coordinación General de Asuntos Internacionales, también pretende posicionar a México como uno de principales actores en las negociaciones sobre las telecomunicaciones internacionales, en el ámbito multilateral, con el fin de aprovechar oportunamente los avances tecnológicos con calidad y diversidad en beneficio del país.

En el caso concreto del sector audiovisual, la televisión inició un proceso de desregularización y privatización, y se abrió a la inversión extranjera (Sussman, en *Continental Order? 2001 "Telecommunications after NAFTA México's Integration Strategy"* p-136 a 138). Según el autor, México estuvo presionado a ello, al ser EEUU el mayor proveedor de tecnología hacia México y en especial en el sector de las telecomunicaciones. Precisamente, este punto concreto será la clave para el triunfo o fracaso del TLC. Conviene resaltar que EEUU aporta una inversión de cerca el 60% del Fondo Internacional de Desarrollo.

En televisión, esa desregularización y privatización fortaleció al monopolio Televisa y en segundo término a Televisión Azteca. Son los dos consorcios privados más importantes de México, que optan de manera masiva por emisiones norteamericanas, en especial las series. Se calcula que un 40% de la programación difundida es de origen norteamericano. Estas series son dobladas al español para los canales de televisión en abierto.

El grupo Televisa se manifiesta como la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana. La Fundación Televisa promueve el conocimiento de la cultura e historia nacional, y tiene como objetivo fomentar la creación artística en nuestro país, alentar el conocimiento de la lengua española, divulgar las artes, las humanidades y las ciencias de México y propiciar el diálogo entre México y el mundo. Por su parte, Televisión Azteca no

posee ningún proyecto de este tipo.

Frente a esta privatización del espacio mediático, encontramos canales de “servicio público”, que pretenden completar la oferta televisiva. De esta forma, el Gobierno mexicano otorga una concesión al Canal 22-Televisión Metropolitana, gestionada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y por la Secretaría de Educación Pública. Su objetivo es el acercar a la audiencia a programas provenientes de los principales acervos audiovisuales internacionales, así como la producción de programas cuyos temas no habían sido suficientemente atendidos por los medios en México. Se considera una televisora pública. También está el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (Institución educativa a nivel superior universitario) que se autodefine como educativa y cultural. Sin embargo estas dos televisoras no tienen el alcance similar en el territorio nacional de los principales canales de Televisa y de TV Azteca.

En este sentido, hay que señalar que no existe ninguna televisión indígena, ni tampoco televisión comunitaria. El mismo Instituto Nacional Indigenista y la Oficina del Gobierno para Asuntos Indígenas señalan un rezago en este aspecto. En el Programa Nacional de asentamientos Indígenas 2001-2006, en el capítulo concerniente a la Cultura y los Derechos, se destaca que la diversidad cultural mexicana está ausente tanto en los medios públicos como en los comerciales. Se puede observar, pues, las dificultades que encuentra la diversidad cultural en México para proyectar su identidad y forjar un imaginario propio. Y más allá de la realidad indígena México, encontramos que

los canales de audiencia masiva (Televisa y Azteca TV) emiten mayoritariamente contenidos de producción estadounidense. Este panorama condiciona sobremanera la identidad mexicana y plantea cuestiones sobre la cultura nacional del país.

En resumen, tanto el Estado como la iniciativa privada encaran dilemas complejos para la integración de su diversidad cultural nacional, además de su conservación y difusión. John Sinclair (2000 p-101) apunta que los medios de comunicación ya sean locales, nacionales o globales, tienen un papel clave en la difusión de los contenidos simbólicos acordes a los intereses dominantes. Digamos que los medios en México sirven a los intereses de globalización contemporáneos, donde las grandes y medianas empresas se están jugando el entrar a los mercados internacionales.

Y en este contexto, descubrimos un entretejido de acuerdos comerciales internacionales, algunas veces laberínticos. En el siglo XXI, las culturas sólo podrán sobrevivir y proyectarse al mundo si tienen un mercado capaz de sustentar una industria propia que genere contenidos propios. Por esto, las políticas culturales nacionales estarán cada vez más ligadas a los compromisos de comercio internacional que adopte cada país. En este sentido, si se quiere preservar la capacidad de decisión sobre cuestiones culturales que afecten la integración nacional, hay que ser muy conscientes de que la cultura debe ser tratada no como una mercancía más, sino como instrumento vehiculador de símbolos y valores sociales.

Bibliografía

- DÁVILA ALDÁS, FRANCISCO R. *Globalización Integración ,América Latina, Norteamérica y Europa.*1ª ed. México: Fontamara, 2002 . ISBN 968-476-393-X. Rowmand and Littefield Publishers, INC United States of America. 2001 p,136-138. ISBN 0-7425-953-2 y ISBN 07425-0954-0.
- ESTEINOU MADRID, JAVIER." El Proceso de Comunicación ante la Integración Trilateral": En: *Comunicación, globalización y Política.* En Colección Xicaténcatl No 4.Universidad Autónoma del Estado de México: 1995 p.177.178. ISBN 968-835-299-3. MÉXICO INDÍGENA ,"*Acervos*".México 1 agosto 2002 Nueva Época Núm 1 Ed : Instituto Nacional Indigenista .p 66. ISSN 0185-058DX.
- FERRER, ALDO. *De Cristóbal Colón a Internet; América Latina y la globalización.* 1ª ed. Argentina :Fondo de Cultura Económica,1999. ISBN 950-557-296-4. REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN. "*Bitácora*". México. ed:Fundación Manuel Buendía-Universidad de Occidente, año XII Núm 59 Sep-Oct 2002 .p-1. ISSN 0187-8190.
- GARCÍA CANCLINI NÉSTOR. *La Globalización imaginada.*1ª ed. México: Paidós,1999. ISBN 968-853-434-X.
- GIDDENS ANTHONY. *Un Mundo Desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas.*1ª ed. España: Taurus, 2000. ISBN 84-306-0385-9.
- GÓMEZ VALERO CARLOS. Medios y Comunidades Indígenas en Revista *Etcétera.* Oct 2002. Núm 24. México. Ed: Análisis Ediciones y Cultura S.A. de C.,V. p.12. 04-1999-0311083000-102.
- LULL JAMES. *Medios, Comunicación y Cultura. Aproximación global.* 1ª ed. Argentina: Amorrortu ,1997. ISBN 950-518-648-7.
- SÁNCHEZ RUIZ ENRIQUE. Concentración y leyes en la Industria audiovisual. En *Revisa Etcétera.* Julio 2001. México. ed: Análisis Ediciones y Cultura S.A de C,V. p.50,51. 04 –1999-0311083000-102.
- SINCLAIR JOHN. *Televisión: Comunicación global y regionalización.*1ª ed: España. Gedisa.2000. ISBN 84 - 7432-785-7.
- SUSSMAN GERALD." Telecommunications after NAFTA: México's Integration Strategy". En: *Continental Order?* En: VINCENT MOSCO AND DAN SCHILLER., eds.