

O cinema no México: globalização, concentração e contração de uma indústria cultural

*Enrique E. Sánchez Ruiz**

Este trabalho é um avanço da pesquisa em curso sobre "A globalização, o TLC¹ e o espaço audiovisual mexicano", neste caso desenvolvendo um pouco mais a descrição de como a indústria cinematográfica mexicana tem sido afetada ao continuar articulando-se assimetricamente ao processo globalizador e, em particular, ao "mercado comum" norte-americano em gestação (ainda que na realidade os intercâmbios sejam quase unicamente bilaterais: do México com os Estados Unidos e do Canadá com os Estados Unidos; em muito menor medida, do Canadá com o México, em particular com relação ao tipo de mercadorias de que nos ocupamos aqui). Discutimos primeiro, muito brevemente, a noção mesma de "globalização" e o que tem de novidades - ou não -, vista desde os fluxos históricos de longo prazo. Em seguida, descrevemos a forma em que a indústria cinematográfica mexicana, internacionalizada praticamente desde seu nascimento, durante este decênio está imersa em um processo acelerado de **contração, concentração** e (cada vez maior) **transnacionalização**

* Professor-pesquisador, Departamento de Estudos em Comunicação Social, Centro Universitário de Ciências Sociais e Humanidades, Universidade de Guadalajara.

embora neste último sentido, não "para fora", mas em forma receptiva e subordinada. Quer dizer, que pelo menos no caso do cinema, que chegou a ser uma indústria pujante para o México e uma forma de presença cultural nos mercados de exportação, especialmente da América Latina e na fatia de falantes de espanhol dos Estados Unidos, o estado atual da globalização significa sua quase desaparecimento e a "reconversão" do cinema mexicano praticamente a um mercado de recepção-consumo de importações.

Finalizamos o estudo referindo-nos às políticas de comunicação e cultura que instrumentaliza o "outro sócio menor" do TLC, Canadá, mesmo que tendam a **promover** e **proteger** seu espaço audiovisual (seus mercados e suas indústrias), na medida em que as ações e estratégias desse país contrastam com o "**neolivrecambismo**" **extremo** que caracteriza as políticas dos governos mexicanos a respeito.

GLOBALIZAÇÃO, LIVRE COMÉRCIO E INDÚSTRIA CULTURAL

É necessário, pouco a pouco, conhecer os novos traços do mundo contemporâneo que implicam a globalização como verdadeira novidade história, fazendo de lado modas, mitos e "a fetichização do fenômeno"², assim como diferenciando as coisas novas do que vem de longos processos históricos anteriores³. Apesar de sua carta de naturalização no discurso cotidiano, a globalização para muitos segue sendo uma novidade, ainda que há quem sustente que este processo não começou há pouco, mas que, de fato, foi acompanhando a expansão da "civilização ocidental" ou, mais precisamente, a do sistema capitalista mundial. A pesquisadora estadunidense de meios de comunicação, Marjorie Ferguson, tem a mesma opinião:

... se o processo de globalização começou com os exploradores e descobridores dos séculos XV e XVI, eles se anteciparam e encobrem os sucessos de suas contrapartes atuais na exportação da

tecnologia, os bens e a indústria cultural de seu tempo. De fato, então foi o Cristianismo no lugar de Madonna, mas ... é importante recordar que a influência exportadora de bens econômicos e culturais caracterizou as relações internacionais de poder através dos séculos.⁴

Assim, de uma perspectiva de "longa duração" no sentido de Braudel⁵, a inserção da América Latina ao sistema mundial não começou com a televisão, as "novas tecnologias de comunicação" ou a Internet. O fim do "longo século XVI", nas palavras de Immanuel Wallestein, a partir da expansão do capitalismo comercial, prefigurou (e configurou) historicamente o que agora se conhece como "moderno sistema mundial".⁶ Deste ponto de vista de longo prazo, então, o processo globalizador, cujo motor principal tem sido a internacionalização do capital,⁷ mas não se esgota nos fatores econômicos, tem sido lento ainda que em uma constante aceleração dos movimentos históricos. Em termos culturais, a constituição do "moderno sistema mundial" tem significado a "ocidentalização" de culturas e civilizações, algumas vezes mediante a conquista armada, em outras ocasiões por influência e imitação, a maioria das vezes com a mediação da dominação econômica⁸. Mas as culturas continentais, regionais e nacionais **sempre resistiram** ou pelo menos **foram sempre criativas**, assim que em todo o mundo, em diferentes momentos históricos, surgiram e se desenvolveram "novas" versões, híbridas ou "mestiças", das diversas formas dominantes que adotou a "civilização ocidental". Esta, por sua vez então, situada em diferentes momentos em diversos "centros históricos de irradiação" (centros hegemônicos), foi influenciada, modificada e enriquecida por outras culturas e civilizações, de tal maneira que não falamos de um "monolito", puro e intocado em sua essencialidade, que se impõe historicamente, apagando em definitivo o que existia antes, apesar de sua dominação em última instância.⁹

Este século presenciou a aceleração do tempo histórico, em termos da internacionalização-globalização de economias, políticas e culturas,¹⁰ em especial diante do surgimento e desen-

volvimento das grandes corporações transnacionais, que não conhecem mais fronteiras que as da rentabilidade em escala global, e mediante a emergência da "terceira" revolução tecnológico-industrial". Todo este longo processo histórico trouxe mudanças para a divisão internacional do trabalho, e para o lugar do México na mesma. Consistiu na paulatina articulação e interdependência (desigual) dos estados nacionais ao moderno sistema capitalista mundial.

Então, por globalização entendemos aquele processo atual de cada vez maior - e mais acelerada - articulação e interdependência (desigual) entre países e regiões do mundo, a partir da intensificação das articulações funcionais, em diversos territórios, entre as fases do circuito do capital (financiamento; compra de insumos, matérias primas e força de trabalho; produção; distribuição e consumo - "realização" do valor excedente gerado - e conversão a novo capital financeiro), ao longo e amplo espaço mundial.¹² Este processo, no princípio econômico está acompanhado de novas configurações políticas do mapa mundial, redefinindo os papéis dos atores nacionais (Estados, governos, empresas, classes e movimentos sociais) e extranacionais (velhos e novos organismos internacionais, empresas transnacionais, organizações não governamentais etc.) no cenário mundial. Os maiores e mais acelerados (ainda que também desiguais) contatos entre as múltiplas culturas que povoam o planeta constituem outro traço fundamental do "novo mapa do mundo".¹³ Néstor García Canclini ilustra com alguns exemplos:

... compramos um carro Ford montado na Espanha, com vidros feitos no Canadá, carburador italiano, radiador austríaco, cilindros e bateria ingleses e o eixo de transmissão francês. Ligo meu televisor fabricado no Japão e o que vejo é um filme-mundo, produzido em Hollywood, dirigido por um cineasta polaco com assistentes franceses, atores e atrizes de dez nacionalidades, e em cenas filmadas nos quatro países que deram financiamento para fazê-lo. As grandes empresas que nos fornecem alimentos e roupa, nos fazem viajar e engarrafar-nos em estradas idênticas em todo o planeta, fragmentam o processo de produção fabricando cada parte dos bens nos países onde o custo é menor. Os objetos perdem a relação de fidelidade

com os territórios originais. A cultura é um processo de encaixe multinacional, uma articulação flexível de partes, uma montagem de recortes que qualquer cidadão de qualquer país, religião ou ideologia pode ler e usar.¹⁴

Garcia Canclini parece apresentar no parágrafo citado um processo de "equiparação", onde todos de todas as partes temos acesso a tais maravilhas da integração econômico-cultural mundial. No entanto, o mesmo pesquisador comentou em outro lugar que: "Pese a diversidade e intensidade dos processos de globalização, esta não implica a unificação indiferenciada nem a pauta em relação simultânea de todas as sociedades entre si. Os países ascendem de maneira desigual e conflituosa aos mercados econômicos e simbólicos internacionais".¹⁵ Então, a globalização a rigor não implica em contato e a articulação horizontal e igualitária de "todos com todos" (a imagem da "aldeia global"). Como o mencionamos antes, o processo expansivo do sistema capitalista mundial e da "civilização ocidental" nunca pôde prescindir de hegemonias mundiais e regionais. Hoje estamos presenciando a constituição de grandes blocos econômico-políticos, que se articulam de maneira desigual ao sistema mundial.¹⁶ Paradoxalmente, a "globalização" está tomando a forma de um processo de **regionalização** da economia política mundial.¹⁷ Dentro deste processo recente, se situa a assinatura e a aplicação do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (TLC), entre Canadá, Estados Unidos e México. Em virtude deste acordo trilateral, está se constituindo um mercado conjunto de mais de 390 milhões de consumidores, com um produto econômico maior ao da Comunidade Econômica Européia.¹⁸ No entanto, diversos setores da população dos três países se preocuparam, mesmo antes da assinatura do tratado, com suas implicações em termos de equidade e justiça (tanto no interior de cada país como especialmente em relação aos múltiplos vínculos entre eles).¹⁹

Canadá já teria a experiência de um acordo bilateral com os Estados Unidos, firmado em 1987, do qual ainda não há consenso acerca de seu resultado benéfico ou não para esse país.²⁰

Em particular, o Canadá mostrou reticência ao que se tratara nas negociações no campo das indústrias culturais em igualdade de condições com qualquer outra área econômica, porque os canadenses pensam que a indústria cultural tem conseqüências importantes em sua identidade nacional.²¹ Esta percepção se agudizou recentemente à luz da tendência separatista de Quebec e outras zonas que não falam inglês, como algumas comunidades indígenas.²² Um balanço, relativamente recente, mostra que:

Companhias norte-americanas já controlam as indústrias canadenses em grande medida. Interesses norte-americanos controlam os 93% do negócio do cinema e vídeo, 90% da indústria de discos, 92% da edição de livros, e ganham cerca de 350 milhões de dólares anuais pelas vendas de programas televisivos ao Canadá.²³

Assim, alguns canadenses consideram que as indústrias culturais locais devem ser protegidas e impulsionadas, pela sua "vital importância para desenvolver, expressar e refletir o que distingue a nossa identidade canadense".²⁴ No México há também dúvidas sobre se a maior e mais acelerada integração econômica que está ocorrendo não chegará a uma **maior** subordinação econômica, política e cultural em relação ao país vizinho do norte.²⁵ Da perspectiva das administrações norte-americanas, que iniciaram e consolidaram as negociações (do "Plan Baker" até o governo de Bill Clinton), este poderia ser o começo de um mercado comum "panamericano" hegemônico pelos Estados Unidos. O primeiro passo se deu na "Conferência das Américas" que teve lugar em Miami, E.U.A., em dezembro de 1994 e durante a qual os chefes de estado de 34 nações deste hemisfério acordaram a criação de uma zona livre de comércio, cujas negociações se veriam culminadas no ano 2005.²⁶ Que repercussões estão tendo todos estes fatos e processos recentes sobre nossas indústrias culturais, em particular sobre o cinema mexicano? Em outros lugares fizemos uma crítica aos pressupostos neoliberais (a teoria neo-ricardiana das vantagens comparativas) que subjazem ao Tratado de Livre Comércio, mas por razões de espaço não é possível repetir aqui.²⁷ Porém, no caso da cinematografia, parece que "as

forças do mercado" estão nos situando como meros consumidores e, depois de termos sido em diversos momentos grandes produtores e exportadores de filmes, nossa atual "vantagem comparativa" seria a de constituir um público quase cativo do "cinema-mundo" norte-americano, como veremos em seguida. Igualmente, cremos já haver demonstrado que o setor audiovisual mexicano, em especial o cinema e a televisão, desde sua gênese esteve articulado desigualmente ao "mercado mundial", quer dizer, no caso mexicano quase exclusivamente ao setor correspondente norte-americano.²⁸ É dizer, que em todo caso o TLC havia acelerado tendências que já estavam ocorrendo, em termos de uma "interdependência assimétrica" entre o mercado mexicano e o norte-americano, mas não tem, até agora, muita novidade produzida pelo tratado neste setor.

Na seção seguinte faremos uma ligeira descrição de como está ocorrendo o processo de contração da indústria cinematográfica mexicana, sua concentração cada vez maior, assim como a intensificação de sua articulação subordinada aos mercados mundiais, em particular com nosso principal "sócio" no Tratado de Livre Comércio da América do Norte, aquilo que dá um significado distinto à "globalização" cinematográfica no México.

O CINEMA MEXICANO E SUAS ARTICULAÇÕES COM O MERCADO MUNDIAL

Como se sabe, durante o governo de Luis Echeverría (1971-1976) a cinematografia mexicana foi quase totalmente estatizada, ainda que não necessariamente "nacionalizada", mas as administrações seguintes se encarregaram de "devolver" o cinema à iniciativa privada. Isto trouxe como consequência uma (**relativa**) menor concentração em seu controle, no sentido de que se abriram as portas a uns poucos competidores da iniciativa privada, especialmente na produção e na distribuição de filmes. A "liberalização" da indústria cinematográfica alcançou seu auge e

formalização legal com a nova Lei Federal de Cinematografia, cujo projeto foi enviado por Carlos Salinas de Gortari a 19 de novembro de 1992 e a qual foi aprovada, praticamente sem discussão em dezembro de 1992 pelas Câmaras de Senadores e de Deputados. Membros da comunidade cinematográfica e da oposição criticaram a nova legislação "por fomentar e fortalecer os monopólios e abrir o mercado nacional ao cinema estrangeiro".²⁹ Enquanto a legislação anterior estabelecia como obrigação que as salas cinematográficas dedicassem os 50% de seu tempo de exibição às produções nacionais, a nova disposição previa uma diminuição paulatina a 20%, até alcançar os 10% em 1997.³⁰ Em 1992 desapareceu, por bancarota, a distribuidora estatal Películas Nacionais (principal distribuidora de filmes mexicanos) e no ano seguinte foi privatizada a já então "reduzida" Cadena Operadora de Teatros (COTSA), que pertencia também ao Estado e que exibia uma proporção considerável do cinema mexicano.

Diante das políticas "neoliberais", que se supõem deixaram o setor à mercê das "leis" da oferta e da demanda, a situação que a indústria cinematográfica nacional apresenta atualmente se traduziu em três principais características: a) um processo quase inexorável de contração, em particular da produção nacional; b) outro de concentração em umas poucas empresas, tanto da produção como da distribuição e da exibição; e c) uma acelerada transnacionalização, quer dizer, uma articulação subordinada e receptiva cada vez maior ao mercado mundial, por sua vez dominado pela indústria cultural mais poderosa do mundo, a dos Estados Unidos.

PRODUÇÃO

A produção cinematográfica mexicana nos últimos anos diminuiu de maneira alarmante, muito provavelmente em virtude das terríveis crises econômicas pelas quais atravessou o país entre 1982 e a primeira metade dos anos noventa³¹ (veja Gráfico 1).

Pode-se observar no gráfico que, diante de uma retração do Estado na produção cinematográfica, já não há um crescimento real de 1980 a 1989,³² o que demonstra uma crise importante no cinema mexicano.³³ No entanto, a produção dos anos oitenta se mostra com um ligeiro incremento em relação aos decênios anteriores. Partindo destes dados, Ulgade e Reygadas relacionaram uma série de fatos e hipóteses no início dos anos noventa, que transcrevemos na íntegra por ter implicações com o processo de concentração da produção cinematográfica no México:

O "magnífico" crescimento anterior é enganoso, porque foi produto de duas circunstâncias únicas que já concluíram seu ciclo. A primeira delas foi que durante a década [dos anos oitenta] existiu um enfrentamento entre os grandes grupos dedicados à produção. Por um lado estiveram os produtores "mexicanos" que dominavam e obtinham seus lucros dos cinemas de língua espanhola no sul dos EUA; pelo outro estava o grupo com base na televisão; e finalmente o conhecido como os "produtores tradicionais" (...). Enfim, dado que a maneira de controlar as datas de exibição é por volume de fitas disponíveis, os três grupos produziram o mais que puderam, criando-se assim um excedente de filmes. A segunda circunstância tem a ver com o fato de que, durante a segunda metade da década, existiu um ingresso adicional para a indústria cinematográfica devido à venda para comercialização em vídeo dos velhos filmes mexicanos. Isto determinou o regresso à indústria até mesmo de velhos produtores que a haviam abandonado já há tempo.

Ao entrar na década dos anos noventa, por um lado, o vídeo já chegou a um primeiro equilíbrio entre produção e consumo, e por outro, no enfrentamento entre os grupos já se revela claramente como ganhador o grupo Televisa.

(...) Ao acabar a competição entre os grupos, o nível quantitativo da produção se estabilizará e tenderá à baixa no número de filmes anuais.³⁴

De fato, tinham razão estes analistas, pois o panorama para os anos noventa não parecia muito alentador no transcorrer da década, com uma diminuição abismal dos 104 filmes produzidos em 1990, aos 14 filmes que se produziram em 1995, e os 16 de 1996 (ver gráfico 1).³⁵ Em 1985, havia no México 152 companhias produtoras de longas-metragens, das quais 148 se situam no Distrito Federal.³⁶ Em 1997, as empresas produtoras de longas-

metragens, inscritas na Câmara Nacional da Indústria Cinematográfica e do Videograma (Canacine), eram 89; só três anos antes, o registro era de 128.³⁷ Claramente, tem diminuído o número de produtoras ativas no total. Por exemplo, no diretório de produtores da página web do Instituto Mexicano de Cinematografia (Imcine), somente se alistam 47 empresas. Junto com a contração, há uma concentração crescente no controle da produção, pois, por exemplo, para o biênio 1983-84, as companhias privadas que mais longas-metragens produziram foram: Produções Fílmicas Agrasánchez, com novos filmes, Televicine, com oito e, com quatro cada uma, Produções Hermanos Tamez, Produções Águila e Cinematografía Rodríguez.³⁸ A empresa Televicine é a divisão cinema do consórcio Televisa. Em 1986, Televicine produziu sete filmes (10% do total produzido esse ano). Apesar de que não houve um crescimento espetacular das produções de Televicine, que se fundou em 1978, com o estabelecimento de sua própria companhia distribuidora, Videocine, já para fins dos anos oitenta e princípio dos anos noventa, se revelou como a empresa hegemônica na cinematografia mexicana, acompanhada das grandes companhias norteamericanas. Por exemplo, em 1993 Televicine "monopolizou 65% das produções e coproduções do cinema mexicano"³⁹, em 1996, quando se realizaram 16 filmes dos quais três foram coproduções, Televicine conseguiu produzir cinco.⁴⁰ Além do domínio que está ganhando a Televisa, ao integrar-se vertical e horizontalmente, é clara - e alarmante - a contração da cinematografia mexicana. Para fazer uma comparação, um estudo do Observatório Audiovisual Europeu falava de países que produziam um grande número de filmes por ano (mais de 40), outros com um nível médio de produção (21 a 40 filmes anuais), alguns outros com baixa capacidade de produção (entre 10 e 20 ao ano), e países com produção marginal.⁴¹ O México havia passado do primeiro grupo, com uma produção nos anos oitenta superior a da Espanha, Alemanha e Inglaterra e de um nível similar ao da Itália, ao de baixa produção, ao nível de países pouco ou nada conhecidos por sua participação nos mercados de filmes.

Uma possibilidade de reviver um pouco a indústria cinematográfica no México, no âmbito da produção, é a de fazer do país uma maquiadora de filme de Hollywood. Se bem que desde os anos quarenta e cinquenta se realizaram filmes norte-americanos no país, por exemplo no estado de Durango que durante alguns anos se converteu no "set" para a realização de filmes do "velho oeste"; isto ocorreu simultaneamente à realização crescente de filmes mexicanos. No entanto, como vimos, a produção mexicana está declinando dramaticamente. Uma solução que se propõe no presente é, por exemplo, utilizar os Estúdios Churubusco, famosos pela sua grande capacidade, para que sirvam de locações para filmes estrangeiros, especialmente os "filmes-mundo" hollywoodianos. Assim, por exemplo se lê em uma edição de *Business Week*:

The Mask of Zorro é uma dentre um crescente número de produções estrangeiras que estão sendo realizados no México, atraídas por locações exóticas, proximidade a Los Angeles, e grupos de técnicos experimentados e baratos. O Titanic terminou pouco antes de sua filmagem em um estúdio que construiu a Twentieth Century Fox na Baixa Califórnia. O diretor Baz Luhrmann usou a cidade do México [os Estúdios Churubusco] para a Megalópolis em Romeu e Julieta. John Sayles acaba de terminar seu último filme. Zapata seguirá neste ano, junto com vários filmes espanhóis e canadenses.⁴²

Sob a cobertura do TLC, inclusive se chegou a falar da construção de uma "Hollywood canadense" na Baixa Califórnia, que basicamente prestaria serviço a realizações norte-americanas.⁴³ Em 1995 se formou, dentro do Instituto Mexicano de Cinematografia (Imcine), a Comissão Nacional de Filmagens, com a função principal de servir como um órgão de informações, promoção e negociação para as possibilidades de produções e coproduções estrangeiras no México. Vemos assim, junto com o possível incremento das "rodagens" estrangeiras, que o cinema propriamente mexicano toma um novo ar, tanto quantitativamente como em qualidade.

DISTRIBUIÇÃO

Em 1995, um documento da Câmara Nacional da Indústria Cinematográfica (Canacine) deplorava o estado do setor: "... atualmente se filma somente 45 por cento do total do que se realizava em 1988. A distribuição de filmes mexicanos no mercado interno perdeu sua principal empresa (Películas Nacionales)..."⁴⁴ Na distribuição há também um processo de concentração, paralelamente a um crescente processo de transnacionalização. Em 1984, 67,4% dos ingressos pela distribuição de filmes foram para as 7 empresas mais importantes. Para 1989, esta proporção havia aumentado a 80,5% (para o mesmo número de empresas). Atualmente, a rentabilidade favorece basicamente a três distribuidoras, que manejam os filmes de maior bilheteria no México: United Internacional Pictures (UIP), Columbia e Videocine (Televisa) (Ver Quadros 1 e 2). Por exemplo, a revista Telemundo apresentou em um de seus números os dois filmes de maior bilheteria para cada ano, de 1990 a 1994.⁴⁵ Dos dez filmes resultantes, quatro foram distribuídos por Columbia, três por UIP e três por Videocine. Estas mesmas empresas davam conta dos 92% dos ingressos dos "cinco filmes de maior bilheteria do México", segundo a mesma revista, em 1995.⁴⁶ A partir dos balanços publicados cada ano pela revista **Dicine**, sobre os filmes de maior êxito no México, nós calculamos que cerca de 90% dos filmes de maior bilheteria, entre 1990 e 1993, foram distribuídos pelas mesmas três empresas (duas das transnacionais dos Estados Unidos e uma transnacional mexicana). Assim, 122 distribuidoras que estavam em 1994 filiadas a Canacine, cerca de seis eram as que realmente funcionavam,⁴⁷ mas são três as que na realidade dominavam os circuitos comerciais. Em todo caso, fala-se das "**majors**" e as "independentes": as primeiras faturaram os 89% do total e ocuparam os 95% do tempo nas telas de cinema em 1996, segundo um informe da Câmara do ramo.⁴⁸

Embora as empresas que pertencem às grandes transnacionais do espetáculo não distribuem somente filmes nor-

te-americanos, a proporção mexicana de sua oferta é, demais pequena, débil em termos mercado-técnicos. Videocine, por outro lado, além de distribuir os filmes que produz a Telecine, o faz com algumas estrangeiras, tais como as de Walt Disney, Warner e outras, as quais são absoluta maioria no negócio da empresa.⁴⁹ O resultado final desta oferta em termos da evolução do que se apresenta nas salas, observa-se sinteticamente no Gráfico 2. É clara aí a tendência, ano a ano, à diminuição dos filmes mexicanos que exibem (de mais da metade em 1980 e menos de um terço em 1993), complementada pelo incremento desproporcionado das norte-americanas, paralelamente também há uma diminuição em **outras** fontes de entretenimento cinematográfico para os mexicanos.

EXIBIÇÃO

Independentemente de que todos os meios, de alguma forma, tenham tentado enfrentar a crise pela qual atravessa o país, a indústria cinematográfica parece sofrê-la com maior força. Já vimos alguns dados sobre a produção que apontam para tal conclusão. Por outro lado, no pólo da exibição, o qual de 1980 a 1985 havia diminuído o número absoluto de espectadores, de 264 a 212 milhões, e de 194,5 a 94 milhões entre 1990 e 1997;⁵⁰ e que o número de salas de cinema na república diminuiu de 1.832 a 1.728, entre 1980 e 1997, mostra uma situação clara de deterioração (Ver Quadro 3).⁵¹ Isto se corrobora também no número de filmes exibidos, que em 1980 foram de 358 mil, enquanto em 1985 foram 275 mil, em 1990, 86 mil e somente 50 mil em 1993, segundo dados do INEGI.⁵² A evolução recente da exibição cinematográfica mexicana se observa no Quadro 3. Ratificamos que há um relativo crescimento, a partir de 1994, do número de salas e desde 1996 dos espectadores. No entanto, é abismal a diferença entre 194,5 milhões de pessoas que, informa Canacine, assistiram a filmes em 1990, em relação aos 94,6 milhões que se estimaram para 1997.

Nos últimos anos se têm despertado algumas expectativas na área da exibição e começa a generalizar-se, especialmente nos entornos urbanos, o conceito "multiplex", vindo dos Estados Unidos, o qual significa a reconversão das enormes salas cinematográficas antigas a complexos de várias telas de cinema, dotados de melhor equipamento e com salas bem menores. Assim, por exemplo a Organização Ramírez se expandiu por todo o país, abrindo novas salas com estas características, havendo já ultrapassado as 500 telas de cinema.⁵³ Na atualidade, esta empresa nacional é a mais próspera no ramo, pois por exemplo, em 1995 captou os 46% dos ingressos totais na exibição cinematográfica na cidade do México.⁵⁴ No entanto, pode ser que se aproxime um período de maior competição, se COTSA, a empresa privatizada⁵⁵, continuar com seus planos de expansão, mas também Cinemark, que já havia ultrapassado as 100 salas no país, assim como Cinemex. As duas últimas são companhias com investimentos norte-americanos e mexicanos. Entre os novos competidores, estava United Artists, que manifestava grandes planos: "... junto com Fondo Optima/México investirá US\$30 milhões na construção de quatro complexos cinematográficos em um ano".⁵⁶ No entanto, esta empresa vendeu sua parte a General Cinema Corporation.⁵⁷ De qualquer forma, se observa também no plano da exibição um processo de concentração em umas poucas empresas, junto com um processo de paulatina transnacionalização. Este último é bastante novo no México, onde as empresas exibidoras eram tradicionalmente de capitais nacionais. Quer dizer, que também a exibição se está "globalizando", não somente no sentido de que se exijam cada vez mais filmes "globais", mas no que o setor se está também transnacionalizando nas inversões que o controlam.

Vimos, rapidamente, como a crise produziu um movimento de contração e concentração, tanto na produção como na distribuição e na exibição, junto com um processo de maior articulação subordinada aos movimentos internacionais do capital. Ao reduzir-se de maneira drástica a produção, as exportações mexicanas de longa-metragem sofreram naturalmente uma radical diminui-

ção, acompanhada de sua contraparte: há cada vez maior importação de filmes, particularmente dos Estados Unidos. Por exemplo, enquanto durante os anos oitenta, em média a metade das estréias anuais eram norte-americanas, para os anos noventa chegam praticamente aos 60% (ver Quadro 4). Segundo o Centro de Informação e Estatística de Canacine, entre janeiro e setembro de 1996, dos filmes que estrearam na área metropolitana da cidade do México, 65% eram norte-americanos e, pela primeira vez em muitos anos, os mexicanos não ocuparam o segundo lugar, mas os italianos, com 12%. Os mexicanos estavam em terceiro lugar, com uns 7% do total.⁵⁸ Ainda assim, não é somente o número de filmes que dá conta da superioridade quantitativa dos produtos culturais norte-americanos: se se tem em conta as semanas que permanecem em cartaz, notar-se-á todavia um maior predomínio norte-americano (ver um indicador no Quadro 5). Por outro lado, um mesmo filme pode ser exibido em uma ou mais salas cinematográficas, dependendo das expectativas de rentabilidade. Assim, por exemplo, nós fizemos uma contagem, por país de origem, dos filmes que se exibiam durante uma semana, na área metropolitana de Guadalajara: apesar de 48% dos filmes serem dos Estados Unidos, estes eram exibidos em 74% dos cinemas; os filmes mexicanos, que constituíam 13%, eram apresentados em 9% das salas; ainda que 29% dos longas-metragens provinham de outros países, estes eram exibidos em somente 13% dos cinemas. Vemos pois que o cinema no México, do ponto de vista de uma indústria cultural, está sendo cada vez menos "cinema mexicano" e, por mais óbvio que p a r e ç a , cada vez mais predomina a cinematografia hollywoodiana.

O CINEMA NA TELEVISÃO E NO VÍDEO

Em pesquisas recentes se confirmou que embora o público mexicano está deixando de ir às salas cinematográficas, isto não significa que se esteja vendo menos filmes, mas possivelmente ao contrário, pois se achou que há duas principais fontes de diver-

timento cinematográfico atuais, nesta ordem: a televisão, em suas diversas modalidades, e o aluguel de filmes para videocassete.

No caso da televisão "normal", quer dizer, a de VHF, pelo ar, os filmes cinematográficos ocuparam um lugar importante da programação desde praticamente o início da televisão no México. No entanto, com o passar do tempo no lugar de diminuir a importância do cinema na televisão, parece ir ganhando-a cada vez mais. Por exemplo, em uma análise que nós realizamos no início dos anos oitenta,⁵⁹ os filmes ocupavam quase 20% do tempo total da programação das principais cidades do México (México e Guadalajara), e mais da quinta parte do tempo de maior audiência (o chamado "Triplo A"). Em ambos casos, o cinema ocupa o segundo lugar como "gênero televisivo". Para 1990, de acordo com uma análise similar que efetuamos, os filmes já ocupavam o primeiro lugar, tanto no tempo total como no "Triplo A" com 20% e 33% respectivamente. Esta situação privilegiada continuou em 1995, com uma quinta parte do tempo, tanto do total como do "Triplo A".⁶⁰ Resultados similares encontram no mesmo nível toda América Latina.⁶¹ Estas informações reforçadas pelos dados sobre audiências, nos dizem que o lugar privilegiado na atualidade para ver cinema é, de fato, a televisão,

Para o caso da televisão latino-americana, no início desta década, do total de longas-metragens transmitidos por 70 estações de 16 países, os 83% provinham dos Estados Unidos; o segundo lugar era ocupado pelo México, com somente 7,21% e em terceiro lugar estavam filmes europeus (4,25%).⁶² Nós encontramos em 1990, tanto no tempo total como no "Triplo A", quase uns 20% de filmes de outros países, enquanto que dos Estados Unidos resultaram 49% e 48% respectivamente; e do México, 34% e 31% nessa ordem. No entanto, os dados para 1995 mostram uma deterioração para o tempo dedicado ao cinema mexicano na televisão, como se pode observar no Gráfico 3: três quartas partes dos filmes exibidos no horário "Triplo A" procediam dos Estados Unidos, enquanto que as mexicanas apenas cobriam um quinto do tempo no mesmo horário.

No caso da televisão por assinatura é um lugar comum que uma fonte fundamental de programação também são os longas-metragens. Neste caso, nós fizemos uma contagem a partir da revista da empresa Multivisión, que se apresenta no Quadro 6. Pode-se observar aqui que, pelos menos durante o mês tomado como amostra, apesar de que predominavam os filmes norte-americanos (quase 70%), há uma relativa dispersão nas outras fontes de programação cinematográfica, ainda que continue sendo alta a desproporção, especialmente com relação às produções mexicanas, que constituem somente uns 11%. Vemos pois que, também no caso do cinema por televisão, mais que falar de um processo de "globalização", se trata de uma "norte-americanização" o que está ocorrendo na atualidade. O Quadro 7, ainda que não explicita a origem mais pontual dos filmes exibidos pela televisão da capital do país, reforça a imagem de uma presença decrescente do cinema mexicano na televisão.

Do lado do vídeo, este é um recurso audiovisual que está crescendo em sua disponibilidade como equipamento caseiro, pois se fala que mais de 60% dos lares mexicanos já contam com videocassete.⁶³ Neste caso, creio que não é necessário estender-me muito, senão mencionar o dado de que nas principais vídeo-locadoras, uns 80% de seu **stock** de filmes em vídeo são dos Estados Unidos, entre 10 e 15% do México e o resto "estrangeiro".⁶⁴ É interessante observar que, dos filmes que se alugam nos grandes videoclubes, a grande maioria estão classificados por gênero ("Drama", "Comédia", "Ação", "Suspense", etc); enquanto há uma minoria que costuma exibir-se em uma estante de "filmes mexicanos", e outra mais de "cinema estrangeiro". O trabalho mais amplo publicado sobre o vídeo no México caracterizava seu primeiro decênio de desenvolvimento como de "dependência estrangeira e monopólios nacionais".⁶⁵

O PÚBLICO DO CINEMA MEXICANO

Pós-nacional? Pós sim, mas pós não.

A partir dos dados de exibição, temos uma indicação de como evoluem em nosso país as preferências no consumo cultural em relação ao cinema. Naturalmente que há diferenças em relação a diversas variáveis como nível sócio-econômico, idade, educação, situação geográfica, etc, no que as pessoas preferem e o que, de fato, vêem da cinematografia, tanto nas salas como nos videocassetes e na televisão. Mas o público (tanto em "demanda" potencial e real) está em necessária interação com a "oferta". Se bem que os empresários das indústrias culturais e do espetáculo constantemente aduzem que eles "dão ao público o que querem", eles por sua vez modelam historicamente e de maneira agregada a demanda (que depende do menu de opções realmente disponíveis). Seria questão de análise da evolução de médio e longo prazo, tanto da oferta como da demanda, o que nos levaria eventualmente a confirmar nossa hipótese de que a interação entre estes dois fatores não se dá em igualdade de condições.

Infelizmente, no México praticamente não se estudou de maneira sistemática e empírica os públicos do cinema. Esta lacuna apenas começou a ser coberta. Cremos que as investigações que dirigiu Néstor Garcia Canclini no início dos anos noventa, financiadas pelo Instituto Mexicano de Cinematografia (Imcine) e o Conselho Nacional para a Cultura e as Artes (Conaculta), são pioneiras neste campo.⁶⁶ Os dados descritivos empíricos com que contamos confirmam que a demanda pelos produtos culturais cinematográficos se acomodou nos últimos anos à oferta, em particular em termos dos filmes que as pessoas preferem e efetivamente vêem, tanto nas salas cinematográficas, como nos videocassetes e na televisão.

Assim, com porcentagens variadas, mas bastante próximas, por exemplo as mostras de pessoas das cidades de Guadalajara,

Mérida, México e Tijuana, na investigação recém mencionada, tendem a preferir o cinema estrangeiro, em particular o norte-americano, tanto nas salas de cinema como no aluguel de vídeos e nos filmes que vêm na televisão, o que se reflete por sua vez nos dados sobre as últimas fitas vistas ou alugadas.⁶⁷ Algo similar encontraram Lozano et al⁶⁸ em Monterrey em 1996, onde uns 64% de sua amostra viram recentemente um filme norte-americano (no cinema ou em vídeo), por 8% que mencionaram um mexicano (27% não recordavam e 1,3% mencionaram um filme europeu). Dados similares apontam as pesquisas de consumo cultural recentes, como as que realiza cada ano o periódico **Reforma**.⁶⁹ Vejamos brevemente o caso do cinema na televisão durante 1996, ano em que se intensificou a chamada "guerra das emissoras", Televisa publicou em diários "nacionais" e alguns locais uma série de esclarecimentos, entre os que se incluiu um no qual mostravam os "100 programas mais vistos da televisão mexicana durante 1996".⁷⁰ Dos primeiros oito da lista, seis eram programas de futebol e dois telenovelas. Entre os primeiras dez, se encontrava o **Karate Kid 2** e do total, 46 eram filmes norte-americanos do Canal 5.⁷¹ Na lista correspondente a "cada fim de semana",⁷² encontramos exatamente o mesmo número (mesma proporção, ao ser cem) de 46 filmes norte-americanos, todos transmitidos pelo Canal 5. Então, segundo os dados de Televisa, quase a metade dos programas com maior audiência em 1996, foram filmes de Hollywood. Em uma lista similar, mas de só cinqüenta programas por empresa televisiva que publicou a revista **Telemundo**,⁷³ 32% dos programas de Televisa e 39% dos de Televisión Azteca eram norte-americanos. Da primeira, todos eram filmes cinematográficos, enquanto que da segunda se incluíam além dos filmes, **Os Simpson** e séries de comédia como **O Príncipe do Rap**, assim como alguns jogos de Basketbol e de Futebol Americano.

Outro aspecto que cremos se deve levar em conta é que uma coisa é aquilo que as pessoas gostam e outra aquilo que verdadeiramente fazem ou "podem fazer". Por exemplo, na pesquisa que realizamos em 1993, a maior parte das pessoas manifestaram

que preferiam ver cinema "no cinema"; no entanto, destas somente 39% efetivamente o faziam assim e o resto em vídeo (28%) ou pela televisão (34%).⁷⁴ Algo similar nos diz uma descoberta de uma pesquisa que Jorge González dirigiu em 1993 em várias cidades do país.⁷⁵ Se bem que por exemplo somente os 31,4% de seus informantes indicaram que as "miniséries estrangeiras" eram seus programas favoritos, os 59,4% do total manifestaram que as costumavam ver.⁷⁶ Os filmes estrangeiros eram favoritos de 51,4% do total, mas 77% os costumavam ver.⁷⁷ Então, para o caso da televisão, achamos que apesar de que predomina tanto na oferta quanto na demanda da programação nacional, é claro que em ambos os casos há um componente significativo de programas de importação, destacando-se principalmente os filmes norte-americanos, enquanto "gênero televisivo".

COMENTÁRIO FINAL

A informação que produzimos até o momento fala de estruturas de mercado altamente oligopólicas e transnacionalizadas na cinematografia mexicana que deveriam ser levadas em conta por quem produz as políticas públicas respectivas. Embora sustentamos em vários lugares que o Tratado de Livre Comércio da América do Norte não originou os intercâmbios desiguais que caracterizam as nossas indústrias culturais de audiovisual,⁷⁸ isso não significa que não aflua, pelo menos como "entorno" ou "meio ambiente", propício para uma liberalização e abertura extrema aos mercados externos, que exacerbariam a assimetria de nossas articulações com os mesmos. Mas também sustentamos que os produtos das indústrias culturais não são somente "puras" mercadorias, que se "consumam" quando se consomem. Falamos, também, da produção do sentido, de propostas de identidades e alteridades coletivas, de éticas e estéticas sociais. Por tais razões, não é possível conformar-se em simplesmente deixar ao léu a produção, circulação e consumo deste tipo de mercadorias, a mercê das "forças de mercado".⁷⁹ Neste sentido, tem que se observar as

políticas culturais e de comunicação que se levam a cabo em outros lugares do globo, incluindo alguns que se supõem seguir alinhamentos "neoliberais" em suas políticas públicas mais gerais, como são Canadá e a União Européia. Descrevemos em seguida muito brevemente o primeiro caso, que consideramos pertinente pois contrasta com o "neoliberalismo" extremo das políticas mexicanas com respeito ao setor audiovisual.

Apesar de que nunca foi invadido pelos Estados Unidos (como o México), o Canadá, nosso "outro" sócio no TLC, desde sua constituição como país independente se preocupou em reafirmar sua "soberania cultural" e sua identidade nacional, frente ao poderio de seu país vizinho, pelo menos desde que faz um século no que toca a seus meios de difusão.⁸⁰ No caso da cinematografia, que se desenvolveu de uma maneira mais ditada pelas forças do mercado que o rádio ou a televisão no Canadá, recentemente se davam dados como os seguintes, em um programa televisivo do Canadian Broadcasting Corporation (CBC), intitulado "A americanização do Canadá":

... os longas-metragens estadunidenses têm 96% do mercado da distribuição cinematográfica no Canadá de língua inglesa e 83% em Quebec. Os filmes canadenses têm 2% do mercado no Canadá inglês e 3% em Quebec. Firms estrangeiras controlaram 83% da distribuição nas salas canadenses em 1993-94.

(...) Os filmes canadenses obtêm entre os 4% e os 6% dos ingressos por bilheteria.⁸¹

Apesar de o nacionalismo cultural canadense estar na atualidade perdendo força e presenças políticas,⁸² em sintonia com o "neoliberalismo" que vem ocupando a hegemonia ideológica mundial,⁸³ os governos durante os últimos anos continuam a tradição, que se traduz em algumas políticas concretas de apoio ao setor audiovisual. Por um lado, na medida em que os canadenses consideram que as indústrias culturais, incluindo por suposição o cinema, têm implicações em torno de suas identidades culturais, aquelas que se excluíram de todo tratado internacional de consórcio subscrito pelo Canadá (o GATS, que correspondeu ao setor de

serviços, depois da famosa e polêmica Ronda Uruguay do GATT; o Acordo de Livre Comércio assinado em 1987 com os Estados Unidos; e o Tratado de Livre Comércio da América do Norte).

A partir da postura nacionalista, as políticas e a legislação têm caído dentro das amplas categorias:

... com a intenção de proteger as indústrias culturais canadenses com barreiras regulatórias ou tarifárias, e com a intenção de promover a cultura massiva canadense, mediante subsídios a artistas individuais, ou a criação governamental de infra-estruturas culturais. As políticas não foram sempre claramente em um ou em outro sentido; algumas vezes se aplicaram alternativamente, ou ainda simultaneamente, soluções protecionistas e promocionais.⁸⁴

Não é possível descrever aqui com suficiente pormenor as políticas protecionistas e de promoção das indústrias culturais canadenses, em especial as que se referem à indústria cinematográfica. Mas é inevitável a comparação. O fato é que, além de uma série de entidades regionais que se encarregam de promover o desenvolvimento cinematográfico, há políticas e ações em nível federal por parte de pelo menos dois organismos, que já têm tido alguns lucros nos mercados internacionais.⁸⁵ Estas entidades são: o National Film Board, que chegou a ser uma produtora estatal importante (de cinema e posteriormente **também** de televisão), mas nos últimos anos diminuiu em seu papel, deixando uma passagem para o estímulo do setor à Telefilm Canadá. Esta é uma agência cultural federal que se dedica a "desenvolver e promover a indústria do cinema, televisão, vídeo e multimídia".⁸⁶ Este último é importante: diferentemente da operação "setorial" fechada da Imcine no México, a entidade canadense tem em conta não somente a cinematografia, mas aquilo a que se acostumou chamar de "espaço audiovisual". Inclusive, desde 1995, Telefilm Canada se ocupa também de impulsionar a produção na área dos "multimídia". Assim, a página web deste organismo descreve suas atividades:

Telefilm impulsionou grandemente o desenvolvimento de produções canadenses e sua distribuição. Hoje, a indústria audiovisual

canadense é um dos setores principais de exportação. A indústria gera atividades econômicas de grande magnitude - 2,7 bilhões de dólares canadenses somente da produção - e cria dezenas de milhares de empregos. As exportações de produtos audiovisuais canadenses foram em 1995 um total estimado de 1,4 bilhões de dólares, incluindo o valor da produção de serviços no Canadá.

Telefilm Canada provê apoio financeiro a produtos culturais de alta qualidade em todas as etapas do projeto: investigação e desenvolvimento; produção, distribuição, mercado e promoção. Este apoio toma muitas formas possíveis: investimentos, empréstimos, garantias, adiantamentos, linhas de crédito e bolsas para festivais canadenses.

Levando em conta seu desenvolvimento integral, Telefilm promove a indústria canadense e seus produtos mediante festivais e nos mercados internacionais.

Telefilm Canadá também administra por parte do governo canadense os convênios internacionais de coprodução em televisão e cinema. Em 1996, as coproduções geraram atividades econômicas por um valor de 250 milhões de dólares, levando o total pelos últimos dez anos a mais de 1,5 bilhões de dólares.⁸⁷

Embora os apoios da Telefilm Canada não resolveram a situação da enorme dominação dos mercados por parte da cinematografia e da televisão norte-americana, há evidências de que impulsionou um aperfeiçoamento da capacidade de produção e distribuição do setor audiovisual desse país.⁸⁸

Tanto o National Film Board como Telefilm Canada pertencem ao Departamento (Ministério) do Patrimônio Canadense, o qual dentro de seu Setor de Indústrias Culturais:

"... desenvolve políticas e programas para fortalecer as indústrias culturais canadenses e assegurar o acesso a filmes, vídeos, livros, revistas e gravações sonoras feitas no Canadá. O Setor se responsabiliza também pelas políticas de direitos do autor e assessora o Ministro com respeito a Telefilm Canada e o National Film Board".⁸⁹

Embora no caso da exibição cinematográfica não se estabeleceram quotas para a produção nacional e as importações, como acontece em diversos países europeus - amparados pelas próprias políticas da União Européia -, em virtude do enorme peso que teve mesmo dentro do Canadá os conchavos da Motion Picture

Association of America (MPAA)⁹⁰ na televisão, há realmente quotas estabelecidas, que favorecem também aos longas-metragens transmitidos:

Por exemplo, a televisão privada geralmente deve promover um nível anual de conteúdos canadenses de 60% com relação ao dia completo de transmissão, e 50% no horário vespertino. E requisitado às estações da CBC mostrar 60% de conteúdos canadenses em todos os horários. Os serviços de TV privada e de especialidade também têm requisitos de programação canadense. Este enfoque pró-Canadá beneficia a nossas indústrias cinematográficas e de vídeo, incluindo escritores, artistas, atores, músicos, bailarinos e outros criadores canadenses...⁹¹

Vemos então que nosso sócio no TLC não considera os produtos das indústrias culturais, como simples mercadorias que devam ser deixadas às "forças do mercado", e que se instrumentalizou políticas com um certo protecionismo complementadas pela promoção e o apoio ao setor audiovisual. Isto inclui o fomento às coproduções internacionais, assim como também a realização de produções estrangeiras (de fato, estadunidenses em sua maioria) no território canadense.⁹² O importante é notar o enfoque de natureza protagônica, ativa, que parecem adotar as políticas que temos descrito rapidamente.

Interessa-nos bastante, também, repetir o fato de que já não se pode pensar a indústria cinematográfica isolada dos outros ramos do setor audiovisual (vídeo, televisão, inclusive as multimídia, via as novas tecnologias). Que não é suficiente ter **uma** empresa importante, produtora e exportadora em todo o setor, como ocorre no México com o Grupo Televisa; mas que para o setor audiovisual se desenvolver mais sadiamente como um todo, tanto no quantitativo como no qualitativo, é desejável o impulso a partir de políticas integrais de apoio a um setor privado mas plural e competitivo. Somente com políticas públicas nacionais, orientadas em direção ao desenvolvimento do setor nacional se podem resolver os problemas que provoca no mercado a instrumentalização de um neoliberalismo cego. Isto é o que pare-

ce dizer-nos as políticas públicas do Canadá no setor audiovisual. Na medida em que estas não são "neoliberais" no sentido de que deixem todo o destino do setor à mercê das forças de mercado, mas tampouco correspondem ao protecionismo econômico que se aplicava nas décadas anteriores, estas políticas podem chamar-se "neoprotecionistas", pois incluem um componente importante de promoção e apoio para o desenvolvimento do setor em suas diferentes fases.

Políticas similares tratam de aplicar já não no nível de um país, mas da União Européia em seu conjunto (tendo, também, como "contrapartida", a poderosa indústria cultural dos Estados Unidos).⁹³ Isto nos leva a perguntarmos se este tipo de enfoque para políticas públicas deverá adotar-se no seio do Estado-Nação, tão questionado nestes tempos da "globalização", ou deverá haver uma aproximação de corte "regional" a que predomine. Isto nos leva também às hegemonias "intermediárias" ou regionais, que por exemplo exercem países como o Brasil e México em nível latino-americano, no caso do setor audiovisual. Embora muitos dos desenvolvimentos históricos contemporâneos não se podem entender sem remeter-se a processos de mais longa duração, é um fato que a forma que adquire a inserção atual dos Estados-Nação ao processo globalizador, em particular na modalidade de blocos econômicos, depende de complexos processos de negociação conjuntural, e da emissão e instrumentalização de políticas públicas que por sua vez devem basear-se na informação crítica, que permita calcular a probabilidade de não afetar negativamente os interesses do próprio Estado-Nação.⁹⁴ Apesar do tão mitificado processo de "globalização", o Estado Nacional parece seguir tendo, **ainda**, uma existência e uma eficácia históricas definitivas e definidoras da geopolítica mundial; igualmente a nacionalidade, o nacionalismo e certos níveis das identidades sociais referidas "ao nacional", são **ainda** forças sociais e referentes históricos importantes.⁹⁵ Assim, no Tratado de Livre Comércio da América do Norte participam três nações soberanas, cujos governos julgam que a formação de bloco os convém a cada uma delas,

para - se supõe - entre outras coisas melhorar os níveis de vida de suas respectivas populações; e em maior ou menor medida, se põe em jogo a soberania das três, na arena do TLC.⁹⁶ Algo similar ocorre no Mercosul. A União Européia, com tudo o que em princípio significou em termos de "equiparação" entre os 15 países que a compõem, segue constituindo-se pela participação de quinze **Estados-Nação soberanos**.⁹⁷ Enquanto se desenvolvem os debates e ocorrem as mudanças no mundo contemporâneo, acreditamos que é conveniente que os governos dos Estados-nação **ainda** existentes se inteirem de que existem maneiras alternativas de enfrentar as políticas culturais, mais além da simples oferta e procura.

NOTAS

¹ Tratado de Livre Comércio (da América do Norte).

² Bolaño, César Ricardo (1995) "Economía política, globalización y comunicación", em **Nueva Sociedad**, n. 140, nov.dic, p. 140; parece-lhe uma noção fetichizada, especialmente como componente principal da "ideología neoliberal", a qual propõe que os países em desenvolvimento devem inserir-se *com toda pressa precisamente à maneira neoliberal* (com abertura comercial extrema, liberalização do investimento estrangeiro e saída do Estado de suas funções econômicas como investidor, regulador, planificador e promotor do crescimento econômico e do bem-estar social), sob *pena* de ficar a margem do progresso e da passagem ao primeiro mundo" Calva, José Luís (1995) "Prólogo" em J. L. Calva (coord.) **Globalización y bloques económicos. Realidades y Mitos**. México: Juan Pablos/PEDEI-UAP/U. de G. O que nos interessa realçar aqui é que, apesar de a "globalização" pode considerar-se descritivamente como um processo real, atual e quase "inexorável", ainda é função dos Estados-nação decidir (dentro de determinados limites) as maneiras em que se articulam ao processo histórico mais amplo no âmbito econômico, político e nos intercâmbios culturais.

³ Ver Ferguson, Marjorie (1992) "The mythology about globalization", em **Europeana Journal of Communication**, vol. 7, Num. 1, Marzo. Ianni, Octavio (1996) **Teorías de la globalización**. México: Siglo XXI/UNAM. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1996) "El nuevo carácter de la dependencia: la globalización y el espacio audiovisual", em Guillermo Orozco (coord.) **Miradas latinoamericanas a la televisión**. México: Universidad Iberoamericana; Ortiz, Renato (1994) **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense.

- ⁴ Ferguson, Marjorie (1993) "Globalisation of cultural industries: Myths & realities", em Marcus Breen (ed.) **Cultural industries: National policies and global markets**. Melbourne: CIRCIT.
- ⁵ Braudel, Fernand (1984) **La historia y las ciencias sociales**. México: Alianza Editorial; Braudel, F. (1991) **Las civilizaciones actuales. Estudio de historia económica y social**. México: REI.
- ⁶ Wallerstein, Immanuel (1976) **The Modern World-System**. Nueva York: Academic Press. Ver también Wallerstein, I. (1979) **The Capitalist World Economy** Cambridge: Cambridge University Press; e Wallerstein, I. (1984) **The Politics of the World-Economy. The States , The Movements and the Civilizations**. Cambridge: Cambridge University Press.
- ⁷ Veja Pallois, Christian (1977) "The self-expansion of capital on a world scale", em **The Review of Radical Political Economics**, Vol. 9, Num. 2, Verano; e Pallois, Christian (1977) **Las firmas multinacionales y el proceso de internacionalización**. México: Siglo XXI.
- ⁸ Consultar a Fossaert, Robert (1994) **El mundo en el Siglo XXI. Una teoría de los sistemas mundiales**. México: Siglo XXI, especialmente o capítulo 9: "El mundo del imperialismo triunfante". Ver también: Braudel, F. (1991) **Las civilizaciones actuales. Estudio de historia económica y social**. México: REI; Wallerstein, Immanuel (1990) "Culture as the ideological battleground of the Modern World-System", em Mike Featherstone (ed.) **Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity**. Londres: Sage Publications; Ianni, Octavio (1993) **A Sociedade Global**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- ⁹ Ver o capítulo "Mediaciones y mestizajes: la revancha de las culturas", em Mattelart, Armand (1993) **La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias**. Madrid: Fundesco. Para o caso do México, consultar L. Ochoa (ed.) **Conquista, transculturación y mestizaje. Raíz y origen de México**. México: UNAM.
- ¹⁰ No entanto, um ponto fundamental para levar em conta para ler adequadamente este trabalho, é que os movimentos e mutações econômico-financeiras e tecnológicas, são muitíssimo mais rápidas e vertiginosas que as mudanças culturais. Para colocá-lo em sintonia com os argumentos posteriores, o plano da produção e a circulação, ou de oferta e crescente demanda de produtos culturais transnacionais, não tem um correlato pontual, imediato, com os processos de recepção e afetação cultural dos mesmos, especialmente se se nota às transformações de longo alcance no espaço e no tempo.

- 11 Sunkel, Oswaldo e Edmundo Fuenzalida (1979) "Transnationalization and its national consequences", em José J. Villamil (ed.) **Transnational capitalism and national development**. Sussex: The Harvester Press.
- 12 Christian Pallois (op cit) teorizou este processo durante os anos setenta, chamando-o como a "internacionalização do capital". Há quem considera - erroneamente - que o mesmo corresponderia especificamente ao momento atual (ver Renato Ortiz, op cit).
- 13 Ver Scarlato, F.C. et al (orgs.) **O novo mapa do mundo. Globalização e espaço Latino-Americano**. São Paulo: Hucitec/ANPUR. Devemos esclarecer que, apesar de consideramos que os processos econômicos são o motor fundamental da globalização, os fluxos históricos não necessariamente seguem a "ordem causal" que poderia inferir-se da ordem de apresentação das principais dimensões (econômica, política cultural).
- 14 Garcia Canclini, Néstor (1995) **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. México: Grijalbo, pp. 15-16. Notar que os exemplos utilizados pelo antropólogo argentino-mexicano nos referem a formas **econômicas**, ou a internacionalização do consumo cultural.
- 15 Garcia Canglini, Néstor (1996) "Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México", em N. Garcia Canglini (coord.) **Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración**. Caracas: Nueva Sociedad, p.17.
- 16 Ver González Casanova, Pablo y John Saxe-Fernández (coords.) **El mundo actual: Situación y perspectivas**. México: Siglo XXI/CIICH-UNAM.
- 17 Calva, José Luix (coord.) (1995) **Globalización Y Bloques Económicos. Realidades y mitos**. México: Juan Pablos/CUCSH-U. de G/PEDEI-UAP; Ornam, Charles (1994) **Globalisation and regionalisation: The challenge for developing countries**. Paris: OECD/OCDE.
- 18 J. Randall e H. W. Konrad (1995) **NAFTA in transition**. Toronto: University of Calgary Press.
- 19 Ver Marc Ewan, Arthur (1996) "Globalización y estancamiento", em González Casanova, Pablo e John Saxe-Fernández (coords.) **El mundo actual: Situación y perspectivas**. México: Siglo XXI/CIICH-UNAM. Para um balanço parcial, do ponto de vista mexicano, Cardero, Ma. Elena (comp.) (1996) **Qué ganamos y qué perdimos com el TLC** México. Siglo XXI/UNAM.
- 20 **The Canada-U.S. Free Trade Agreement and Services**. Ontario: Department of External Affairs, minister of Supply and Services, 1988; Escobar, Saúl (1991)

- "TLC: La experiencia Canadiense", em **Motivos**, num.8, Sept. 17. Disse Escobar: "Até em matéria cultural, o governo [canadense] tem cedido: o financiamento público à indústria cinematográfica, à televisão e ao Fundo para as Artes foi cortado, os incentivos fiscais para promover a cinematografia canadense foram eliminados a pedido dos produtores de Hollywood" (p.11).
- ²¹ Durante quase um século, os governos canadenses trataram de afirmar sua soberania cultural e de controlar os supostos efeitos daninhos dos periódicos, a ficção popular, as historietas, os filmes cinematográficos (e agora vídeos), rádio e eventualmente da televisão e a indústria discográfica associada, dos Estados Unidos", indica John H. Thompson (1995): "Canada's quest for cultural sovereignty: protection, promotion na popular culture", em S. J. Randall e H. W. Konrad (eds.) **NAFTA in transition**. Toronto: University of Calgary Press, p. 394.
- ²² O qual mostra, por certo, a contrapartida dialética da globalização no momento presente: o ressurgimento de movimentos regionalistas e nacionalistas em muitos lugares (a ex-Iugoslávia, a ex-URSS, etc). Aqui é impossível, por falta de espaço, elaborar mais sobre este fenômeno.
- ²³ Silverstein, Jeff (1992) "Culture: an industry exempt from trade? Canadians fight to keep their identity", em **Business Mexico**, vol. II, num. 5, p. 35. Ver Turcotte, Anne-Marie (1996) "Las industrias filmica y televisiva canadienses", em G. Martínez-Zalce (ed.) **¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense**. México: CISAN-UNAM.
- ²⁴ Escobar, Saúl (1991) "TLC: La experiencia Canadiense", em **Motivos**, num. 8, Sept. 17, cita o Canadian Culture and Communications Committee. No entanto, como qualquer tema público, nem todas as opiniões coincidem: Ver Straw, Will (1996) "La crisis del nacionalismo cultural", em G. Martínez-Zalce (ed.) **¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense**. México: CISAN-UNAM. Mas finalmente a posição oficial foi a de um grande proteccionismo para as indústrias culturais.
- ²⁵ J. L. Calva (coord) (1995) **Globalización y bloques económicos. Realidades y mitos** (op cit); M. E. Cardero (comp.) (1996) **Qué ganamos y qué perdimos con el TLC** (op cit); H. Dietrich (coord.) (1997) **Globalización, exclusión y democracia en América Latina**. México: Joaquín Mortiz.
- ²⁶ **El Financiero**, 11 Dic. De 1994, p.1: "TLC en toda América para el próximo siglo".
- ²⁷ Ver por exemplo: Sánchez Ruiz, Enrique (1996) "El nuevo carácter de la dependencia: la globalización y el espacio audiovisual", em G. Orozco Gómez (coord.) **Miradas latinoamericanas a la televisión**. México: Universidad Iberoamericana.

- ²⁸ Ver Sánchez Ruiz, Enrique (1992) "El espacio audiovisual mexicano ante el Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Estados Unidos-México", em **Comunicación y Sociedad**, Num. 14-15, enero-agosto.
- ²⁹ De la Veja Alfaro, Eduardo (1995) "La política cinematográfica del régimen salinista", em **Signos** Núm.11, Enero de 1995; veja outro balanço do cinema mexicano durante o período stalinista em Dávalos, Federico (1995) "Notas sobre las condiciones actuales de la industria cinematográfica mexicana", em D. Covi (coord.) **Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá**. México: UNAM.
- ³⁰ De la Veja Alfaro, Eduardo (1995) "La política cinematográfica del régimen salinista", op cit.
- ³¹ Pode-se falar de duas grande crises, uma que começou a agudizar-se em 1982 e a outra em 1994-95, ou uma grande crise pela qual transcorreu durante os últimos dois decênios nosso país.
- ³² Uma média de 88 filmes ao ano durante a década dos oitenta.
- ³³ Colectivo A . Galindo (1987) "El cine mexicano y sus crisis" (tres partes), en **Dicine**, Nums. 19, 20 y 21; Ugalde e Reygadas (1994) "La construcción del futuro cine mexicano ? Yankees welcome?", en E. de la Veja Alfaro e E. E. Sánchez Ruiz (comps) **Bye Bye Lumière... Investigación sobre cine en México**.. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- ³⁴ Ugalde e Reygadas (1994) "La construcción del futuro cine mexicano ? Yankees welcome?", em E. de la Veja Alfaro e E. E. Sánchez Ruiz (comps) **Bye, Bye Lumière... Investigación sobre cine en México**. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pag. 48.
- ³⁵ Durante a primeira metade dos anos noventa, produziram-se uma média de 53 filmes ao ano. Apesar de que, em comparação com as cinematografias de outros países latino-americanos, esta média é bastante alta em comparação com a produção mexicana de duas ou três décadas atrás, constitui um franco retrocesso.
- ³⁶ Ortega, Patricia (1985) "Diagnóstico del cine mexicano". México: UAM-X, informe da investigação inédita do projeto "La comunicación Social en México".
- ³⁷ "El Arte del Séptimo Arte. El Show debe continuar", **Alto Nivel**, Año 9, Núm. 106, Junio 1997 (pp.40-52)
- ³⁸ Ortega, Patricia (1985) "Diagnóstico del cine mexicano". México: UNAM-X, informe de investigação inédita do projeto "La comunicación Social en México", p.44.

- ³⁹ Cerón, Rocio (1994) "Una mirada a la escena actual del cine mexicano / entrevista a Ignacio Durán y Víctor Ugalde", em **Reforma**, 4 de septiembre de 1994.
- ⁴⁰ "Vive el cine nacional ano difícil. Sólo se filmaron 13 cintas y tres coproducciones", **Reforma**, 24 de diciembre de 1996, página 4, sección Gente.
- ⁴¹ European Audiovisual Observatory (1996) "Cinema in Europe: Funding sources for cinematographic production". <http://www.obs.c-strasbourg.fr>.
- ⁴² "Hollywood heads south again ... and movie-mad Mexicans cheer", **Business Week** (International edition) Julio 7, 1997. Comprado de <http://www.businessweek.com>. Ver también "Pone Hollywood sus ojos en México", **Reforma**, 30 de junio de 1997, p.11, sección Gente.
- ⁴³ Terrazas, Ana Cecilia (1994) "Construirán un 'Hollywood' canadiense en Baja California, al margen de los artistas y trabajadores mexicanos de la industria", **Proceso**, Num.913, p.42. 2 de Mayo.
- ⁴⁴ Citado por Félix Zúñiga Barba em **El Financiero**, 4 de marzo de 1995, pag.44.
- ⁴⁵ **Telemundo**, Num. 23, Mayo-Junio, 1995.
- ⁴⁶ **Telemundo**, Num. 26, Nov.-Dic, 1995.
- ⁴⁷ Ochoa Sandy, Gerardo (1996) "La bancarrota del cine mexicano", em **Reforma**, 30 de junio de 1996.
- ⁴⁸ "El Arte del Séptimo Arte. El Show debe continuar", **Alto Nivel**, Año 9, Núm. 106, Junio 1997 (pp.40-52). Segundo esta mesma fonte, em 1996 a UIP e a Columbia em conjunto distribuíram 30 dos 45 filmes de maior bilheteria.
- ⁴⁹ Televisa (1998) "Informe Financiero 1997"..
- ⁵⁰ INEGI (1995) **Estadísticas de cultura**. México: INEGI; "El Arte del Séptimo Arte. El Show debe coninuar", **Alto Nivel**, Año 9, Núm. 106, Junio 1997.
- ⁵¹ Ibid. Pouco a pouco se observa uma reversão das estatísticas com referência ao número de salas, em virtude do processo atual, que descrevemos em seguida, de abertura de novas salas, mais pequenas que as anteriores, que chegam a apresentar até entre cinco e dez **telas de cinema** na mesma superfície que antes chegava a um só cinema.
- ⁵² op cit.
- ^M "Renace el cine". **ADCEBRA**, año V, Num. 52, Junio de 1996.

- ⁵⁴. Avilés, Roberto (1996) "Caen ingresos cinematográficos", em **Reforma**, 8 de enero.
- ⁵⁵ Que entre 1992 e 1993, recentemente vendida com o "pacote" de médias estatais junto com Televisión Azteca, teve que reduzir-se pela obsolescência de muitas de suas salas.
- ⁵⁶ **ADCEBRA**, op cit: 50.
- ⁵⁷ Aguilar, Alberto (1997) Columna "Nombres, nombres y... nombres", em **Público**, Lunes 13 de Octubre, p.2.
- ⁵⁸ Dado obtido pela Internet, página web da revista eletrônica **P & D**:
http://www.produ.com/Reporte_Especial/Mex_Cine_Estrenos.html.
- Ver os balanços que publicava cada ano a revista **Dicine**, elaborados por Nelson Carro. Infelizmente, esta revista já desapareceu. Por outro lado, os últimos variaram os critérios (separando os filmes "eróticos" das demais, classificados por nacionalidade), com o que restaram comparativamente aos anos anteriores.
- ⁵⁹ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1986) "La agenda televisiva en México y Guadalajara (O las apariencias engañan)", em **Cuadernos**, Nueva Época, Num.2, Septiembre-Diciembre.
- ⁶⁰ Ver Sánchez Ruiz, Enrique E. (1996) "Mercados globales, nacionales y regionales de programación televisiva: Un acercamiento al caso Mexicano" em **Comunicación y Sociedad**, Num. 28 (impresa). Para informações sobre Monterrey, México e Guadalajara, ver os artigos de J. C. Lozano, D. Covi e J. Vilar, e E. Sánchez Ruiz em Delia Covi Druetta (coord) **Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá**. México: UNAM, 1996.
- ⁶¹ Estrella, Mauricio (1993) **Programación televisiva y radiofónica. Análisis de lo que se difunde en América Latina y El Caribe**. Quito: Ciespal.
- ⁶² Ibid.
- ⁶³ "Renace el cine", **ADCEBRA**, año V, Num. 52, Junio de 1996. No entanto, há estimativas mais conservadoras, como a do Ibope, que assinalam cerca de dois lugares nos entornos urbanos: "Dados do IBOPE sobre as características dos telespectadores no México", em **Telemundo**, Nu. 32, Nov.-Dic-1996.

- ⁶⁴ Ver Picazo Sánchez, Leticia (1994) **Una década de vídeo en México, 1980-1989**. México: Trillas; e García Canclini, Néstor (coord.) (1994) **Los nuevos espectadores. Cine televisión y vídeo en México**. México: IMCINE/CONACULTA.
- ⁶⁵ Picazo Sánchez, Leticia (1994) **Una década de vídeo en México, 1980-1989. Dependencia extranjera y monopolios nacionales**. Op cit.
- ⁶⁶ Encontram-se reportadas em N. García Canclini (coord.) **Los nuevos espectadores. Cine, Televisión y vídeo en México**. México: Imcine/Conaculta. A última parte deste livro inclui informações de uma pesquisa que se realizou entre consumidores do cinema nas cidades do México, Tijuana, Mérida e Guadalajara. Da nossa participação neste projeto, há uma comunicação um pouco mais ampla em E. Sánchez Ruiz (1994-1995) "Cine televisión y vídeo: Hábitos de consumo audiovisual en Guadalajara, em **Comunicación y Sociedad**, Nums. 22 y 23, Sept. 1994-Abril 1995. A partir do mesmo projeto de pesquisa, faz algumas reflexões metodológicas Ana Rosas Mantecón (1995) "Una mirada antropológica al público del cine", em *El Cotidiano*, Num. 68, Marzo-Abril. Outra informação de uma investigação de pesquisas é o de Lozano, José Carlos et al (1997) "Consumo de cine extranjero en Monterrey", em **Anuario de Investigación de la Comunicación Coneicc**, Vol. 4. México: Conceicc/DECS-U. De G. Todas estas indagações empíricas são ainda bastante descritivas.
- ⁶⁷ Ver: J. M. Valenzuela Arce: "Tijjeana: La recepción audiovisual en la frontera"; F. Quintal e G. Reyes: "Mérida: Ver cine en una ciudad de provincia"; N. García C, D. Holtz A . Rosas M. : "La ciudad de México: Cinéfilos y videófilos"; e E. Sánchez R.: "Guadalajara: Cine, televisión y vídeo", todos eles em N. García Canclini (coord.) (1994) **Los nuevos espectadores**, op cit.
- ⁶⁸ Op cit.
- ⁶⁹ Ver por exemplo: González Rodríguez, Sergio (1997) "Cine y vídeo: Más salas, menos cinéfilos, más violencia", em **Reforma**, 4 de Febrero; López, Luis Enrique (1996) "Cine y vídeo 'made in Hollywood'", em **Reforma**, 25 de enero; López, Luis Enrique (1995) "La radio suena fuerte, el cine mejor en casa", em **Reforma**, 15 de Febrero. CDs de Infosel.
- ⁷⁰ **Siglo 21**, 20 de Octubre, 1996. Na realidade, era o **rating** acumulado de janeiro a setembro desse ano.
- ⁷¹ O Canal de Televisa, especializado em programação juvenil e infantil, consistente em caricaturas, séries e longas-metragens.
- ⁷² **Siglo 21**, 30 de Octubre de 1996, Suplemento "Minerva"..

- ⁷³ "Los 50 programas de mayor rating del 96 por cadena", **Telemundo**, Num. 33, enero-febrero, 1997.
- ⁷⁴ Sánchez Ruiz, Enrique (1994) "Guadalajara: Cine, televisión y video", op cit.
- ⁷⁵ Neste caso, tivemos acesso à base de dados graças a gentileza de Jorge González e María Guadalupe Chávez.
- ⁷⁶ "Obviamente", havia um diferencial por estrato social: Acostumavam a ver as "miniséries estrangeiras" os 68% do estrato alto, 61% do médio e 57% do baixo.
- ⁷⁷ Do estrato alto, 86%; 79% do médio e 73% do baixo.
- ⁷⁸ Ver Sánchez Ruiz, Enrique E. (1995) "Remarques sur la globalisation, l'ALENA et l'espace audiovisuel mexicain" em Gaetan Tremblay e Jean-Guy Lacroix (coords.) **Le projet Monarque. Étude comparée des industries québécoises et mexicaines de l'audiovisuel**. Montreal: GRICIS/Université du Québec à Montreal.
- ⁷⁹ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1992) "El espacio audiovisual mexicano ante el Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Estados Unidos-México", em **Comunicación y Sociedad**, Num. 14-15, enero-agosto.
- ⁸⁰ Thompson, John Herd (1995) "Canada's quest for cultural sovereignty: Protection, promotion, and popular culture", em S. J. Randall e H. W. Konrad (eds.) **NAFTA in transition**. University of Calgary Press.
- ⁸¹ www.tv.cbc.ca/national/pgminfo/border/index.html: "What Border? The Americanization of Canada", programa informativo **The National**, CBC, Septiembre 23-28, 1996.
- ⁸² Straw, Will (1996) "La crisis del nacionalismo cultural", em G. Martinez-Zalce (ed.) **¿Sentenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense**. México: CISAN-UNAM; Stairs, Denis (1996) "The Canadian dilemma in North America", em J. Hoebing et al (eds.) **NAFTA and Sovereignty. Trade offs for Canada, México and the United States**. Washington: The Center for Strategic and International Studies.
- ⁸³ Ver González Casanova, Pablo (1996) "Globalidad, neoliberalismo y democracia", em P. Glez. Casanova e J. Saxe-Fernández (coords.) **El mundo actual: Situación y alternativas**. México: Siglo XXI/UNAM.
- ⁸⁴ Thompson, John Herd (1995) "Canada's quest for cultural sovereignty", op. cit, p.396.

- ⁸⁵ Attallah, Paul (1996) "Canadian television exports: into the mainstream", em J. Sinclair et al (eds) **New patterns in global television. Peripheral vision.** Oxford University Press.
- ⁸⁶ Informações da página web de Telefilm Canada em www.telefilm.gc.ca.
- ⁸⁷ *ibid.* Nota: as cifras são em dólares canadenses.
- ⁸⁸ Ver. Attallah, Paul (1996), *op cit*; Hoskins, Colin et al (1996) "Television and film in a freer international trade environment: U.S. dominance and Canadian responses", em E. G. McAnany e K. T. Wilkinson (eds.) **NAFTA and the cultural industries.** Austin: University of Texas Press; Turcotte, Anne-Marie (1996) "Las industrias filmica y televisiva canadienses", em Martínez-Zalce, Graciela (ed.) **¿Setenciados al aburrimiento? Tópicos de cultura canadiense.** México: CISAN-UNAM.
- ⁸⁹ Página web do Departamento do Patrimônio Canadense: **Cultural Development and Heritage Homepage**, em www.pch.gc.ca.
- ⁹⁰ Thompson, John Herd (1996) "Canada's quest for cultural sovereignty", *op cit*.
- ⁹¹ Página de apresentação da Comissão Canadense de Rádio-Televisão e Telecomunicações (CRTC, em inglês): www.crtc.gc.ca.
- ⁹² Ver Hoskins, Colin et al (1995) "Film and television co-production. Evidence from Canadian-European experience", em **European Journal of Communication**, Vol. 10, Num. 2; Gasheer, Mike (1995) "The audiovisual locatins industry in Canada: Considering British Columbia as Hollywood North", em **Canadian Journal of Communication**, Vol. 20, Num. 2.
- ⁹³ Ver Galperin, Hernán (1997) "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional. El caso del TLC, la UE y el Mercosur", em **Comunicación y Sociedad**, Num. 31, Septiembre-Diciembre; Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) "Industrias culturales y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: Hacia um análisis comparativo de políticas de comunicación", Exposição preparada para o Congresso Latin American Studies Association (LASA), Septiembre 23-27, Chicago, Ill. E.U.A.
- ⁹⁴ Vilas, Carlos (1995) "Estados nacionales y mercados transnacionales en la búsqueda de un desarrollo alternativo", em J. L. Calva (coord.) **Globalización y bloques económicos. Realidades y mitos.** U. de G./BAUP/Juan Pablos; Lorenzo Meyer (1995) **Liberalismo autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano.** México: Océano.
- ⁹⁵ Guibernau, Montserrat (1997) **Nacionalismos. O estado nacional e o nacionalismo no século XX.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

⁹⁶ Hoebing, J., Sidney Weintraub e M. Delal Baer (eds.) (1996) **NAFTA and sovereignty. Trade offs for Canada, México, and the United States.** Washington, D.C.: The Center for Strategic & International Studies.

⁹⁷ Guibernau, Montserrat (1997) Nacionalismos. ... op cit.

Gráfico 1
Filmes Produzidos no México
1980-1996

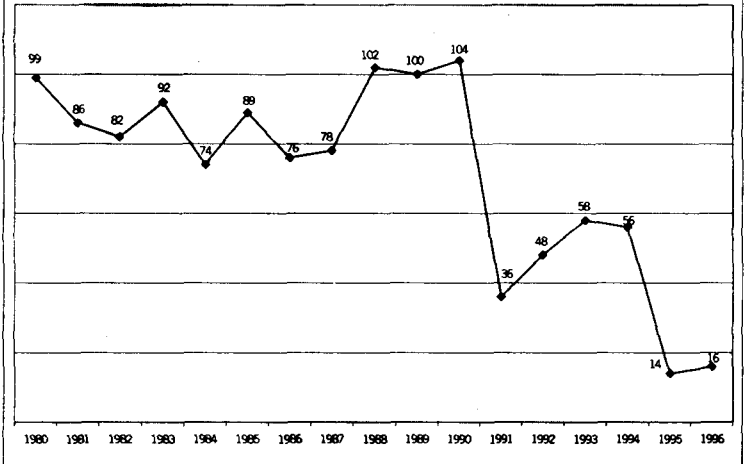


Gráfico 2

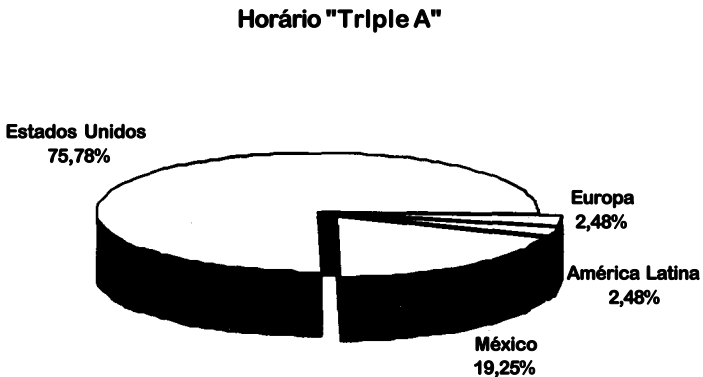
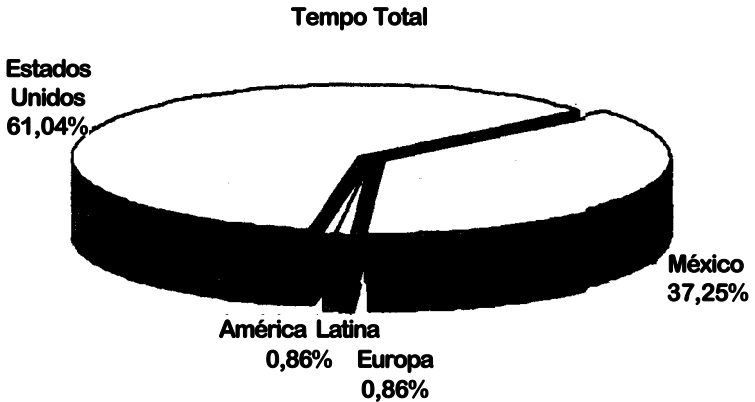
Filmes mexicanos e norte-americanos exibidos no México - 1980-1993

(Porcentagens do total em cada ano)			
ANOS	E. U.A.	MÉXICO	Outros
1980	34.04%	54.01%	12%
1981	35.28%	53.45%	11%
1982	35.36%	52.02%	13%
1983	38.29%	48.64%	13%
1984	40.46%	46.82%	13%
1985	40.17%	48.11%	12%
1986	40.97%	48.34%	11%
1987	40.23%	47.40%	12%
1988	46.78%	46.87%	6%
1989	48.53%	46.55%	5%
1990	49.90%	45.62%	4%
1991	53.02%	42.73%	4%
1992	61.27%	34.62%	4%
1993	62.86%	32.09%	5%

Fonte: Estadísticas de Cultura. Cuaderno Num. 1, México: INEGI, 1995.

GRÁFICO 3

Origem dos filmes exibidos pela TV mexicana
(Tempo total e horário "Triple A", 1995)



Fonte: Teleguia, Nos. 2223 e 2224, semana de 20 a 26 Março, 1995

Quadro 1		
Estréias por distribuidora		
1995		
<i>Companhias</i>	<i>Total Estréias</i>	<i>%</i>
Videocine	45	20.36%
Columbia Pictures	42	19.00%
UIP	31	14.03%
Arte Cinema	25	11.31%
20th Century Fox	13	5.88%
Corp. Mexicana de Cine	9	4.07%
Dir. Act. Cinematográficas*	9	4.07%
Europa Films	9	4.07%
Imcine	8	3.62%
Prod. Carlos Amador	8	3.62%
Videovisa	6	2.71%
Cine Alternativo	3	1.36%
Cine dei Mundo	3	1.36%
Latina	2	0.90%
Mercury	2	0.90%
Cineteca Nacional*	1	0.45%
IFAL*	1	0.45%
Leaders Films	1	0.45%
Películas Roma	1	0.45%
Programa Doble*	1	0.45%
Tristán Bauer*	1	0.45%
TOTAL	221	100.00%
Fonte: Carro, Nelson (1996) "1995: Un año de cine", en <i>Dicine</i>, No. 66.		
* Instituições culturais e embaixadas se consideram distribuidoras no caso de filmes lançados no circuito no comercial.		

QUADRO 2

Ingressos das distribuidoras dos "cem filmes de maior bilheteria no México", janeiro si agosto de 1995.

DISTRIBUIDORA	Total	%
U.I.P.	76,278,378	38.72%
COLUMBIA	56,273,872	28.56%
VIDEOCINE	48,168,322	24.45%
FOX	10,786,198	5.47%
ECOCINEMAS	4,212,389	2.14%
C. POZAS	465,536	0.24%
U.I.P./ART CIN	449,008	0.23%
VICARSA	376,316	0.19%
TOTAL	197,010,019	100.00%
As três principais =		91.73%

Fonte: "Las 100 películas más taquille ras del 95", em *Telemundo*, N. 26, Nov-Dec, 1995.

QUADRO 3

**A exibição de cinema: Salas e espectadores
México, 1990-1997**

<i>Ano</i>	<i>Número de Salas</i>	<i>Espectadores (Milhões)</i>
1990	1,913	194.5
1991	1,658	170.0
1992	1,616	134.0
1993	1,415	103.0
1994	1,434	82.0
1995	1,502	70.0
1996	1,639	80.4
1997*	1,728	94.6

*** Estimativa**

**Fonte: Canacine, em "El Arte del Séptimo Arte",
Alto Nivel, Ano 9, N. 106, Junho 1997.**

QUADRO 4		
Origem dos filmes transmitidos		
por Multivisión		
PAÍS	Total	%
Estados Unidos	946	69.92%
México	149	11.01%
Espanha	56	4.14%
Argentina	40	2.96%
Inglaterra	35	2.59%
Canadá	24	1.77%
França	23	1.70%
Itália	17	1.26%
Polônia	16	1.18%
n/d	5	0.37%
México/Colômbia	5	0.37%
Espanha/Itália	5	0.37%
Espanha/Portugal	4	0.30%
Espanha/Inglaterra	3	0.22%
U.R.S.S.	2	0.15%
Peru/Argentina	2	0.15%
Japão	2	0.15%
Itália/França/Alemanha	2	0.15%
Itália/Franca	2	0.15%
Itália/Estados Unidos	2	0.15%
Irlanda	2	0.15%
Ingl/Itália/Alemanha	2	0.15%
Hong Kong	2	0.15%
França/Espanha	2	0.15%
Austrália	2	0.15%
Japão /E.U	1	0.07%
Israel	1	0.07%
Brasil	1	0.07%
TOTAL	1353	100.00%

Fonte: MVS, La otra televisión, N. 12, Junio, 1996

QUADRO 5				
Filmes transmitidos pela televisão				
México, D.F., 1996				
Empresa	<i>Mexicanas</i>	%	<i>Estrangeiras</i>	%
Televisa	1,136	43.63%	1,468	56.37%
TV Azteca	351	33.69%	691	66.31%
Cablevisión	4,618	16.94%	22,649	83.06%
Multivisión	2,192	11.65%	16,623	88.35%
Canal 22	17	7.36%	214	92.64%
Canal 11	0	0.00%	1,065	100.00%
Fonte: Canacine, en "El Arte del Séptimo Arte",				
<i>Alto Nivel, Ano 9, N. 106, Junho 1997.</i>				
(Nota: As porcentagens correspondem às filas)				