

# Cultura, medios de comunicación y libre comercio

POR **ESQUIVEL CUAUHTÉMOC**

Como producto del seminario sobre medios de comunicación y libre comercio efectuado por México durante la primavera de 1992, este texto (1), refleja la preocupación por un tema marginado de los debates estatales y privados sobre el libre comercio: las industrias culturales ante el Tratado de Libre Comercio (TLC).

Pese a que la unificación de distintas ponencias en un libro no permite la sistematización de una estructura conceptual definida, hay varios perfiles tanto de la investigación mexicana como canadiense que posibilitan distintas perspectivas de análisis:

A) El estudio sociopolítico de un proceso de integración económica que se inicia desde la década de los ochenta y se cierra en agosto de 1992 con el TLC.

B) La asimetría de una competencia desigual no sólo en el ámbito económico sino en muchos otros como el del audiovisual. “Más dependencia, no mayor competencia”. Bien podría ejemplificarse con la estadística de Tapio Varis para la UNESCO en la que se demostró que mientras Estados Unidos importaba el 2 por ciento de su programación, México importaba el 34 por ciento. Quizá el caso de Canadá sea todavía más ejemplar, pues pese a las iniciativas de regulación para superar la cantidad canadiense de su programación, en otoño de 1989, el 73 por ciento de las horas vistas por anglófonos y 37 por ciento por francófonos fueron de programación extranjera.

C) La preocupación por una política cultural que responda a la lógica de la actual política económica. No es casual que conceptos como nacionalismo, identidad cultural, soberanía nacional, etc., se cuestionen nuevamente ante el proceso de globalización.

-Cómo llega ese discurso económico y tecnológico de la comunicación al caso norteamericano y en qué medida ésto influye para los proyectos comunes de integración como el TLC.

-La desigualdad generada en ambos contextos ante un proceso de globalización que atiende a favorecer a los países donde existe una industria más fuerte. Dígase Francia y Alemania en el caso europeo y Estados Unidos en el caso de América Latina. (El problema de los mercados

desprotegidos no es exclusivamente latinoamericano).

-La tendencia a la desaparición de un discurso unificador e integrador de orden cultural en América Latina; que se ve sustituido por otro orden estrictamente económico y tecnológico, que se acerca cada vez más al del actual contexto europeo, pero obviamente con sus propios rasgos de distinción.

## 1. EDUCACIÓN Y CULTURA

El segundo texto titulado La educación y la Cultura ante el Tratado de Libre Comercio, coordinado por Gilberto Guevara Niebla y Néstor Canclini (2), es un claro esfuerzo para reunificar información y darle un sentido específico para explicar las perspectivas del sector educativo y de producción cultural ante el Tratado de Libre Comercio.

El mérito de este trabajo radica en el intento por sistematizar cuantitativa y cualitativamente una serie de datos dispersos sobre la situación vigente de las industrias culturales en México. Sin embargo, prácticamente el texto revela por sí mismo que el “análisis de las industrias culturales y de entretenimiento en México todavía está en pañales”, como bien apunta Mauricio de Maria y Campos.

Indirectamente, el TLC ha hecho reflexionar a toda la investigación de comunicación en México en torno a qué se ha escrito y cómo sobre cultura, y por qué casi nada sobre economía de la cultura. No es gratuita la afirmación de Carlos Monsivais en torno a que nos estamos acercando al Tratado más por fe que por demostración.

La hipótesis central de la mayoría de los análisis, como cita García Canclini, es que “las transformaciones que el tratado podría generar en educación y cultura se inscribirán en un proceso más largo de reposición nacional e internacional de los mercados culturales y de modernización o ajustes de sistemas educativos en relación con las cambiantes necesidades productivas”.

No es casual que la mayoría de las investigaciones desemboquen en la urgente necesidad de establecer políticas culturales para hacer frente al TLC.

Por ejemplo, en el ámbito cultural educativo, un estudio estadístico y de comparación, demuestra la diferencia abismal que existe entre los tres países del TLC. El siguiente comentario de José Warman puede sintetizar el sentido del primer apartado de la investigación en el texto: “No puede transformarse el sistema educativo sin superar vicios, corporativismos, intereses creados y prácticas anquilosadas. Y este proceso requiere de visión y voluntad política por parte del medio académico y de los gobiernos federal y estatales. No basta con quejarse ni con presionar, es necesario actuar conjuntamente”.

En el caso de la industria audiovisual, la mayoría de los análisis sufre el problema de carencia de datos actualizados. García Canclini explica claramente cómo el predominio del capital privado y la falta de una sistematización de datos de inversiones, mercados y audiencias por parte de los poderes públicos, vuelven difícil establecer un diagnóstico de dichos sectores de la producción cultural.

El hermetismo informativo de Televisa al respecto es un claro ejemplo. Pese a este problema, la hipótesis de que se “acentuarán tendencias de recomposición de los mercados audiovisuales que vienen desarrollándose en las últimas décadas, en cuyos cambios las industrias culturales audiovisuales mexicanas se hallan rezagadas”, es evidente en la mayoría de los análisis.

(1) AMIC, Cultura, medios de comunicación y libre comercio. AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación). Méjico, 1993.

