

Acerca de la industria cultural y la globalización entre México y EUA

DELIA CROVI DRUETTA

La nueva obra de Florence Toussaint no sólo nos remite a sus trabajos anteriores sobre medios electrónicos e industria cultural en general, sino que también es una muestra de la minuciosidad y el cuidado con que reúne, presenta e interpreta los datos referidos a este importante sector de la comunicación masiva.

Televisión sin fronteras, editada recientemente por Siglo XXI, constituye además un documento imprescindible para conocer los cambios sustantivos que ha experimentado la televisión mexicana en los últimos años.

En palabras de la propia autora, "México y sus instituciones han cambiado más en trece años, de 1985 a 1998, que en los anteriores sesenta. La televisión y en general la industria de la cultura se han visto inmersas en una intensa transformación".

Esta afirmación apunta también al propósito mismo de su investigación, que está atravesada por dos ejes fundamentales: la historia y la economía. En efecto, podemos afirmar que se trata de un trabajo inscrito en la economía política de la comunicación, en el que además de la lectura de los datos que nos ofrece, se pondera la enorme importancia que los procesos privatizadores, las alianzas y las fusiones tienen en la industria del entretenimiento y de la televisión de fin de siglo.

La autora alcanza los objetivos que enuncia desde el inicio de su trabajo, mediante un análisis del complejo tema de la globalización, que luego se concentra en el caso concreto de la televisión. Para Florence se trata, como el propio título de su libro lo anuncia, de una televisión sin fronteras.

Sabemos que, para algunos, la globalización presenta enormes ventajas y constituye, de algún modo, un horizonte natural de las sociedades de fin de siglo. Pero la aproximación que realiza Florence Toussaint a este tema es sin duda crítica. Dice la autora:

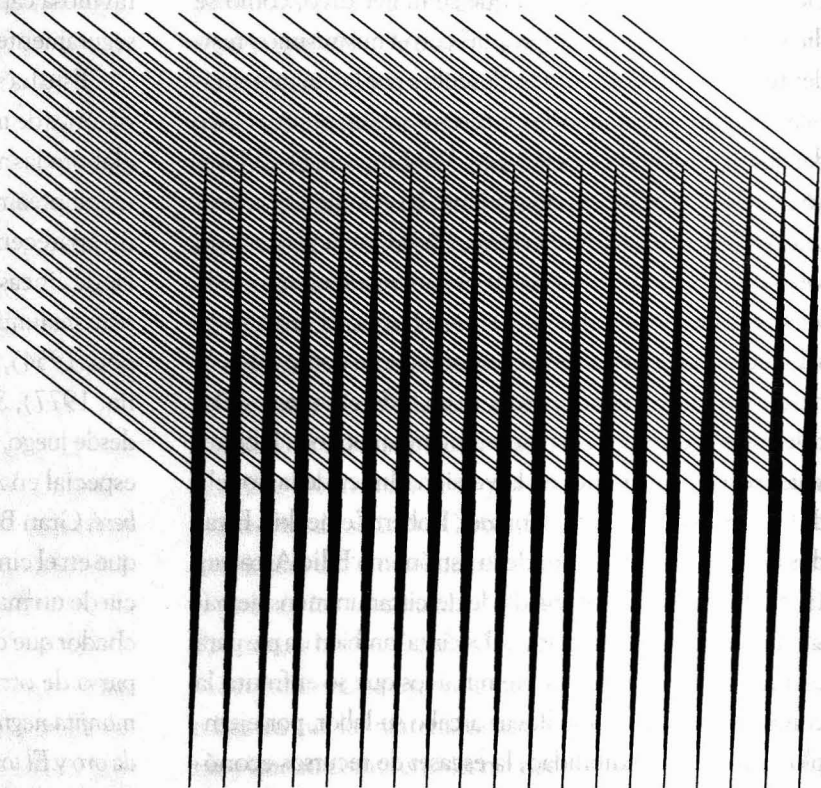
Hoy se habla de globalidad como en años anteriores se hablaba de transnacionalización, de imperialismo o de expansión capitalista. Pero lo que estos términos denominan tiene que ser inscrito en un contexto de contradicciones permanentes, que cambian de signo y de forma pero

que son inherentes a procesos como el aquí descrito.

Al mismo tiempo se pregunta:

¿Qué sistema que excluye a las dos terceras partes de la humanidad de los beneficios económicos, de la posibilidad de tomar decisiones, de la libertad de construir sus propias imágenes, como lo está haciendo el capitalismo actualmente, no se ha enfrentado con resistencia de todo tipo, con oposiciones sistemáticas, con propuestas alternativas?

Así, desde su primer apartado sobre globalidad, la autora recurre a la teoría para apoyar el camino que posteriormente tomará su trabajo. Considera que la globalización tiene mayor fuerza en el ámbito económico que en el cultural, porque entiende que en este último aún quedan ciertos espacios para una producción más independiente, más plural, alternativa, que



se insertaría en lo que ella misma plantea como una posibilidad de *resistencia de todo tipo*.

Este inicio deja claro que la industria cultural mexicana tiende a fusionarse con la estadounidense en aras de pasar a formar parte de lo que es la tendencia internacional: globalizar la economía y, dentro de ella, el sector audiovisual. La autora explica que las grandes corporaciones tienen así abiertas las puertas para introducirse en un mercado, el mexicano, que cuenta con más de cinco décadas de desarrollo. Dicho en otros términos, las corporaciones estadounidenses que buscan colocar sus productos en ese mercado se encuentran con *la mesa servida*.

A partir de este punto de arranque, Florence Toussaint da cuenta del desarrollo de las industrias culturales tanto de los Estados Unidos como de México. El caso estadounidense se presenta en dos capítulos: en el primero, "De Mickey Mouse a Hércules", se plantea el origen y evolución de las industrias culturales en el vecino país, mientras que en el segundo, "De Fox a News Corporation", la autora se detiene a analizar cuatro grandes corporaciones (ABC-Capital Cities-Walt Disney, Time-Warner-Turner, Radio Corporation of America-National Broadcasting Company-General Electric y Fox-News Corporation-Metromedia) que tienen intereses en México y que, por lo tanto, inciden en nuestra propia industria cultural.

Para analizar el caso de México, Florence Toussaint ocupa cuatro capítulos. En el primero de ellos aborda, en un principio, el tema de los pioneros de la televisión y posteriormente se detiene en el crecimiento de esta industria, que ubica entre 1940 y 1972. Dentro de este mismo apartado, la autora se refiere más tarde a la consolidación del sector, que se da entre 1972 y 1985, para finalmente hablar del periodo de transnacionalización que, en su opinión, ocupa la década 1985-1995.

Los restantes tres capítulos referidos a México tratan por separado los casos de las tres grandes empresas de televisión: el consorcio Televisa, el cambio de Imevisión a Tv Azteca y Multivisión. La autora nos hace notar cómo la expansión de cada empresa culmina en la transnacionalización,

signo de la última década. Las alianzas, fusiones, compras, ventas, acuerdos, siempre tienen un fin: el ingreso a la globalización, ya sea por medio de la integración vertical o por la integración horizontal.

La presente investigación —nos dice Florence Toussaint en la parte final de su libro— demuestra que la cultura, en tanto industria, sea la mexicana o la estadounidense, se ha regido desde sus inicios por las pautas que han marcado los acontecimientos históricos en la economía y la política. También que la vecindad ha constituido el elemento fundamental para que ambas industrias se encuentren hoy totalmente entrelazadas. La hegemonía de Estados Unidos se manifiesta en su control de la tecnología y del capital en los medios. Y si bien la expansión mexicana hacia el exterior es un hecho que parece consolidarse, el proteccionismo de las compañías estadounidenses es muy notorio, ya que éstas se nutren de los productos locales y, salvo las empresas destinadas a la población de habla hispana, no aceptan en su progra-

mación ni series, ni telenovelas que hayan sido producidas al sur del río Bravo.

La visión de la industria cultural como negocio y la conversión de los productos culturales y de entretenimiento en mercancía son ideas que atraviesan todo el trabajo de Florence Toussaint en el que, como ya se ha señalado, abundan los datos que permiten al lector ir tejiendo, de la mano de la autora, la complicada urdimbre de la industria cultural nacional, cada vez más globalizada ya sea por las propias empresas mexicanas o por la incesante incursión de los consorcios extranjeros, en especial, los estadounidenses.

Televisión sin fronteras es un libro minucioso, preciso, que retrata un periodo sustancial de la industria audiovisual mexicana y, también, de la de los Estados Unidos. Es, por lo tanto, un trabajo imprescindible para quienes buscan comprender la dinámica de este sector a fin de siglo. ♦

Florence Toussaint: *Televisión sin fronteras*, Siglo XXI, México, 1998. 183 pp.

