

La televisión sigue siendo el principal medio de comunicación, sobre todo en países como el nuestro: **Irma Portos Pérez**

“Las industrias culturales, conocidas también como de contenido, son aquellas actividades que producen una amplia gama de bienes y servicios que combinan elementos artísticos con la producción a escala industrial; siendo el caso de las industrias audiovisuales las más importantes de las industrias culturales en la llamada sociedad de la información. En la producción, difusión y comercialización de bienes culturales, se vincula el trabajo artístico con un extenso número de técnicos y profesionales que participan a lo largo de la cadena industrial cultural. Estas industrias consumen una gran cantidad de bienes provenientes de otras. Por lo que, el estudio de éstas está sujeto a determinaciones distintas del enfoque propiamente derivado de la teoría económica para definir a los bienes industriales”, refirió Irma Portos Pérez.

En entrevista con *Humanidades y Ciencias Sociales*, la especialista del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM explicó cómo la creciente apertura económica y el acelerado desarrollo tecnológico han fortalecido este sector, convirtiéndolo en uno de los más dinámicos y fructíferos que existen hoy en día.

Al decir de Portos Pérez, el concepto de industrias culturales se acuñó a mediados del siglo xx, a partir de los estudios de Theodor Adorno y Max Horkheimer. Surgió en un momento en el que la cultura y todo lo relativo a ella comenzaba a producirse con una finalidad masiva e industrializada. “Son industrias que en

particular reúnen desarrollo tecnológico, sobre todo las audiovisuales que conjuntan tecnología y creatividad. No son como las manufactureras que producen un bien específico; son industrias creadoras de contenidos. Si bien es cierto que la tecnología es muy importante para su expansión y difusión, su mayor aporte son los contenidos”.

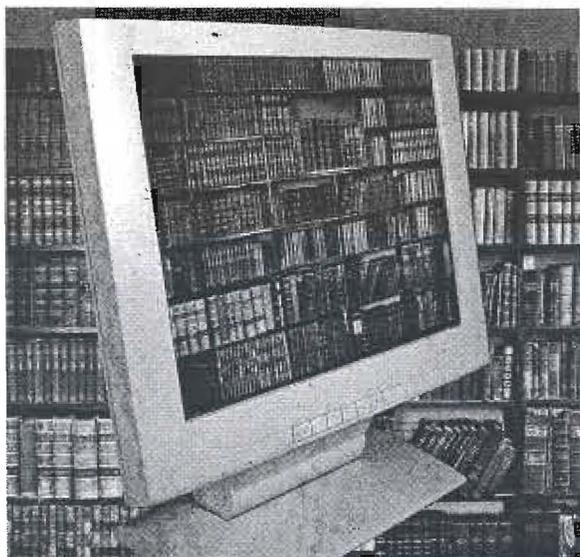
“La industria editorial y audiovisual —radio, televisión, cine, internet, entre otras— componen el amplio espectro de las industrias culturales. El desarrollo tecnológico y satelital de los últimos años ha propiciado, especialmente en la audiovisual, que haya cobrado mayor solidez en todo el mundo. Ahora se dice que es la industria cultural por excelencia. Aunque funciona con las tecnologías más avanzadas, en el caso de México, éstas no por fuerza inciden en sus contenidos, que distan de ser culturalmente avanzados”.

De acuerdo con la especialista, el tipo de bienes y/o servicios que provee son diversos. Si nos remitimos a la televisión, “ésta sigue siendo el principal medio de comunicación, sobre todo en países como el nuestro. Si bien es cierto que los nuevos medios como el internet poco a poco han ganado terreno en México, todavía, la mayoría de los contenidos que recibe su población, llegan a través de la televisión”.

¿Cuáles son estos contenidos?

—Estamos hablando de telenovelas y otros bienes transmisores de valores, emociones, orientaciones en todos los órdenes de la vida de los individuos. Las telenovelas son uno de los principales productos culturales de nuestro país y de América Latina; los programas informativos y de entretenimiento alimentan al receptor de nuestros días, y son espectadores pasivos de todos los mensajes (contenidos) que emiten los medios, en manos de poderosos grupos empresariales, sobre todo en la televisión. Aunque en nuestro país existe la televisión pública, que intenta introducir contenidos diferentes, de mayor calidad, es la comercial la que posee mayor cobertura e influencia, pero sus contenidos siguen abocándose al entretenimiento, digamos “vulgar”, que prácticamente no ha sido revolucionado, pues descan-





sa, en lo fundamental, en fórmulas agotadas, pero que aún se venden a grupos poco exigentes y con bajo nivel educativo formal, y sobre todo en material de carácter cultural.

Son industrias con una connotación muy peculiar, porque nos generan pensamientos, emociones y otras necesidades que pertenecen al sector de la comunicación. Son bienes muy especiales para el desarrollo de un país, sobre todo si predominan sólo dos o tres referentes con patrones ya comprobados, como el caso de la televisión en México, en donde no existen muchas opciones y las que hay interceptan varios elementos, como el nivel educativo, para introducirse en el gusto del consumidor y transmitirles mensajes o programas que, en su gran mayoría, no son de buena calidad.

Nosotros confiamos en que puedan abrirse otros espacios en los que se invierta más en este sentido. Karl R. Popper escribió en *La televisión es mala maestra* que “una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión”, es muy cierto. Podrán introducirse las tecnologías más sofisticadas, pero se siguen viendo programas como *El chavo del ocho* o *Laura de todos*. Esto es lo que debe cambiar.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Para Irma Portos, a pesar de que México es un país muy atrasado en la generación de nuevas tecnologías, la parte productora y exportadora de bienes de contenido masivo adopta los más novedosos avances tecnológicos. “Por ejemplo, la digitalización y las redes sociales ya forman parte de los medios tradicionales de comunicación, el caso de Televisa es una muestra de ello. Esta televisora, a través de los nuevos canales como el internet, transmite sus mismos contenidos generando otros espacios sin modificar lo esencial. Su contacto con el mundo tecnológico se da más

Irma Portos Pérez es doctora en Estudios Latinoamericanos por la UNAM y catedrática de la Facultad de Economía en las áreas de economía internacional y teorías aplicadas. Las líneas de investigación en las que labora actualmente son Economía industrial e Industria mexicana y brasileña.

en la adquisición de equipos e infraestructura tecnológica, misma que se adapta rápidamente con técnicos mexicanos y con un amplio número de profesionales, pero la gran paradoja está en que sus contenidos no evolucionan”.

Lo que vemos aquí es una contradicción; si son empresas muy fuertes, que poseen una inmensa capacidad económica, ¿por qué no invierten en el trabajo artístico y en la producción de contenidos de mayor calidad?

—Se debe a que son negocios que reditúan mucho sin tener que invertirles en el aspecto de la calidad de contenidos, en gran medida, porque el consumidor no lo demanda y porque prácticamente no existe competencia.

Se ha debatido desde hace muchos años que debe haber una tercera cadena abierta para que haya competencia y



una elevación de contenidos. Telemundo casi lograba introducirse en el mercado pero no se le permitió, a lo más que llegó fue a una asociación con Televisa para producir desde México contenidos y exportarlos. Éste sin duda es uno de los problemas.

LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

A raíz de la apertura del conjunto de economías en el mundo, diversas naciones optaron por introducir sus productos en el mercado internacional. De acuerdo con Portos Pérez, las industrias culturales son consideradas como una “fuente potencial de dinamismo económico” porque incorporan “a muchos jóvenes, técnicos y profesionistas formados arriba de la media; y porque permiten el consumo —además de estas grandes tecnologías que provienen básicamente de los países desarrollados—, de otro tipo de bienes, como vestuarios, telas, inmuebles, música y un sinnúmero de productos, que posibilitan la fabricación de programas informativos o de entretenimiento. La cantidad de trabajo que generan, sin duda, contribuye al dinamismo económico de un país”, concluyó la especialista. (TSA) ↵