

ENSAYO: INDUSTRIAS CULTURALES

Aunque el estudio de las industrias culturales parezca difícil a causa de que esta se encuentra en su etapa inicial y porque sus productos tienen un peso simbólico y estético tan grande que su valor comercial, y el modo en que se constituye ese valor, quedan casi totalmente ocultos en el análisis corriente; fueron los filósofos de la escuela de Frankfurt– Theodor Adorno y Max Horkheimer– quienes utilizaron por primera vez este término de 'industria cultural' en uno de sus textos 'La producción industrial de bienes culturales' donde se alude a 'la potencia de la radio, potencia del cine y potencia naciente de la televisión' y cuya importancia en la actualidad son innegables ya que son los medios de comunicación masivos quienes definen las identidades de las actuales sociedades, y estas al ser industrializadas y como se menciona en el texto *industrias culturales, el futuro de la cultura en juego* 'han trastocado las condiciones de elaboración y de circulación de todas las formas de expresión cultural', también cabe mencionar que dichos medios de comunicación ejercen una inminente influencia en la determinación de los roles de cada individuo de la sociedad, es aquí donde surge la inquietud si ¿las industrias culturales representan o no un beneficio en la sociedad?

A partir de esta pregunta surgen varias posibles respuestas que nos llevan necesariamente a hacer un análisis profundo y a inferir que las 'maquinas culturales' han transformado, ya sea de un modo positivo o negativo la vida cultural de la inmensa mayoría de la población, y que estas tienen un impacto profundo en toda la sociedad ya que modifican y guían nuestra percepción de la vida y en cierta medida –con unas condiciones económicas y políticas favorables– pueden impulsar a la acción educativa y fortalecer considerablemente la participación efectiva de las masas en la elaboración de su cultura; tal es el caso de América del Norte y la reactivación local a través de los medios audiovisuales o en un caso mas concreto la comunicación rural en varios países de África. Aunque se considera que la llamada *televisión educativa* contrapesa a la comercial, la televisión orientada hacia la información y la instrucción, más que hacia el espectáculo, dispone de recursos financieros incomparablemente menores y, por ende, su alcance es mucho mas limitado.

Otro referente para pensar que las industrias culturales son un beneficio en nuestra sociedad es el gran progreso de la tecnología que ha permitido la multiplicación de los mensajes culturales a favor de la humanidad, este proceso ha permitido la aparición de nuevos productos que son mas accesibles en cuanto al ámbito económico por cada individuo de la sociedad, especialmente en los países ricos.

El desarrollo de la televisión, la radio, la prensa y en general todas las modalidades de comunicación masiva, han generado una nueva relación entre emisores y receptores que ha creado nuevas relaciones socio–económicas y socio–culturales, ya sea por un interés económico a corto plazo (población como mercado) o con fines de control social y político (población como opinión) y *por consiguiente en contra de lo que se dice a veces, esos medios no son un 'servicio publico' sino mas bien un instrumento de control publico. Y ese instrumento sirve en muchos países para consolidar sobre todo el orden socio político vigente* (K.T. Teopltitz, 1979)

La publicidad también ejerce una poderosa supremacía sobre la televisión ya que esta constituye una fuente de grandes beneficios mayormente económicos y muchas veces influencia de manera negativa los programas, no solamente al interrumpirlos sino también al manipularlos de modo que sus contenidos quedan deformados, pero cabe resaltar que sin la existencia de la publicidad no habría posibilidad de costear dicho medio.

Finalmente se dice que la industria cultural influye de cierto modo en el comportamiento y actitudes de jóvenes y niños aunque no se tiene mucho conocimiento de este tema ya que sus investigaciones han sido pocas, incompletas e inciertas; se parte del supuesto que exista tal influencia esto acarrearía grandes problemas ya que en los medios de comunicación la visión del mundo es unilateral o simplemente falsa, ya que esta tiene enormes posibilidades de manipular libremente los hechos y, por ende, falsificar la historia.

Para concluir me parece pertinente citar a el director general de la UNESCO en su discurso inaugural ya que este describe brevemente las implicaciones de el desarrollo de la industria cultural *"Los medios de comunicación masiva que se han convertido en uno de los pilares esenciales de la divulgación cultural, transmiten, en efecto, mensajes que no son culturalmente neutros. Esos mensajes reflejan el pensamiento, las ideas y los valores, en una palabra, la visión del mundo de los que los difunden. Cuando aportan de manera intensiva sistemas de valores, de modos de vida, ajenos a los pueblos de una región dada, no se puede impedir que estos, a la larga, obliteren los valores propios de tales pueblos, con el riesgo de convertirse, incluso sin proponérselo, en instrumentos de alineación cultural. Lo esencial es comprenderlo y buscar la forma de salvaguardar la identidad cultural de cada pueblo, sin negar la necesidad de intercambios entre áreas culturales diferentes ni de lograr el enriquecimiento mutuo indispensable de las culturas, ya que conviene también, para mantener viva y desarrollar una cultura, evitar caer en el otro extremo, es decir, un aislamiento que puede ser igualmente nefasto"*

Bibliografía

- BARBERO, Jesús Martín. De los medios a las mediaciones comunicación cultura y hegemonía. Editorial Gustavo Gily SA, Barcelona 1987.
- INDUSTRIAS CULTURALES, El futuro de la cultura en juego. Fondo de cultura económica, México UNESCO, Paris 1982 Primera Edición.
- Documento Guía, Historia de la comunicación, Economía política.
-