

## Editorial

MSc. Dasniel Olivera Pérez\*

La Revista *Alcance* dedica su número diez, volumen cinco, a las **industrias culturales**, y de este modo, deja abierto un ciclo de trabajo que se inició en diciembre de 2015 con la edición dedicada a las *Políticas públicas de información, comunicación y cultura*, el cual tuvo continuidad con la siguiente publicación sobre *Acceso abierto y socialización del conocimiento*.

El acceso a la información, el derecho a la comunicación, los trasfondos económicos, la privatización, los marcos de regulación y política de la producción, circulación y consumo de contenidos y conocimientos, constituyen preocupaciones comunes en los 18 artículos y los 2 paneles que desde diferentes enfoques han sido publicados en el último año.

En este número la perspectiva privilegiada ha sido la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, la cual constituye desde su surgimiento un "paradigma crítico alternativo para el conjunto del campo académico en comunicación" (Bolaño, 2009:15), paradójicamente poco reconocido en el espacio de interlocución de las ciencias de la información.

El capital cognitivo, tecno informacional, intelectual, inmaterial y digital constituye eje económico del actual sistema capitalista, razón por la cual "la economía crítica, desde su propia metodología, necesita complementarse con una teoría social y con una teoría del poder, lo que invita a la flexibilidad o, al menos, al manejo de varios campos afines" (Zallo, 2011:20).

El concepto de Industria Cultural enunciado en *Dialéctica de la Ilustración* (1947), obra reconocida en la denominada Escuela de

---

\* Universidad de La Habana. Correo electrónico: [dasnieloliveraperez@gmail.com](mailto:dasnieloliveraperez@gmail.com).

Frankfurt, se plantea en lucha epistémica con otros términos recientes como industrias creativas e industrias de contenidos. La emergencia y desarrollo de los nuevos sistemas socio-técnicos, sustentados en la informática, la electrónica y las telecomunicaciones, ha potencializado el sector de la Industrias Culturales. Sin embargo, el peligro de diluir la cultura –y sus conceptos críticos- bajo fundamentos económicos, preocupa a gobiernos y académicos.

La “*economía de la cultura* debe subordinar los imperativos económicos a las estrategias de democratización de la cultura e, igualmente, subordinar la visión de la economía de la cultura –financiaciones, sectores, políticas regionales...- al lado de la cultura de desarrollo” (Zallo, 2011:21).

Rastrear la complejidad de las industrias culturales que constituyen a la vez fuentes de información, instancias de la opinión pública, la interlocución y la representación social, así como organizaciones económico-productivas, es una aspiración conscientemente acotada a algunos contextos y casos de estudios. Se trata de un objeto de análisis de lo local, lo regional-nacional y lo global suscrito a una creciente diversidad que comprende desde la industria editorial, lo periódicos, la radio, la televisión y el cine, hasta la Internet, la música o las artesanías.

Tremblay (2011:117) señala que las industrias culturales necesitan simultáneamente soportes y contenidos, pues sin esos soportes, la producción simbólica no se materializa. No obstante, sus rasgos fundamentales los constituyen el carácter simbólico de las mercancías que producen, el trabajo creativo-intelectual desarrollado para concebirlas y la función ideológica y social que desempeñan.

La producción y distribución musical en el estado brasileño de Sergipe, la radiotelevisión pública europea y su adaptación a las estrategias digitales, la reorganización de la industria del cine en

México, la coproducción cinematográfica entre España e Iberoamérica, las políticas de comunicación para los jóvenes en Cuba, la circulación informal de contenidos y los retos de la formación profesional de periodistas ante las transformaciones productivas generadas por las TICs, proponen visiones múltiples para comprender los procesos económicos-culturales de construcción de la identidad(es) y calibrar las herramientas para la gestión de los cambios sociales.

No resulta pretexto, sino necesidad pública sostener el debate científico y la acción política sistemática respecto a los concerniente a la producción, la circulación y el consumo cultural, sus soportes, esquemas productivos y formas simbólicas.

### **Referencias Bibliográficas**

Bolaño, C. (2009). *La Centralidad de la Economía Política de la Comunicación: una construcción crítica de un campo académico de la comunicación*. Aracajú: Editora de la Universidad Federal de Sergipe.

Tremblay, G. (2011). Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información. En A. Albornoz, *Medios, poder y cultura* (pp. 109-138). Madrid: Paidós Estudios de Comunicación.

Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En A. Albornoz *Medios, poder y cultura* (pp. 17-59). Madrid: Paidós Estudios de Comunicación.