

¿Quién gana (y quién pierde) con la cultura digital?

Por: Aquiles Lázaro. 19/07/2021

2020 y 2021, años de pandemia, han provocado un explosivo crecimiento del consumo cultural en plataformas digitales. Ante el cierre de museos, restaurantes, cines, bares, conciertos, etc, mexicanas y mexicanos se volcaron masivamente a la infinita oferta de entretenimiento del mundo online.

La digitalización cultural es un fenómeno relativamente nuevo, que en nuestro país solo ha comenzado a hacerse masivo en los últimos diez años. Sin embargo, el impacto que está teniendo en la configuración del perfil cultural de nuestra población es contundente y de una velocidad impresionante.

Las principales plataformas habían venido experimentando, ya desde antes de la pandemia, un crecimiento impetuoso. Veamos algunos ejemplos respaldados por cifras. Para 2019, 56% de la música que se escuchaba en México provenía de plataformas de streaming (mercado claramente dominado por el gigante sueco Spotify), según un reporte de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica. Para el mismo año, Netflix llevaba apenas ocho años operando en México, y sus ganancias en el mercado nacional se habían incrementado 153 veces entre 2011 y 2019, de acuerdo con información de la propia empresa. Otros gigantes relevantes son YouTube, Claro video, Amazon, HBO, Disney o Cinépolis.

El espacio de este texto es insuficiente para abordar siquiera superficialmente todas las implicaciones que esta “conversión” al mundo digital tiene para la sociedad mexicana. Pero propongo, al menos, una breve enumeración con pros y contras que, en principio, pretende ser desprejuiciada.

Las ventajas para el público de consumidores no son despreciables. La practicidad es absoluta: la oferta casi infinita puede consultarse tanto desde la comodidad de casa como desde la incomodidad del transporte público (recordemos que en las grandes ciudades de México, el trabajador promedio pasa varias horas al día trasladándose a su trabajo). También debe reconocerse el papel positivo que estas prácticas tuvieron para aquellos que tuvieron la posibilidad (económica sobre todo)

de confinarse durante la pandemia, haciendo el encierro menos tormentoso.

Pero, sin engañarnos, los verdaderos ganadores de este fenómeno son los gigantes transnacionales del sector, que reportan especialmente en Latinoamérica ganancias faraónicas.

Las desventajas son, por desgracia, múltiples y de más graves implicaciones. Como un asunto de salud pública, no es necesario repetir lo dañino de estas prácticas, principalmente sedentarias y asociadas a múltiples complicaciones por el uso prolongado de pantallas, audífonos, dispositivos inalámbricos, etc. Desde el punto de vista cultural, dicha tendencia tensa el yugo de la dependencia cultural al producir, en diversos niveles, contenidos principalmente homogéneos y unidireccionales, que inhiben el diálogo con el espectador y que invisibilizan manifestaciones culturales fuera del canon comercial, mutilando así la diversidad inherente a toda sociedad.

Lo mencionado antes sobre los beneficios económicos de las empresas de entretenimiento digital contribuye, además, y de acuerdo con una tendencia general hace mucho tiempo descubierta por el marxismo en la economía, a acelerar la centralización de los capitales, principalmente hacia empresas asentadas en los países dominantes —aunque también es cierto que, en menor medida, a grandes consorcios de capitales locales—.

Por último, y uno de los puntos más relevantes en la coyuntura política actual, es necesario recordar que, de una manera directa, el crecimiento explosivo de estas prácticas representa un desafío —si no una frontal amenaza— para los expertos que trabajan en el diseño de políticas culturales públicas en las que el Estado conserve su papel rector como regulador de una oferta cultural más educativa, más plural y más incluyente. En este sentido, resulta ingenuo decir que los recortes y ataques del sexenio actual representan un estancamiento para el sector cultural público; es más objetivo asumir que se trata de un franco retroceso.

Aquiles Lázaro es promotor cultural e investigador del Centro Mexicano de Estudios Económicos y Sociales

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Buzos de la noticia

Fecha de creación

2021/07/19