laFuga

Toby Miller

"Hay un problema con el discurso de las industrias creativas desde su definición"

Por Iván Pinto Veas

Tags | **Nuevos medios | Cultura visual- visualidad | Representaciones sociales | Comunicación-Semiótica | Estudio cultural | Australia | Estados Unidos**

Crítico de cine, investigador y docente. Doctor en Estudios Latinoamericanos (Universidad de Chile). Licenciado en Estética de la Universidad Católica y de Cine y televisión Universidad ARCIS, con estudios de Comunicación y Cultura (UBA, Buenos Aires). Editor del sitio http://lafuga.cl, especializado en cine contemporáneo. Director http://elagentecine.cl, sitio de crítica de cine y festivales.

La trayectoria del investigador australiano, inglés y norteamericano Toby Miller es vasta, inquieta y multidisciplinaria, anclando su mayor zona de abordaje en torno los Estudios culturales, sus temáticas van de la teoría del cine a los estudios de televisión, abordando ejes como son la ciudadanía cultural, las identidades sociales y hoy en día una fuerte crítica a las "industrias creativas" desde un punto de vista "verde". Destacan dentro de sus publicaciones: (2012). *Greening the Media*. New York: Oxford University Press; (Ed.) (2010). *Television Studies: The Basics*. New York: Routledge; (2009). (Ed.) *The Contemporary Hollywood Reader*. New York: Routledge; (2008). *Makeover Nation: The United States of Reinvention*. Columbus: Ohio State University Press; (2007). *Cultural Citizenship: Cosmopolitanism, Consumerism, and Television in a Neoliberal Age*. Philadephia: Temple University Press; (Ed.) (2006). *A Companion to Cultural Studies*. Oxford: Blackwell; y, junto a Robert Stam, (Eds.) (2000). *Film and Theory: An Anthology*. Malden: Blackwell.

De visita en la Universidad Católica de Valparaíso en el marco de una charla magistral en la escuela de periodismo y comunicación, pudimos acercarnos para tener una breve charla. Sitio web de Toby Miller.

La crisis de Hollywood

Iván Pinto: En tu obra se abordan las transformaciones de los campos culturales en el marco de la economía de mercado y la globalización. En ese sentido, has hecho un análisis muy detallado de los cambios en las políticas económicas, en las nuevas fuerzas corporativas sobre todo en el Hollywood contemporáneo. En ese marco, ¿cuáles son para tí las principales transformaciones que ha tenido Hollywood, en el marco de una crisis económica que venía de la década del 80? ¿Cuál es el paisaje de esta transformación? Y por otro lado, en el marco de una crítica de izquierda, de un pensamiento de una industria más creativa y crítica, ¿cuáles son las ventanas posibles que ves?

Toby Miller: Gracias, son preguntas muy centrales y muy importantes. En el caso de Hollywood, esto pasa por el deseo total de controlar la audiencia, el deseo de entender a la audiencia. Hollywood siempre ha estado en crisis, es un poco como la televisión pública. La televisión pública está en crisis porque es exitosa: hay confrontación a causa de que quieren dominar el mercado y quieren destruir las posibilidades privadas. Si no fuera exitosa, existiría un rechazo gubernamental o popular que diría "¿por qué estamos apoyando algo que no es exitoso?". En este momento, la crisis es en parte tecnológica. Pero tuvimos una crisis tecnológica con la llegada del sonido, con la llegada de la televisión, del color, del VCR y ahora, Internet. Esta crisis tecnológica, oscurece la realidad de una crisis corporativa y gubernamental.

En este momento, el cambio principal, es que los grandes estudios, como debes saber, no están produciendo películas. Con suerte, producen quince películas al año... y son todos *blockbusters*. Ahora,

los grandes estudios se han convertido en centros de arriendo de espacios, como una parte de la producción. Arriendan espacios a otros estudios, a productoras independientes, etc. La mayoría de las películas *hollywoodenses* no son producidas por los grandes estudios. Tenemos 350 películas al año y menos de 100 de esas películas, vienen de los centros de producción tradicional, es decir, de los grandes estudios.

Entonces, Hollywood se está convirtiendo en una expresión -y esto es una tendencia en los últimos cuarenta años, con lo del "nuevo Hollywood"- en donde se están distribuyendo películas en donde el riesgo recae en otro lado, en otras personas. Porque el proyecto de Hollywood siempre ha sido obtener lo que se llama "moneda gratis" y evitar la deuda. El cambio tecnológico es, en parte, un problema tradicional -¿cómo controlar al público?- y por otro lado, es una oportunidad de diversificar el riesgo y establecer con certeza, que el riesgo está en manos de las personas no asociadas totalmente con los grandes estudios.

Para contestar la segunda parte de tu pregunta: a causa de las nuevas tecnologías, hay más posibilidades de producción. El costo de producir disminuye todo el tiempo. Las posibilidades de distribuir son muchísimo mejores que en el pasado. En el pasado, a causa de la dominación televisiva, fue casi imposible buscar y encontrar nuevas escenas para los artistas. Hoy en día es posible hacerlo gracias a Internet y los cambios en los dispositivos de producción.

Pero ya tenemos dos problemas: un problema, es la mercadotecnia. Lo que Hollywood hace hoy en día, a lo más, es mercadotecnia. Y ese costo, es increíble. O sea, tenemos muchísimas películas, y la mayoría del costo, la mitad de él, es para mercadotecnia, no para producción. Es un costo de distribución. El otro problema, es Internet. Como explicaba en el conservatorio de hace media hora, hay dos autopistas en el mundo de la web: una es rápida, funciona bastante bien, hay mucho espacio para largometrajes. Es la autopista corporativa y, en algunos casos, gubernamental. La segunda autopista, es la que está disponible para nosotros, para ti y para mí. Y en ella, hay que esperar muchísimo tiempo para tener la posibilidad de mirar una película o dos minutos de un video por una cadena televisiva. Y es difícil establecer un mundo donde las alternativas, donde los activistas, puedan compartir la oportunidad que tienen Hollywood u otras corporaciones culturales, a causa del status secundario de nuestra autopista.

Industrias creativas y políticas públicas

I.P.: Me segundo punto tiene que ver con la evaluación que realizas de una nueva reorganización del capital intelectual de las corporaciones en las industrias creativas. Me interesó mucho ese análisis [1] y que habla de un nuevo elitismo creativo del discurso derechista en las industrias creativas. Te quería preguntar por ese escenario, ¿cuáles crees que tú que podrían ser las pugnas en términos de intervención crítica?

T.M.: Hay un problema con el discurso de las *industrias creativas* desde su definición. Nuevamente, cuando hablamos de las industrias, hablamos sobre productos: industria automotriz, industria del arroz, industria del oro... En este caso, se habla sobre una industria sin un fin, es solamente sobre un proceso. Un proceso que se aplica con teoría, con arquitectura, con producción cinematográfica, ¡con todos los servicios! Y cuando se habla en este contexto del llamado "valor" de las industrias creativas, se está incluyendo por ejemplo, a las telecomunicaciones, a los satélites... Y es ridículo decir que se puede crear una política clara sobre este tipo de actividad-creatividad, a través de muchísimas otras industrias, ya sean telecomunicaciones o la contabilidad. Entonces, creo que este problema con la definición es una cosa.

Por otro lado: si estamos concentrando más las industrias culturales dentro de la creatividad, dicen muchos protagonistas de estos discursos de estas industrias creativas, que hay tres tendencias que pueden atraer intervención privada y estimular, por ejemplo, el desarrollo de un pueblo o una nación. Una tendencia necesaria, se dice, es *talento*. Y eso se está determinando en el número de personas con doctorado. La segunda tendencia es la *tecnología*, estableciendo la verdad del status avanzado de esta tendencia, con el número de los computadores. El tercer factor es la *tolerancia*, basado en número de las casas donde hay parejas del mismo sexo viviendo juntas (homosexuales, queer, etc). Supuestamente, se puede atraer tecnología, talento y tolerancia, con estas tres ualidades.

Se dice que es la clave para renovar ciudades que en el pasado eran centros de manufactura: no tenemos industria automotriz, debido a la externalización de la economía y la búsqueda de mano de obra barata, pero podemos ofrecer tecnología, tolerancia y talento. Y así podemos atraer a muchas compañías, con familiar, ejecutivos, ingenieros, arquitectos, contadores, etc. que quieren este tipo de vida. ¿Hay evidencia a favor de estas cosas? Es un debate. Hay pueblos, ciudades, estados y naciones alrededor del mundo, que están usando esta lógica para renovar sus barrios. ¿Está funcionando? La evidencia es ambivalente. Tengo mis dudas. Y también hay una tendencia conservadora que está utilizando esta oportunidad para dinamizar una agenda que es totalmente capitalista…

I.P.: Porque finalmente es todo economía…

T.M.: Sí. Y no es sobre los contenidos ni el acceso ni la posibilidad de valores extra mercantiles.

I.P.: En ese sentido, tú tienes un comentario sobre la industria "verde" y el tema de la explotación, es decir, estas industrias también han producido -en el sector más extremo- destrucción del medioambiente, de la naturaleza. No son sustentables…

T.M.: Totalmente. Se dice siempre que las industrias culturales y creativas son verdes, en comparación con las industrias manufactureras o con la agricultura corporativa, ¡para nada! En mi obra con Richard Maxwell *Greening the Media* estamos ofreciendo una historia alternativa de los medios, desde la perspectiva del medioambiente y su impacto, desde Gutenberg, pasando por Kodak y hasta el día de hoy.

Por ejemplo, el caso de Kodak. Hoy en día casi no existe pero en su momento, fue el mayor productor del material básico para hacer cine. Rochester (Nueva York), que está al norte del estado de Nueva York, fue el hogar de IBM y Kodak. Debido a la presencia de Kodak, y a veinte años de la salida de Kodak de esa zona, el Río Genesee tiene un nivel de contaminación de muchísimos millones más alto que la norma aceptada, en términos de la salud pública. Mucha gente que trabajó en este industria, tiene problemas de salud horribles. Por otro lado, en el final de la vida útil de nuestros teléfonos celulares, de nuestros *laptops*, de nuestras cámaras digitales, de nuestros televisores. Es muy difícil reciclar los deshechos causados por ello. Y las condiciones en que los trabajadores están intentando hacerlo, son muy peligrosas. También, tenemos un problema con la operación de esta tecnología porque, por ejemplo, se está utilizando mucha electricidad para hacer una simple búsqueda en Internet. ¡Ni siquiera te menciono la cantidad de electricidad que se gasta en descargar una película en el mundo! Entonces, debemos considerar este nuevo discurso que mencionabas de una manera muy crítica: sobre su realidad como una definición; su impacto como una política; y su posición absurda sobre la idea de llegar a ser una industria post contaminación.

I.P.: En Chile, se está instaló la política del *lobby* en el Consejo de la Cultura, a partir de la discusión de la industria creativa. Y es gente que viene con una trayectoria sindical, pero que ahora están convertidos en unos proto-empresarios, difundiendo la cuestión de la empresa y la industria creativa, pero donde los valores fundamentales de crítica, de solidaridad, están muy difusos. Sabiendo que no necesitamos que volver a los totalitarismos ni a la propaganda, ni el capitalismo, ni el comunismo, ¿cuál podría ser el rol productivo del Estado en la cuestión vinculada a cultura y políticas culturales?

T.M.: Claro que necesitamos el rol estatal pero en el contexto de democracias populares, en donde hay un aumento de la definición estatal y de la democracia, para incluir la solidaridad con identidades sociales y culturales diferentes -como de la sexualidad, de la etnia, de las clases sociales, etc.- y un cosmopolitilismo internacional a través de las fronteras ortodoxas. Y en este contexto, el Estado con este ojo generoso, abierto, cuidando todo y a todos, y respondiendo a las necesidades expresadas por las identidades sociales y no solo a las de un tipo de persona. Con una definición de ciudadanía que incluya una ciudadanía política -el derecho a vivir, el derecho a votar-, una ciudadanía económica -el derecho a sobrevivir-, y una ciudadanía cultural -el derecho de expresarse y representarse, el tener acceso a la comunicación.

El Estado debe ofrecer no control de los contenidos -solo en ejemplos como los que mencioné, como la explotación sexual, la explotación de la violencia, la explotación de los niños: en este contexto, si hay un rol importante del Estado-, pero no sobre la vida cotidiana, no sobre la diferencia del género, no sobre posiciones críticas contra el Estado, no sobre cosas de paz y de guerra: en este contexto no.

Entonces, el Estado debe ofrecer apoyo institucional a la creación cultural pero, tal como dije antes, pero no en la dirección de la producción, sino apoyando la creación de escuelas cinematográficas, apoyando situaciones en donde se puede aprender a hacer cosas, ofreciendo acceso universal a los medios de comunicación, pero no en el área de ofrecer dinero a los productores de la clase burguesa, blanca, masculina... El papel no debe ser en contenido, no debe ser en producción, debe ser en educación y distribución. La intervención tiene que ser en favor de la democracia popular, por profesores, estudiantes, sindicalistas, escritores, artistas, etc.

I.P.: Mi última pregunta es esta: uno de tus trabajos intensos ha sido el de establecer una genealogía de los estudios culturales. Has sido un defensor de la existencia de los estudios culturales, tanto desde la perspectiva de la crítica de las humanidades, como de las transformaciones, observaciones y utilizaciones de estos estudios en distintos ámbitos. Nosotros podríamos mapear desde su nacimiento en Birmingham, su recepción en Norteamérica y las distintas apropiaciones que han habido en Latinoamérica... ¿Que te parece bueno de mantener hoy a los Estudios Culturales como un lugar de enunciación?

T.M.: En este momento, no podría contestar esta pregunta tan fácilmente. Tengo muchas dudas y muchas deudas en esta área. Tengo dudas sobre la idea de la institucionalización de los estudios culturales y sobre su aplicación en la actualidad. Tengo temores sobre la ausencia de la economía política y la geografía y la dominación del análisis textual. Tengo esperanzas y una buena opinión sobre la importancia del género, la sexualidad y los derechos de las minorías en los discursos de los estudios culturales. Y también una alternativa a la jerarquía tradicional del valor estético en las humanidades.

Pero la separación en la izquierda académica entre el análisis institucional, el análisis interpersonal, el análisis textual y el análisis científico, es un problema para mí. Y quisiera ver tendencias en favor de la armonización a través de esas metodologías, con el rigor tradicional de las disciplinas, pero sin una fe total en este valor sin conexiones a los movimientos sociales. La ausencia de conexión a través de las disciplinas de los estudios culturales, en mi experiencia, es también la ausencia de conexión auténtica con los movimientos sociales, que si fue muy importante en el feminismo y en las luchas raciales.

Ahora, y hablando de una manera general, va a terminar siendo una parte más del conocimiento ortodoxo universitario, sin conexiones con esta agenda. Y para mí, lo que se necesita - y hay pruebas de que hay algunos intentos que funcionan, como tu revista - son intentos que están ofreciendo tres públicos para nuestra obra. Un público, es un público académico, con conocimiento de las disciplinas, que dice "yo vengo de los estudios culturales y se debe entender lo que digo a través de los campos de los politólogos, de los sociólogos, de los antropólogos, etc". El segundo público, es el público en el sentido general, al que podemos escribirle y hablarle de una manera abierta, disponible a la gente popular: escribiendo en revistas online, en los periódicos, hablando en la televisión, creando obras de arte que hablan con las ONG o el mundo popular... El tercer público, es el público de los s*takeholders*, que son los que tienen un interés material en un tema en particular. Por ejemplo, si hablas del aborto, tienes que dirigirte a las mujeres, a los médicos, al Estado, etc. Todas las personas con intereses materiales en el proceso. O sea, debemos ofrecer herramientas progresistas, académicas, populares y dirigidas a los usuarios en el campo.

Notas

1

Disponible aquí.

Como citar: Pinto Veas, I. (2015). Toby Miller, *laFuga*, 17. [Fecha de consulta: 2026-11-04] Disponible en: http://2016.lafuga.cl/toby-miller/754