



• Toby Miller, de la Universidad de California, ofreció conferencia

Share 0

1

Share 2



## Hollywood continua la búsqueda de la llave al mercado hispano, dice experto

**TANIA MOLINA RAMÍREZ**

Periódico La Jornada  
Lunes 30 de agosto de 2010, p. a16

En Estados Unidos, 15 por ciento de los asistentes a las salas de cine son latinos. En promedio ven 10 películas, en comparación con las ocho que ve el espectador blanco no hispano parlante. En contraste, los latinos desempeñan sólo 5 por ciento de los papeles en el cine, pero conforman la mayoría de los trabajadores del sector de servicios en esa industria. Los datos fueron ofrecidos por Toby Miller, director del departamento de Medios y Estadios Culturales de la Universidad de California, Riverside, durante una conferencia impartida en la Cineteca Nacional, este sábado.

“La industria de Hollywood continúa buscando la llave al mercado hispano”, citó el investigador a una agencia de noticias. En cambio, la televisión ha tenido éxito en captar a los espectadores latinos. Univisión, la cadena más vista por el sector, es la quinta cadena en Estados Unidos. “Univisión alcanza casi 100 por ciento de los hogares latinos”, dijo.

En televisión, si bien más de 5 por ciento de los rostros son latinos, los productores, editores y ejecutivos, siguen siendo blancos.

En el cine quienes toman las decisiones también son blancos. Además, no les interesan los rostros latinos. El mayor público y ganancias de las grandes empresas filmicas están en el exterior de Estados Unidos, y “para el público internacional, el mito hollywoodense es blanco”, dijo en entrevista posterior a la conferencia.

### Políticas culturales

Habló de la “capacidad de Hollywood de usar las políticas culturales de otros países” a su beneficio.

En Estados Unidos, las películas extranjeras conforman menos de uno por ciento del mercado en salas de cine. Las cintas mexicanas más exitosas en ese país, en los últimos tiempos, han sido Amores perros, Y tu mamá también y El

crimen del padre Amaro. Sin embargo, su segmento del mercado es reducido.

En lo que se refiere a Internet, las cifras ofrecidas por Miller reflejan que si bien los latinos siguen un poco por abajo de la población blanca, la distancia no es grande: 64 por ciento de los latinos mayores de 18 años, y 68 por ciento de los no latinos. Sólo 12 por ciento de los latinos prefieren sitios en español.

El autor de Global Hollywood habló sobre nuevos modos de distribución de cintas, como la Internet, con Netflix, Hulu y YouTube. Dijo que para la distribución de filmes se debería explorar el uso de aplicaciones de celular para llegar al público joven latino. Para el de mayor edad, sugirió que la televisión sigue siendo la vía.

[Añadir un comentario](#)

---

Copyright © 1996-2009 DEMOS, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.  
Todos los Derechos Reservados.  
Derechos de Autor 04-2005-011817321500-203.