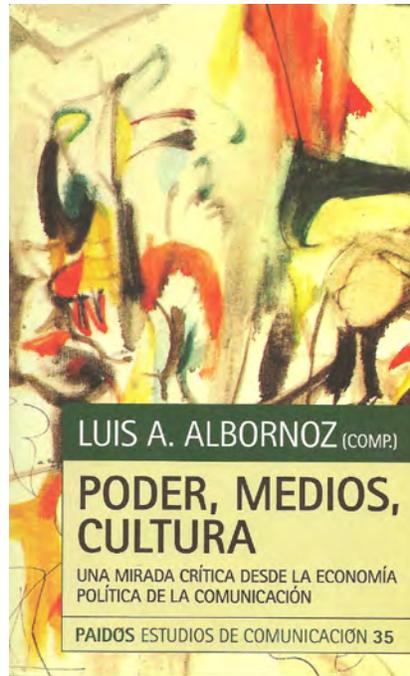


# PODER, MEDIOS, CULTURA

Mariana Torres



Luis A. Albornoz (comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Paidós Comunicación, 1ª edición, Argentina, 2011, 275 pp.

Toda disciplina se encuentra en constante reflexión acerca del campo de estudio que abarca, sobre todo una suma como la que constituye el análisis social de la cultura y la comunicación. La Economía Política de la Comunicación se ha convertido en la disciplina donde encuentran espacio los estudios que refieren a los fenómenos comunicativos que atraviesan distintos ámbitos de la vida pública nacional y global. La sociedad de la información, las industrias culturales, las industrias creativas, los hábitos de consumo cultural y las políticas públicas que involucran estos procesos se encuentran presentes en esta perspectiva teórica.

*Poder, medios, cultura*, una compilación de Luis A. Albornoz, es un ejercicio de reflexión de esta disciplina a partir de doce textos de distintos autores que han trabajado en este campo de estudio. Dividido en cuatro partes fundamentales: "Economía política de la comunicación", "¿Industrias culturales o creativas?", "El consumo cultural desde una perspectiva crítica" y

“Desafíos para pensar la comunicación y la cultura”, los artículos se encuentran ordenados de forma tal que en primera instancia se ofrece un acercamiento inicial al campo académico: un diagnóstico sobre las investigaciones que se realizan y las tendencias en ellas. Llega entonces una exploración de los términos que involucra la disciplina como “industrias creativas”, “industrias culturales” y “sociedad de la información”, así como sus críticas, seguida de artículos de reflexión más teórica, para terminar con una prospectiva sobre los desafíos de la Economía Política de la Comunicación.

Ramón Zallo abre con un texto diagnóstico del campo disciplinario, “Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura”, en el cual admite que en el campo abundan los informes, trabajos teóricos conceptuales de economía, investigaciones macroeconómicas cargadas de estadísticas, además de estudios sobre concentración del poder, la relación de éste con la información y la cibercultura, el derecho a la comunicación y la información.

En su texto, Zallo plantea una serie de prioridades que los investigadores deben tomar en consideración en sus próximos trabajos, entre las que se encuentran la relación entre sociedad del conocimiento y capitalismo; la importancia de asegurar la continuidad de las investigaciones para lograr estudios estructurales desde distintos espacios y sectores; las nuevas sociabilidades a partir de los sistemas y, sobre todo, de la red; el trabajo cultural, la regulación y la propiedad intelectual; las estrategias y políticas culturales con acento en la diversidad e igualdad, innovación, sostenibilidad, participación y conocimiento, así como el surgimiento de una economía crítica de la comunicación y la cultura.

La primera parte también incluye la aportación de Vincent Mosco, quien señala las tendencias de la investigación en economía política: la globalización de la economía política en el sentido del carácter internacional de los sistemas mediáticos y la integración de las empresas; el enfoque de economía política para la historia de la comunicación, es decir, la trayectoria histórica de los medios en temas de propiedad y las tendencias como la regulación de la propiedad cruzada. Está igualmente el punto de vista de la resistencia, esto es, la investigación en términos de capital, en las corporaciones dominantes y las élites hacia otros enfoques alternativos inspirados en la investigación feminista y la del trabajo, con las exigencias de las nuevas tecnologías; aquí el académico incluye las acciones que al respecto toman los trabajadores.

Están presentes en su reflexión la transición de los medios tradicionales a los nuevos medios digitales y la manera como se han convertido en productos para la venta: lo que denomina el “capitalismo cibernético”. Lo siguiente es el activismo mediático, pues la mayoría de los dedicados a la investigación y la enseñanza de la economía política de la comunicación han sido activistas, según señala Mosco.

El segundo apartado permite al lector familiarizarse con algunos de los conceptos involucrados en la economía política de la comunicación, como las industrias culturales y creativas, sus diferencias y críticas; la sociedad de la información, así como sus efectos desde el punto de vista económico.

Philip Schlesinger arroja claridad sobre el origen británico del término industrias creativas como la unión de las comunicaciones y las artes a las cuales han sido añadidas las tecnologías de la información y la comunicación. Mientras que Gaëtan Tremblay explora a fondo este término, sus características fundamentales para catalogarlas como tal y pone sobre la mesa

otros conceptos involucrados como el de "sociedad de la información", para finalizar con una comparación entre los términos de ambas industrias: culturales y creativas, así como la amalgama que forman. Además, este autor canadiense alerta sobre el tratamiento de las industrias culturales dentro de la lógica económica capitalista que podría redundar en la menor participación del Estado.

Enrique Bustamante, por otro lado, ofrece una crítica a las industrias creativas calificándolas como una "moda". Señala que bajo esta perspectiva la cultura queda supeditada a la economía y el sujeto es sólo un participante en la dinámica de esta naturaleza, donde se encuentran otros fenómenos como la concentración de la cultura y la comunicación, los derechos de autor, las políticas públicas y el ámbito internacional. Alude que las industrias creativas, a diferencia de las culturales, están ligadas al mercado y a la rentabilidad.

La tercera parte del libro resulta más epistemológica e invita a la reflexión teórica de la economía política.

Armand Mattelart recorre el devenir histórico de los estudios en la materia. En "El consumo cultural desde una perspectiva crítica", Mattelart hace un recuento de los estudios de economía política y el camino recorrido a través de los años desde que comenzó a interesarse por el consumo, comportamiento, hábitos y prácticas culturales. El texto de Mattelart permite al lector familiarizarse con la historia de la economía política, así como situarla en cómo abordar los problemas desde esta perspectiva. Resulta un ensayo recomendable para todos aquellos que se inician en los estudios de economía política o esperan hacerlo.

Michael Herschmann propone una agenda interdisciplinaria que sea incluyente con todas las dinámicas de las prácticas socio-culturales y la complejidad social involucrada en este proceso, lo que Kellner llama una "economía política de la cultura", y sugiere trabajar con los circuitos culturales para integrar los espacios de la producción, recepción y consumo de la cultura. Sugiere una perspectiva global sobre la dinámica de producción y el consumo cultural como un binomio integrado.

Francisco Sierra hace énfasis en la recepción de los productos mediáticos al arrojar luz sobre los estudios de recepción. Sierra invita a reivindicar los estudios de recepción, repensar lo "público", integrar niveles de análisis de esta modernidad "líquida" y revertir los discursos que toman al ciudadano como consumidor. Pide terminar con la idea del "hombre masa" y sugiere la etnografía como único método abarcador de la audiencia y las mediaciones con una perspectiva materialista de la teoría crítica.

Finalmente, y a manera de prospectiva, se encuentran tres últimos ensayos sobre los desafíos para repensar la comunicación y la cultura, los cuales comienzan con la participación del coordinador del libro. Albornoz pone sobre la mesa los temas que se encuentran presentes en la cultura digital, no sin antes mencionar el contexto en el cual se dan estos fenómenos; entre ellos se hallan la desregulación, la concentración, el crecimiento del flujo de contenidos culturales, la internacionalización de éstos y sus capitales, las finanzas de los grupos mediáticos, así como la entrada de instituciones financieras a las ramas de la producción informativa. Aborda otros temas relevantes como el acceso universal a la red, la neutralidad de la misma, el comercio electrónico y la piratería, el *software* libre, los datos personales y su comercialización, y el control por parte de algunos gobiernos sobre redes, contenidos y servicios.

Albornoz sostiene que las infraestructuras digitales están siendo conducidas por intereses económicos pero, a pesar de ello, las redes han abierto un espacio de interacción e intercambio de ideas y debate donde es necesaria toda la investigación académica que se pueda aportar.

Luis Albornoz aporta un texto en el cual se encuentran los temas principales de la economía política de la comunicación como un campo de estudio con el foco puesto en los cambios de las sociedades industrializadas, permeadas por los fenómenos comunicativos de los nuevos códigos y mediaciones que involucra el consumo cultural, hoy íntimamente vinculado con la tecnología.

Por su parte, César Bolaño expone la lucha epistemológica que se impone a la economía política de la comunicación con un enfoque de teoría crítica. Propone que la primera tarea de la economía política de la comunicación sea el apoyo a la reconstrucción del campo crítico de la comunicación en su totalidad, vinculada más al paradigma del materialismo histórico con un diálogo efectivo entre las escuelas de la economía política de la comunicación y el reconocimiento de la aportación latinoamericana, tratando de preservar el carácter crítico del pensamiento marxista.

Finalmente, Delia Covi enumera y explica los que considera los principales retos de la economía política de la comunicación: las articulaciones entre economía y comunicación; la exigencia de crear barreras flexibles y tender puentes hacia distintas miradas de los procesos comunicativos; la complejidad de definir los alcances de la cultura, porque resulta imposible abarcar todos los procesos culturales; el entorno de la crisis económica y su relación con la investigación de economía política de la comunicación, es decir, los procesos sutiles en que la educación, por motivos de contexto económico y social, se encamina a que sus egresados y conocimiento se acerquen a lo que resulta competitivo. Desde luego, también aborda los temas emergentes insoslayables como las industrias creativas y el papel del Estado en la sociedad digital.

*Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* permite al lector familiarizado con la perspectiva teórica, reflexionar y replantear los objetos de estudio, la metodología y el estado del arte de estas investigaciones. No obstante, quien se acerca por primera vez entiende el origen y los retos que implican un campo tan abarcador de fenómenos sociales complejos.