

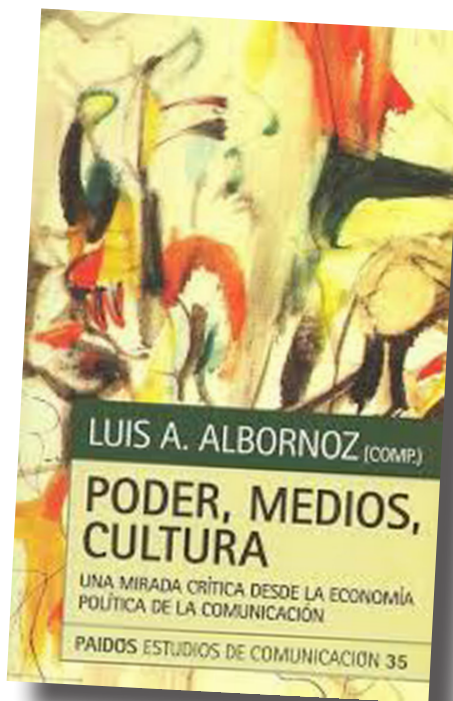
RESEÑA

Luis A. Albornoz (comp.)  
**Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde  
la economía política de la comunicación**

Argentina/España/México: Paidós Comunicación, núm. 35, 2011, 275 pp.

Sergio Miguel Hernández Medina\*

Este libro es el trabajo colectivo de la Unión Latina de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), donde se exponen diversos enfoques académicos, críticas, características actuales y desarrollo de la nueva economía política de la comunicación y la cultura. El profesor Luis A. Albornoz reúne, como compilador, a prestigiosos investigadores académicos, si no los más importantes, sí los más reconocidos en el campo. El libro es imprescindible y de lectura obligada, para entender desde diferentes contextos geográficos, económicos, culturales y políticos, las distintas formas y mutaciones desarrolladas en torno a las empresas mediáticas en la era de las globalizaciones. Su contenido se divide en cuatro partes, con 11 artículos en total, donde encontramos los puntos de vista de cada autor, así como una introducción biográfica de cada uno de ellos, la cual no deja de ser importante para poder entender desde sus contextos socioculturales las investigaciones que tienen en común sobre la economía política de la comunicación.



La primera parte, *Economía política de la comunicación*, contiene los textos de Ramón Zallo y Vincent Mosco. En “Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la

\* Doctorando en comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Maestro en ciencias sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa y licenciado en ciencias de la comunicación por esta misma institución.

**Correo electrónico:** [svmiguel@hotmail.com](mailto:svmiguel@hotmail.com)

cultura”, Zallo articula tres grandes apartados: definición teórica conceptual, desarrollo y actualidad, retos y prioridades de la economía política de la comunicación y la cultura; inicia con una crítica conceptual a la forma en la que se hace referencia a los estudios sobre economía política de la comunicación, a la cual acepta referirse como una “economía crítica de la cultura y la comunicación”. En donde la referencia hacia el concepto “cultura” hace a partir de que esta noción amplía el análisis social sobre los medios de comunicación, como un vértice que puede dar unión a diversos aspectos sociales tan difíciles de ligar interdisciplinariamente.

Asimismo, Zallo considera el estudio de la economía política de la comunicación, desde un modelo general y abierto de interpretación del actual sistema de medios, lo cual invita a la flexibilidad y a la integración desde campos científicos afines, seguir utilizando el pensamiento crítico como marco metodológico, desde una visión global, sin caer en definiciones de moda como “industrias creativas”, dentro de una multiplicación social de intelectos fragmentados. En cuanto a la actualidad científica, Zallo revaloriza los estudios sobre cultura dentro de la economía política de la comunicación, junto a los aportes de los clásicos, relacionados con los movimientos sociales, generados por organismos internacionales, gobiernos estatales y organismos civiles; existen estudios macros y micros sobre la importancia global que la cultura tiene sobre la economía política, así como un importante aumento académico sobre la globalización de los medios de comunicación.

Por otra parte, Vicente Mosco divide su texto “La economía política de la comunicación una tradición viva” en cinco subtemas. A

continuación se muestran sus argumentos más importantes: inicialmente, expone que el estudio sobre la economía política de la comunicación se debe rehacer bajo los planteamientos ya establecidos, pero con una óptica distinta. La globalización de la economía política ha sido una constante en sus análisis científicos (Smythe, Schiller, Mattelart), considerando que las aportaciones científicas fueron creadas lejos de la órbita primermundista, como el ejemplo chileno de Salvador Allende. Sin embargo, tales aportaciones tendían a caer en visiones nacionalistas y regionales, motivo por el cual cayeron en estudios muy sesgados y de una pobre relación académica internacional. En contraparte, expone que los nuevos estudios enfatizan visiones alternativas de resistencia, alejadas del capital como elemento dominante, como las feministas y la del trabajo; encontrando una gran variedad de subtemas desde el feminismo, así como los aspectos laborales de las grandes cadenas de comunicación y las crisis económicas y sociales dentro de sus consorcios mediáticos. Analiza también la transición de los medios tradicionales a los nuevos medios, considerando que el capital, como detonador principal, los convierte en mercancías, aun cuando los antiguos medios evolucionan, sigue siendo un capitalismo digital (p. 77). No obstante, este nuevo modelo de relaciones presenta, según Mosco, unas discontinuidades no previstas.

En la segunda parte *Industrias culturales o creativas*, Philip Schlesinger en “Intelectuales y políticas culturales”, para describir la forma en la que los nuevos intelectuales neoliberales conforman un discurso sobre las políticas de la creatividad, divide su análisis en seis partes, para diferenciar conceptualmente la

acción de las industrias culturales. Schlesinger reflexiona sobre las posturas de Bauman y Adorno para diferenciar la dicotomía en la que se desenvuelven las políticas culturales, así como los dos presentan una tesis de cómo los intelectuales han adquirido cierta relevancia dentro de sus diferentes perspectivas. Schlesinger hace ver que la adquisición de políticas públicas en sistemas políticos distintos es posible, si se toman en cuenta, más las similitudes que las diferencias, tomando como referencia, en primer lugar, el tejido cultural y social.

En “Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información”, Gaetan Tremblay expone su texto en tres partes, iniciando con una reflexión histórica del concepto “industrias creativas”, a partir de la década de los años 80, en el Reino Unido, durante el mandato de Tony Blair. El autor expone que su origen es esencialmente político, en un momento donde la competencia mundial necesitaba de nuevos modelos de maximización de rendimientos; la eminente globalización generó una amplia difusión y aceptación del concepto de forma rápida por sistemas políticos occidentales. Tremblay distingue el desarrollo de este nuevo modelo así como su evolución teórica posterior a la SWW, pasando por Daniel Bell y Touraine, hasta la actual sociedad del conocimiento, para terminar con un análisis renovado.

Enrique Bustamante, en “¿La creatividad contra la cultura?”, plantea, en dos partes y de manera profunda, si hay una lucha entre la creatividad y la cultura, nos dice que el término “industrias creativas” ha sido apoyado tanto por gobiernos neoliberales como por socialdemócratas, dando un apoyo a la creatividad como nuevo factor de desarrollo. El uso

como sinónimos de creatividad y cultura, permea todo tipo de espacios, en donde la innovación tiene características económicas propiamente como el término “ciudades de la imaginación”, objeto de congresos y charlas entre académicos y políticos. Bustamante critica que el concepto de industrias creativas pasará de moda en pocos años y será probablemente sustituido tras su agotamiento por renovados eslóganes publicitarios (p. 143), el autor hace un recorrido genealógico conceptual del desarrollo de la teoría de las industrias culturales desde su origen pragmático, enmarcándolo dentro de la economía política como respuesta de las desviaciones de la teoría de la comunicación funcionalista; la denominación “industrias de la creatividad” tiene una amplia gama de categorías según Bustamante: cultura de la industria, ciudadanos-consumidores, concentración empresarial, *copyright*. El propio autor se cita diciendo que el apoyo dado a las industrias creativas tiene variantes heterogéneas, individualismo, interaccionismo digital, explotación de patentes y direcciones de empresa a nivel global. Enfatizando más bien en una característica clara de un mercado que busca una rentabilidad a corto plazo y acrecentando la brecha de inclusión social.

Dentro de *El consumo cultural desde una perspectiva crítica*, en su trabajo “Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales”, Armand Mattelar habla sobre la rivalidad entre la economía política y los estudios culturales, los cuales, aun cuando nacieron como crítica a la sociología funcionalista y la necesidad de centrar los procesos ideológicos, así como una crítica al reduccionismo marxista, tomaron caminos distintos en América del Norte, Europa y Amé-

rica Latina. Ambas posturas no tomaron en cuenta en un inicio aspectos como las audiencias y la recepción por motivos fundamentalistas de la ideología marxista. Mattelart continúa describiendo la autonomización de la cultura, la cual viene de un contexto de cambios sociales y de críticas al anterior sistema omnímodo de certezas lisas y unívocas y, como ejemplo de ello, se dan los primeros enfrentamientos entre ambas posturas sobre la “desregulación” del texto como medio de análisis de la ideología (p. 160).

Michael Herschmann evalúa en “Nuevos enfoques para nuevas prácticas socioculturales”, la importancia de relacionar aspectos sociales de forma interdisciplinar en una sola dimensión metodológica a partir de la economía política de la comunicación y la cultura. De igual modo, propone estudios interdisciplinarios a través de la condensación de redes de poder y el uso social de los medios, existe una gran cantidad de investigadores que trabajan de manera aislada en una agenda tan amplia y ardua como la siguiente: accesibilidad de información pública y confiable; insuficientes apoyos financieros para la investigación; débil apoyo institucional y de organizaciones privadas.

En “Consumo cultural y poder mediático”, Francisco Sierra nos habla en su introducción de la inseparable relación entre cultura, medios de comunicación y economía política, para estudiar la reproducción simbólica del gobierno y las formas de representación informativa, desde un planteamiento teórico heurístico; ampliando la investigación en estudios culturales, lejos del yugo de conceptos reduccionistas sobre términos como el de la ideología althusseriana, iniciando desde los años 70 un estudio pionero

más pragmático y conservador. Los estudios culturales han pasado de ser un concepto clausista, a ser una variable más, ponderando la etnografía, las resistencias culturales, la determinación social, análisis contextual y lo micro social. Sierra nos dice que estos estudios ofrecen un análisis crítico sobre el fin de las utopías y el consumo en la era digital, así como del giro lingüístico en el tratamiento de la recepción. Profundiza en las asimetrías y desigualdades en la comunicación, para poder entender de forma axial los procesos de vinculación, informativos, productivos y del mundo simbólico, a partir de dos premisas: el análisis interdisciplinario y el consumo informativo como proceso de producción. El autor enfatiza la necesidad de crear puentes de conexión entre la cultura y la política, líneas básicas entre lo público y lo privado, desde sus realidades, buscando articular todas las visiones que se han desarrollado por separado de un mismo origen.

Por último, en la cuarta parte del libro, *Desafíos para pensar la comunicación y la cultura*, Luis A. Albornoz, en “Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica”, nos habla sobre el avance tecnológico que se presenta en las nuevas sociedades capitalistas, analizando la dicotomía entre el determinismo tecnológico y la perspectiva tecnológica sintomática; la primera, analiza una de las condiciones del cambio social, y, la otra, como objeto de uso, Albornoz, citando a R. Williams (1974), reconocía que su énfasis estaba en el proceso interno de los contenidos culturales, describiendo relaciones complejas y dinámicas (exógenas y endógenas); en un cruce de interrelaciones para analizar tales como: la “desregulación” estatal a favor de empresas privadas, la concentración empresarial en am-

bos niveles; el aumento en la producción de contenidos por cable y satélite, la internacionalización de capitales, y, el ingreso de financiero exógeno.

En “Comunicación y lucha epistemológica”, César Bolaño habla de la necesidad de definir una epistemología de la economía política de la comunicación, dentro de la actual revolución tecnológica, Bolaño comenta que es importante por razones históricas la relación entre política y epistemología, pues ya desde Marx, se decía que las ideas son importantes para las clases dominantes, presentando teorías sobre sus visiones de desarrollo a diferencias de los grupos subordinados que también poseen sus propias visiones, es decir, Marx criticaba la visión de la economía política a favor del capital, reivindicando el poder de la clase antagonista (el proletariado); por su parte Weber también aportó un planteamiento más adecuado, a partir de las acciones de diferentes actores sociales, alejándose del concepto de totalidad y existencialista. Durkheim por su parte, restituye el concepto de totalidad, pero lo sustituye por el de patologías sociales, estas visiones son parte de las luchas en contra del pensamiento burgués que había

iniciado Marx y que la propia teoría capitalista no había superado en sus propuestas.

Delia Crovi Druetta, en el último trabajo de la parte final del libro, “La cultura y la comunicación desde la economía política”, hace énfasis en que la economía política de la comunicación y la cultura ha tenido una gran relevancia en sus análisis sobre las formas actuales en las que se presenta el desarrollo industrial, aun cuando existen posturas que niegan esta cualidad, la concentración mediática, la definición en torno a sus límites, las características propias de los actuales sistemas, no han generado un interés generalizado, por lo que es difícil para el ciudadano común entenderlo. Esta crítica ha sido una bandera desde los estudios latinoamericanos, tratando de acercar su entendimiento, en las relaciones entre empresas mediáticas y gobiernos, han ido alejando el bien común de los ideales democráticos; la economía política de la comunicación y la cultura trata de dar luz a estos fenómenos así como denunciar, transparentando sus funciones, entre la economía, la comunicación, sus alcances y su actual contexto económico. Temas todos emergentes e insoslayables. ■

