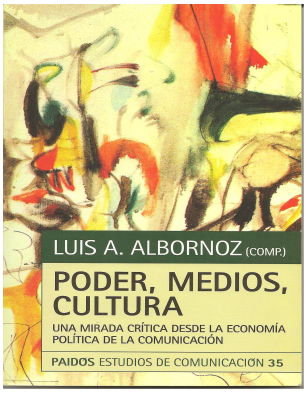
Una crítica del poder actual de la comunicación

POR **KAREN ARRIAZA IBARRA**



Poder, medios, cultura
Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación
Luis A. Albornoz (compilador)
Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación, 2011, 275 p.
ISBN: 978-950-12-2735-2

Lo primero que llama la atención de este libro es, además del título, el subtítulo. Tradicionalmente la Economía Política de la Comunicación (EPC) y el estudio de los medios han estado estrechamente vinculados, sobre todo en la práctica, pero han sido escasos los trabajos publicados sobre el particular. Siguiendo la estela marcada por el ya clásico libro de Marjorie Ferguson y Peter Golding, *Economía Política y Estudios Culturales* (ediciones Bosch, 1998), en los últimos cinco años han salido al mercado algunos títulos que tratan el tema, como por ejemplo, *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, coordinado por César Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (La Crujía, 2005) y la traducción que hizo Mariano Zarowsky del libro *Para un análisis de clase de la comunicación*, de Armand Mattelart (Cooperativa Gráfica El Río Suena, 2010). Sin embargo, los que nos dedicamos al estudio de los medios seguimos echando en falta más publicaciones desde la perspectiva de la EPC.

El libro objeto de la presente reseña sigue la estela marcada por los títulos anteriores, pero lo cierto es que va más allá por diversas razones. La primera, muy notable, es que el profesor Luis A. Albornoz, de la Universidad Carlos III de Madrid, presenta una compilación de textos escritos por algunos de los mejores investigadores en comunicación. En este volumen colaboran firmas tan reconocidas como Ramón Zallo, Vincent Mosco, Gaëtan Tremblay, Armand Mattelart, Micael Herschmann, Francisco Sierra, César Bolaño, Delia Crovi Druetta, Enrique Bustamante y el propio coordinador del libro -todos ellos expertos de renombre en el mundo de la comunicación-. En segundo lugar, se trata de un libro que seguramente tendrá

Fundación Telefónica
Telefónica

una buena acogida entre los lectores españoles y latinoamericanos porque la traducción de los capítulos realizados por los colaboradores extranjeros ha sido sumamente cuidada, cosa que se agradece, en especial en el capítulo firmado por Mattelart (la mayoría de sus trabajos han sido traducidos al español, pero lamentablemente ha habido algunas traducciones muy deficientes). Y finalmente, aunque no en último lugar, el innegable hecho de que al estar conformado por varias colaboraciones, el libro nos brinda una visión bastante amplia de las aplicaciones de la EPC.

Los críticos de la EPC han pretendido descalificarla bajo el falaz argumento de que está cargada de ideología y dogmatismo. En efecto, los trabajos que se exponen no esconden una visión crítica del poder, los medios y la cultura, pero, al contrario que otros, en absoluto se les puede etiquetar de dogmáticos; más bien todo lo contrario, son capítulos que invitan a una reflexión que nada tiene de sectaria. Los capítulos en cuestión parten del supuesto de que los dramáticos cambios que estamos viviendo en el sistema económico y político en todo el mundo (todos enmarcados dentro de la globalización) han impactado severamente en las distintas formas en las que se ejerce el poder, funcionan los medios y fluye la cultura.

La primera parte del libro se conforma de dos capítulos dedicados a sentar las bases de lo que se deben entender por EPC. Especialmente útil es el Cuadro holístico para una economía crítica y la comunicación (pp. 36 y 37) del profesor Zallo y la extensa bibliografía empleada en los dos primeros capítulos. En la segunda parte se plantea la pregunta: *¿industrias culturales o creativas?* Los profesores Schlesinger, Tremblay y Bustamante dan un cúmulo de sólidos argumentos orientados a explicar el pobre impacto que han tenido las opiniones de los intelectuales más críticos sobre el sistema. La tercera parte trata sobre el consumo cultural desde una perspectiva crítica. En este caso, los profesores Mattelart, Herschmann y Sierra nos exponen una visión más clásica, muy afín con el enfoque crítico hacia el enfoque dominante entre, por una parte, los intereses económicos, y por otra, las prácticas culturales, el poder y el ejercicio de éste. Por último, la cuarta parte trata de los desafíos para pensar la comunicación y la cultura. Las colaboraciones del coordinador de la obra y de César Bolaño nos invitan a formularnos cómo será el panorama en los próximos años, en particular si consideramos el papel que desempeñan las redes y los servicios digitales. Finalmente, Crovi Druetta nos propone un texto con el principal objetivo de invitar a la reflexión sobre la mayoría de los temas que se han expuesto en el libro.

En suma, el libro coordinado por Luis A. Albornoz es una buena obra. Hacía falta la diligente y experta mano de intelectuales de la talla de quienes colaboran en este trabajo para explicar, con claridad y desde diferentes perspectivas, cómo funcionan las cosas en el seno de la EPC y poner algo de orden sobre el tema.

Fundación Telefónica
Telefónica