

ZALLO, R. *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*.

Barcelona: Gedisa, 2011, 414 p.

ISBN: 978-84-9784-666-0

PER CARMINA CRUSAFON

Profesora lectora de la Universidad Autónoma de Barcelona



Una mirada exhaustiva de las estructuras y las políticas de la comunicación y la cultura

El libro *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital* se sitúa en el campo de la economía política y supone una exhaustiva mirada sobre el sistema comunicativo y cultural, así como sobre las políticas de la comunicación y la cultura en el escenario digital. Se trata de un libro que presenta una estructura híbrida entre el ensayo crítico y el manual universitario. Esta obra supone una importante aportación y puesta al día del texto clásico de Ramón Zallo, *Economía de la comunicación y la cultura* (1988), dadas las grandes transformaciones que han vivido ambas áreas temáticas. El objetivo del autor es proporcionar una mirada integral del escenario digital que ofrece elementos de reflexión y, a su vez, también realiza propuestas y abre caminos para el desarrollo de la investigación en este ámbito.

El libro se divide en tres partes: la primera presenta un planteamiento sobre la economía política y la comunicación en la era global, en la que adquieren protagonismo principalmente los conceptos de cultura, identidad, globalización y digitalización. La segunda gira en torno a la economía de la cultura, la diversidad y la crisis. La tercera parte se centra en las políticas culturales y comunicativas en la era digital.

La primera parte supone un punto de partida para abordar posteriormente el análisis más reflexivo de la economía de la cultura y las políticas de comunicación. Establece las bases, realizando una exhaustiva aproximación a conceptos básicos como la cultura, el espacio y el sistema cultural. Se presenta una categorización de los términos y los conceptos desde un enfoque instrumental. Asimismo, se explican desde la perspectiva de la globalización y la digitalización, concebidas como los vectores de cambio en el escenario mundial. La obra supone una significativa contribución a la disciplina de la economía política. Formula propuestas de definición para la delimitación de conceptos que muchas veces se encuentran dentro de fronteras poco precisas.

La mirada de Zallo cuida mucho el lenguaje con el fin de que no esté teñido de anglicismos. Se ve claramente de dónde bebe el autor, con el uso de conceptos como *comunicación-mundo*, el uso de *mundial* y *mundialización*, y de *hilera audiovisual*, en detrimento de un uso muy residual de los términos anglosajones. Es la versión en castellano del equivalente de los autores franceses para la preservación de la perspectiva europea continental y, en concreto, la singularidad de la perspectiva ibérica.

De la primera parte requiere una especial mención el capítulo 3, centrado en el concepto de identidad. Es un claro ejemplo de la sensibilidad y la preocupación de Zallo por reflejar la diversidad de miradas sobre la estructura comunicativa. En concreto, el protagonismo del concepto de identidad y su reflejo en las distintas realidades, así como las diferentes situaciones fruto de circunstancias de riesgo y el proceso de globalización e identidad no vinculada al concepto de Estado. La posición del autor se hace explícita en los adjetivos que califican las distintas identidades. El origen vasco del autor conlleva que realice una relevante contribución en estos ámbitos, en muchas ocasiones, aspectos olvidados en otros libros de referencia en lengua castellana.

De la segunda parte destaca la mirada, desde la perspectiva crítica, a la economía de la cultura y la comunicación del capítulo 5. Aparecen elementos propios de manual, como las características económicas de la cultura y la comunicación (los rasgos distintivos) (p. 162-170), también en la descripción del sistema de *comunicación-mundo* (p. 73-81). La importancia del audiovisual (capítulo 6) se muestra en la explicación detallada de las especificidades y las particularidades de esta industria (siguiendo el modelo de enumeración propio de un libro universitario de referencia). Con una intención ilustrativa, Zallo pasa a analizar escenarios concretos de la realidad española y su diversidad autonómica y cultural, y hace algunas referencias a la dimensión europea.

En la variedad de contribuciones que propone Zallo –que el lector va descubriendo a medida que se adentra en el libro y que no siempre han sido anunciadas–, presenta elementos de

prospectiva (capítulo 7) en los que toman protagonismo la crisis económica y la digitalización como vectores de cambio que ayudan a explicar las transformaciones del escenario comunicativo y cultural en la actualidad. Incluso presenta lo que llama *hipótesis general prospectiva* al final del capítulo (p. 218), cuya ubicación confunde al lector, porque queda desligada y le hace perder protagonismo.

El capítulo 8 presenta una singularidad a destacar, por poco habitual, en los textos de este ámbito temático: una propuesta de prioridades para la investigación en economía y políticas de comunicación. Se trata de un conjunto de temas que configuran una agenda de materias a considerar y se complementa con un cuadro holístico para una economía crítica de la comunicación y la cultura. Aunque la contribución es muy relevante y hay que remarcarla como tal, la dimensión gráfica de las tablas está poco conseguida y no facilita la comprensión. Sería necesaria una mejora en ese aspecto, porque duplicaría la importancia de la propuesta (p. 225 y 228-231).

Los capítulos 10 y 12 presentan un análisis detallado y muy preciso de las políticas culturales y comunicativas en España y las comunidades autónomas que permite obtener un estado actual de la cuestión. Ambos capítulos son uno de los elementos a destacar del libro. Son realmente recomendables, especialmente por la explicación de la evolución de las políticas del gobierno de Rodríguez Zapatero (2004-2010) hacia un giro neoliberal. El último capítulo (cap. 14) también supone una contribución que cabe destacar: Zallo presenta una propuesta de agenda para la política cultural, audiovisual y de internet en España y en las comunidades autónomas. El enfoque es dual, porque el autor no se limita a realizar las propuestas concretas para cada ámbito, sino que es explicativo en los términos y las líneas de actuación.

El libro de Zallo llena un vacío en la bibliografía en lengua castellana, porque abarca de forma exhaustiva dos áreas —la estructura y las políticas— que tradicionalmente han sido tratadas de forma separada. En el ámbito de la estructura mediática, contamos con las obras de Ramón Reig (2010 y 2011) y Bernardo Díaz Nosty (2007), que realizan un análisis de los medios de comunicación en distintos escenarios geográficos. Sobre la economía política de la comunicación, Zallo ofrece una visión complementaria de la obra del canadiense Vincent Mosco (2009), que realiza un recorrido conceptual e histórico desde una mirada anglosajona. Desde una perspectiva combinada de estructura y políticas, podemos destacar las obras de Enrique Bustamante (2002, 2003 y 2011), en las que Zallo también colabora, pero sobre todo la última, sobre las industrias creativas: se trata de una obra que analiza este concepto y ofrece una reflexión crítica a partir de las aportaciones de relevantes académicos internacionales.

En definitiva, la obra de Zallo se convierte en una referencia en el ámbito de la estructura y las políticas de comunicación en lengua castellana que puede ayudar tanto a los académicos como a los estudiantes a entender su funcionamiento en el escenario digital.

Referencias

- BUSTAMANTE, E. (coord.) *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002, 384 p.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003, 384 p.
- BUSTAMANTE, E. (ed.) *Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa, 2011, 192 p.
- DÍAZ NOSTY, B. (dir.) *Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*. Barcelona: Ariel, 2007, 419 p.
- REIG, R. *La telaraña mediática: cómo conocerla, cómo comprenderla*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social, 2010, 196 p.
- REIG, R. *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa, 2011, 320 p.
- MOSCO, V. *Economía política de la comunicación. Reformulación y renovación*. Barcelona: Bosch Comunicación, 2009, 440 p.
- ZALLO, R. *Economía de la comunicación y la cultura*. Torrejón de Ardoz (Madrid): Akal, 1988, 207 p.