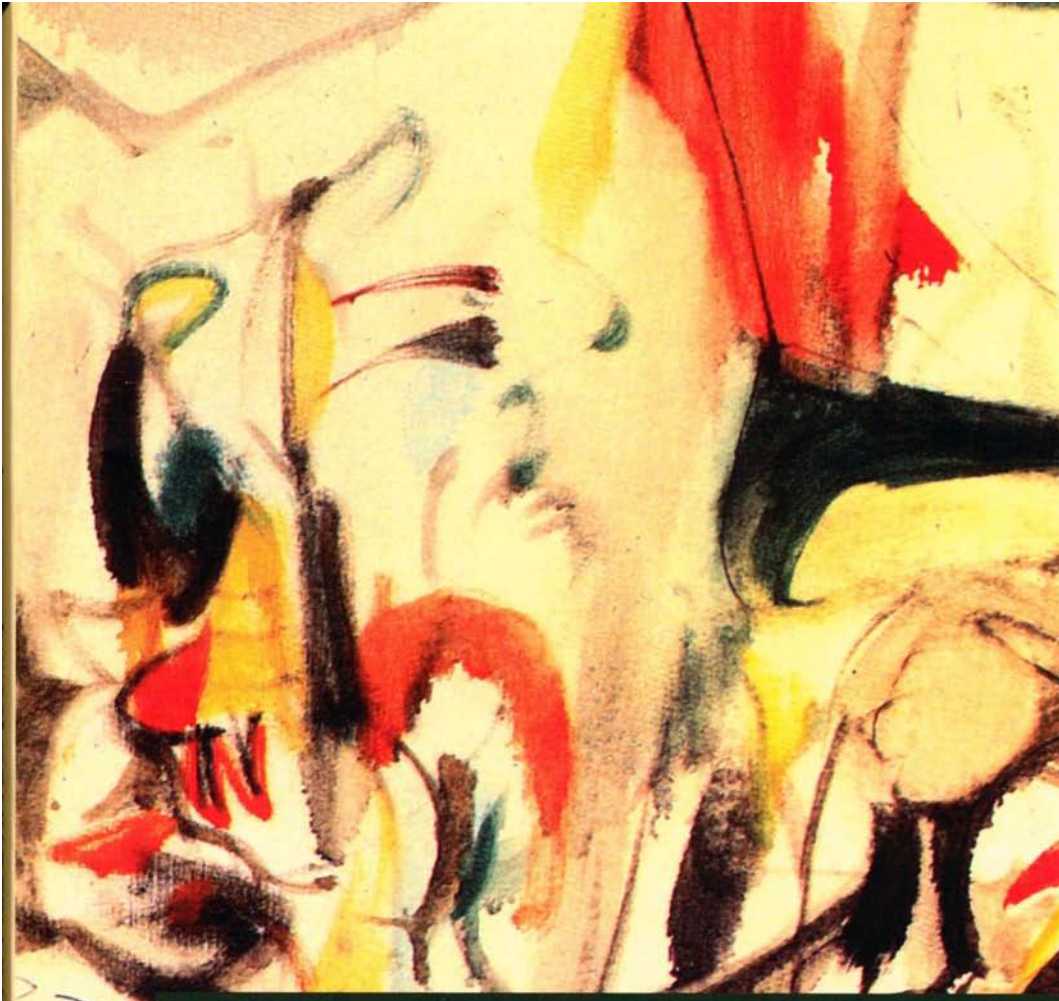


LUIS A. ALBORNOZ (COMP.)

PODER, MEDIOS, CULTURA

UNA MIRADA CRÍTICA DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

PAIDOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN 35

Librería García Cambeiro

Índice

Los autores 11

Parte I
Economía política de la comunicación

1. Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura, *Ramón Zallo* 17
2. La economía política de la comunicación: una tradición viva, *Vincent Mosco* 61

Parte II
¿Industrias culturales o creativas?

3. Intelectuales y políticas culturales, *Philip Schlesinger* 93
4. Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información, *Gaëtan Tremblay* 109
5. ¿La creatividad contra la cultura?, *Enrique Bustamante* 139

Parte III
El consumo cultural desde una perspectiva crítica

6. Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales, *Armand Mattelart* 157

Librería García Cambeiro

7. Nuevos enfoques para nuevas prácticas socioculturales, *Micael Herschmann* 177
8. Consumo cultural y poder mediático, *Francisco Sierra*.... 189

Parte IV

Desafíos para pensar la comunicación y la cultura

9. Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica, *Luis A. Albornoz*..... 221
10. Comunicación y lucha epistemológica, *César Bolaño*..... 247
11. La cultura y la comunicación desde la economía política, *Delia Crovi Druetta*..... 261

Librería García Cambeiro

Los autores

Luis A. Albornoz. Socio fundador y presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). Profesor de Estructura de Sistema Audiovisual del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Miembro del grupo de investigación "Televisión-cine: memoria, representación e industria" de la Universidad Carlos III de Madrid. Autor de *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur* y *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red.* Participó de las obras colectivas (E. Bustamante, coord.) *Comunicación y cultura en la era digital* y *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación.*

César Bolaño. Profesor de la Universidad Federal de Sergipe, Brasil. Fundador y primer presidente de la ULEPPIC. Actual presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). Director de la revista *EPTIC OnLine.* De su producción se destacan las obras *Mercado brasileiro de televisão* e *Indústria cultural, informação e capitalismo.* Sus artículos más recientes abordan temas como la economía política de internet, la crítica de la economía política del conocimiento, regulación y mercado de la televisión brasileña.

Enrique Bustamante. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid. Vicepresidente de la Asociación de Investigadores en Comunicación de España (AE-IC). Fundador y coordinador general de

Librería García Cambeiro

la revista *Telos-Cuadernos de Tecnología, Comunicación y Sociedad.* Autor, entre otros libros, de *Presente y futuro de la televisión digital, La televisión económica* y *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia.* Su última obra como editor es *La cooperación cultura-comunicación en Iberoamérica.*

Delia Crovi Druetta. Comunicóloga y latinoamericanista. Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha publicado diversos artículos y libros sobre temas de comunicación y nuevas tecnologías. Entre sus últimos trabajos destacan: *Bitácora de viaje. Investigación y formación de comunicólogos en América Latina, Periodismo digital en México, Educar en la era de las redes* y *Comunicación educativa y mediaciones tecnológicas.* Directora científica de la ULEPICC y vicepresidenta de ALAIC.

Micael Herschmann. Historiador, doctor en Comunicación por la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ). Es investigador del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), vicecoordinador de la línea de investigación Medios y Mediaciones Socioculturales del Programa de Posgrado de la UFRJ, donde dirige el Núcleo de Estudios y Proyectos en Comunicación. Entre sus libros más recientes se destacan *Comunicação e história - interfaces e novas abordagens, Lapa, cidade da música, O funk e o hip-hop invadem a cena, Comunicação, cultura e consumo. A (des)construção do espetáculo contemporâneo* y *Mídia, memória e celebridades.*

Armand Mattelart. Profesor emérito de Ciencias de la Información y de la Comunicación en la Universidad de París VIII. Autor de numerosos libros sobre las teorías y la historia de la comunicación en su dimensión internacional. Entre sus últimas publicaciones, se destacan: *Un mundo vigilado* y *Diversidad cultural y mundialización.*

Vincent Mosco. Canada Research Chair en Comunicación y Sociología, y profesor de Sociología en la Queen's University de Canadá. Doctor en Sociología por la Universidad de Harvard. Sus trabajos más recientes incluyen *The Political Economy of Com-*

Librería García Cambeiro

munication, *The Laboring of Communication* (junto a C. McKercher), *Knowledge Workers in the Information Society* (editado con C. McKercher) y *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*, ganador este último del Olson Award 2005 al libro más destacado en el área de la retórica y los estudios culturales.

Philip Schlesinger. Catedrático en Políticas Culturales en la Universidad de Glasgow, donde dirige el Centro de Investigaciones sobre Políticas Culturales. Actualmente trabaja en las políticas relacionadas con las industrias creativas, así como en un estudio sobre etnografía literaria. Es editor (director) de la revista *Media, Culture & Society*. Su más reciente libro (coeditado con J. E. Fossum) es *La Unión Europea y el espacio público*. Asimismo, es miembro de la Royal Society of Arts y de la Royal Society of Edinburgh y académico en la Academy of the Social Sciences.

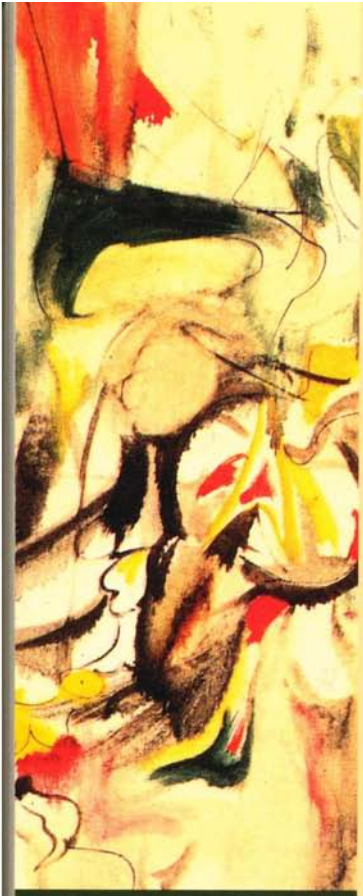
Francisco Sierra. Profesor de Teoría de la Comunicación de la Universidad de Sevilla. Doctor en Ciencias de la Información y Postgraduado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social y editor responsable de la *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* en el Departamento de Periodismo I, Facultad de Comunicación de la Universidad Hispalense. Es autor, entre otros libros, de *Políticas de comunicación y educación* y de *Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento* (Premio Mejor Libro Iberoamericano de Comunicación 2008).

Gaëtan Tremblay. Profesor de la Université du Québec à Montréal desde 1974 y director del Centro de Estudios e Investigaciones sobre Brasil desde 2004. Cofundador del Grupo de Investigación Interdisciplinaria sobre la Comunicación, la Información y la Sociedad (GRICIS). Encabeza la publicación de unas quince obras colectivas y ha publicado decenas de contribuciones a revistas y libros sobre comunicación, industrias culturales y mediáticas, formación a distancia y sociedad de la información. Pertenece a la corriente de la economía política de la comunicación.

Librería García Cambeiro

Ramón Zallo. Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco. Presidente de la ULEPICC-España. Su último libro como autor es *El Pueblo Vasco, hoy. Cultura, historia y sociedad en la era de la diversidad y del conocimiento* y, como colaborador, *Cultura y comunicación para el siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas.* Asesor de Cultura del Gobierno Vasco para temas de comunicación, audiovisual y cultura (2002-2009), fue el redactor principal del *Plan Vasco de la Cultura (2004-2015)* y participó en el *Libro Blanco del Audiovisual de Euskadi* del Observatorio Vasco de la Cultura.

Librería García Cambeiro



LUIS A. ALBORNOZ
(COMP.)
PODER, MEDIOS, CULTURA

Desde hace unos años, analistas de prestigio internacional vienen desarrollando los estudios en **economía política de la comunicación** en el contexto de la llamada "sociedad de la información", al punto de que hoy tienen plena vigencia y han cobrado una importancia fundamental para comprender la actualidad.

En *Poder, medios, cultura*, un nutrido conjunto de renombrados especialistas, nucleados en la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) –con delegaciones muy activas en Brasil, España y México–, compagina una perspectiva de análisis hoy más necesaria que nunca antes para comprender el funcionamiento de nuestros complejos sistemas mediático-culturales, inmersos en procesos de profunda y constante transformación. En este sentido, la presente obra resulta fundamental para aquellos interesados en las problemáticas y debates que suscitan el funcionamiento de los medios (tradicionales y nuevos), la formulación de políticas públicas de comunicación y cultura, o las prácticas socioculturales en el nuevo escenario digital.

Luis A. Albornoz (comp.), socio fundador y presidente de la ULEPICC. Profesor de Estructura de Sistema Audiovisual del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Miembro del grupo de investigación "Televisión-cine: memoria, representación e industria" de dicha casa. Autor de *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur* y *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red.* Participó de las obras colectivas, *Comunicación y cultura en la era digital* y *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, ambas coordinadas por E. Bustamante.

ISBN 978-950-12-2735-2
9 789501 227352 8066035

Con la colaboración de

www.paidos.com www.paidosargentina.com.ar

PAIDOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN **35**

Librería García Cambeiro