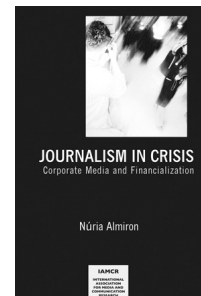


ALMIRON, N. *Journalism in crisis: Corporate Media and Financialization*. Nueva York: Hampton Press, 2010. 212 p. ISBN 978-1-57273-980-2

POR FERNANDO QUIRÓS

Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid



Comunicación, poder y periodismo

El libro de la profesora de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, Núria Almiron, sigue la tradición investigadora de la economía política de la comunicación y analiza cómo el poder, especialmente el económico, se apodera del discurso informativo. La autora, por lo tanto, realiza a fondo un análisis crítico del capitalismo, para abordar después, y en ese contexto, el estudio específico sobre la dinámica de concentración empresarial. Pone el acento en el proceso de *financiarización*, esto es, el proceso por el cual el capital financiero ha logrado un control significativo de la industria transnacional de la información desde principios de la década de los ochenta. Ese control es mayor hoy en el sector de la comunicación que en otras actividades industriales. Las áreas convergentes de las finanzas y la información están controladas oligopólicamente por los intereses interrelacionados de un reducido número de grandes bancos transnacionales y empresas transnacionales de la información. La autora recoge esta idea de Bouquillion, Miège y Morizet (2006) y la amplía incluyendo aspectos como el endeudamiento bancario con créditos y préstamos; la utilización de nuevos instrumentos financieros para la recapitalización y el endeudamiento mediante títulos bancarios; la penetración de actores globales del mundo financiero en la estructura de propiedad como los grandes fondos de inversión estadounidenses o la presencia de consejeros vinculados al sector financiero en los consejos de administración de los grupos de comunicación como representantes de paquetes accionariales o como independientes. Este proceso de *financiarización* implica rasgos nuevos con respecto a etapas anteriores del desarrollo capitalista (Almiron 2007:15-17).

Partiendo de este concepto, el libro se estructura en cuatro capítulos que arrancan con la contextualización del proceso general de concentración capitalista en la etapa de la globalización, para dirigir luego el foco al estudio de la *financiarización* en esta primera década del siglo XXI de las industrias informativas y culturales. A continuación, explica, con datos concretos, este proceso en las empresas de medios más

importantes del mundo y concluye con un brillante cierre en el que analiza los riesgos que supone esta invasión de las finanzas en la calidad del periodismo actual. En definitiva, estamos ante una magnífica actualización de los trabajos anteriores de Miège (2006) y Mosco (1996) para, sin perder de vista los textos de los fundadores, abordar el estudio de la *financiarización* de las empresas de comunicación. Obviamente, aquí las fuentes primarias son Garnham (1979,1990), Smythe (1957, 1977), Mattelart (1976), Herman y McChesney (1997) y, en España, Bustamante y Zallo (1988), Bustamante (2002, 2003), Miguel (2005) y Quirós (1998, 2006).

Por oposición, esta autora contrasta con las posiciones del profesor Manuel Castells. En *La Sociedad red*, Castells nos presentó la nueva sociedad asociada a un nuevo modelo de desarrollo, el informacional o *informacionalismo*, definida a su vez por la reestructuración de sistema capitalista del siglo XX, basada en que la fuente de la productividad radica en las tecnologías que potencian la generación de conocimiento. Según Castells, el conocimiento se convierte, a su vez, en fuente de productividad, gracias al mejor procesamiento de la información y a la posibilidad que abre la comunicación simbólica de generar culturas e identidades colectivas. En su extensa trilogía, Castells, viejo marxista radical, hacía un verdadero alarde de *mcluhanismo*: no hay jerarquías, no hay asimetrías, la comunicación no aparece ligada al poder.

Con *Comunicación y poder* (2009), Castells pretende haber descubierto precisamente estas relaciones entre el poder económico y el sector de la comunicación. Y decimos pretende porque este libro es otro descubrimiento de la rueda por parte del profesor Castells. Sostener que los medios de comunicación se han convertido, ahora, en el ámbito en el que se despliegan las estrategias de poder es bastante pretencioso. Desde que Adorno hablara por primera vez de *industria cultural* hasta nuestros días (Almiron, por ejemplo), generaciones enteras de investigadores se han ocupado de este tema capital. Pero él las ignora y para poder encajar su capítulo segundo (el único útil en cuanto a que aporta datos) en su teoría de la sociedad red,

recurre a un nuevo concepto: la *autocomunicación de masas*, que, siempre según Castells, ha modificado las relaciones de poder. Es, sencillamente, lo mismo que Eco dijo de McLuhan: leer estas cosas es un *cogito interruptus*.

Castells no toma en consideración que ha sido el proceso privatizador de la industria de las telecomunicaciones el que ha impulsado la construcción de redes, acompañado de procesos de desregulación que han fomentado la concentración empresarial. Lo que menos se ha tenido en cuenta en este proceso es el desarrollo y el pluralismo informativo; en suma, el fundamento de la democracia se ha debilitado.

El *informacionalismo*, que Castells propone como *ungüento amarillo*, acentúa el carácter instrumental de la información como comunicación a través de redes. Pero el paso del capitalismo posindustrial al "informativo", debido a la irrupción de las TIC, está basado en la generación y procesamiento de la información como mercancía simbólica asimilada a "productividad". Castells confunde *sociedad de la información* con "nueva economía" y no se da cuenta de que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) no fomentan la desmasificación, al contrario, la favorecen y la aumentan.

A partir del trabajo de Almiron negamos valor al de Castells. No estamos en un juego nuevo con normas nuevas que nada tiene que ver con etapas anteriores. Tampoco se ha producido ninguna ruptura de la historia, tampoco un choque de civilizaciones. No estamos en una sociedad posindustrial que nada tiene que ver con la etapa industrial. Antes bien estamos en una nueva fase del capitalismo que pasa de su fase monopolista a la *financiarización* global, manteniendo y reforzando los mecanismos de poder propios del sistema capitalista. Por eso, la falacia del poder liberador de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se contempla en toda su magnitud cuando la autora nos muestra cómo no sólo no neutralizan la concentración del poder financiero sino que la favorecen.

Respecto a otra obra ya clásica, como la escrita por dos reconocidos expertos en comunicación política, Hallin y Mancini (2004), el libro de Almiron repara una omisión. Si bien el trabajo de Hallin y Mancini es muy amplio y muy interesante, la relación se establece sólo entre el sistema mediático y el sistema político, mencionando el determinante económico de pasada, lo que limita mucho el alcance del estudio. El libro de Almiron vuelve a resituar a la economía y sus derivas actuales como elemento fundamental, aunque no único, de la comprensión de los sistemas mediáticos contemporáneos.

En suma, un libro útil en cuanto al aporte de datos, serio en su planteamiento teórico y espléndido en la metodología, riguroso en el análisis y brillante en sus conclusiones. La profesora Almiron, con una carrera docente e investigadora todavía muy corta, nos augura grandes logros con este libro. El prólogo de McChesney y su publicación por la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS/AIE-RI/IAMCR) son una buena muestra de lo que decimos.

Referencias

- ALMIRON, N. *La convergencia de intereses entre banca y grupos de entre banca y grupos de comunicación: el caso de SCH y PRISA*. Zer, 22, 2007, p. 41-67.
- BUSTAMANTE, E. (coord.). *Comunicación y cultura en la era digital - Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- BUSTAMANTE, E., ZALLO, R. (eds.). *Las industrias culturales en España - Grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal Comunicación, 1988
- CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009. 679 p.
- GARNHAM, N. "Contribution to a Political Economy of Mass Communication". *Media, Culture and Society*, 1979, vol. 1, p. 123-146.
- GARNHAM, N. *Capitalism and Communication-Global Culture and the Economics of Information*. Londres: Sage Publications, 1990.
- HERMAN, E.S.; MC CHESNEY, R.W. *The Global Media: the New Missionaries of Corporate Capitalism*. Londres, Washington: Cassell, 1997.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer, 2008. 298p. Prólogo: M^a T. Bretones y C. Zeller
- MATTELART, A. *Multinacionales y sistemas de comunicación*. Madrid: Siglo XXI, 1976.
- MOSCO, V. *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage Publications, 1996.
- QUIRÓS, F.; SEGOVIA, A.I. "Plutocracia y medios de comunicación en los Estados Unidos". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 13, 2006, p. 179-205.
- QUIRÓS, F. *Estructura de la información internacional*. Madrid: Síntesis, 1998.
- SIEBERT, F.S.; PETERSON, T.Y; SCHRAMM, W. *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility and soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana [Illinois]: University of Illinois Press, 1963.
- SMYTHE, D.W. *The structure and Policy of Electronic Communications*. Urbana [Illinois]: University of Illinois Press, 1957.
- SMYTHE, D.W. "Communications: Blindspot of Western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory*, vol. 3, 1977, p. 1-27.