

BUSTAMANTE, Enrique (coord.)

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

BUSTAMANTE, Enrique (coordinador), Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España, 1ª edición, Barcelona, Gedisa, 2002, 392 páginas.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Positivismo
- b. Fuentes. Economía Política
- c. Comunicología. Difusión
- d. Macro-objeto. Industria
- e. Objeto específico. Medios de difusión

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Dentro-dentro
- b. Época. Siglo XXI. Nueva generación del espacio conceptual
- c. Región. Europa

4. Contenido de la obra.

- a. Género. Reader
- b. Índice de la obra.

Prólogo: objetivos, resumen y propuestas	15
Introducción: diagnóstico del presente, proyecciones de futuro Enrique Bustamante	23
I. La edición de libros: un sector potente a la defensiva digital, Gloria Gómez-Escamilla	37
1. La industria editorial: un sector de peso económico	37
La concentración editorial: perfil central de la producción	38
Los libros que se producen: muchos títulos pero con gran parecido	39
Los mayoristas del libro español, mayores de verdad	42
De las librerías a los hipermercados del libro	43
La publicidad de los libros, inversión creciente pero desigual	45
El reparto del precio, un equilibrio utópico	45

2. Los autores: el difícil camino del éxito	47
3. Leer libros, una actividad a veces olvidada	48
4. Políticas del libro: peligros de la liberalización	49
Amenazas a la legislación que protege al libro	49
Necesidad de una fiscalidad más favorable al libro	51
Las subvenciones que no llegan a quienes más las necesitan	51
Animar a leer	52
5. La revolución digital: tardía reacción española	54
Edición on line, la edición inexistente	55
La venta off line, la incertidumbre de las librerías en la red	59
6. La necesidad urgente de políticas públicas para el libro virtual	60
Anexos: Cuadros	63

II. La industria discográfica: reflejo tardío y dependencia del mercado internacional, Gustavo Buquet 67

1. Introducción: auge y madurez del disco compacto	67
El contexto internacional: expansión y estancamiento del mercado en la década de 1990	67
Cambio de estrategias en las multinacionales: los repertorios locales	69
España: reflejo tardío del contexto internacional	70
2. La estructura del mercado en España: una panorámica multinacional	72
Divorcio económico y relación funcional entre majors e independientes	72
La producción de artistas nacionales en ascenso: concentración del repertorio local por las empresas multinacionales	74
Distribución y comercialización: reproducción de una estructura de mercado con altos grados de concentración	77
Promoción y radio fórmulas: claves del éxito	78
Fijación de precios y cadena de valor: acuerdos exclusivos entre las grandes compañías y tiendas minoristas	82
3. La creación: difícil profesionalización de los grupos alternativos	84
4. El consumo: la demanda por géneros y repertorios	85
5. Apoyo a la música en vivo y abandono de la industria discográfica	86
Política fiscal	86
Derechos de autor e intérprete	87
La piratería en la industria fonográfica	89
La música en vivo	90
Propuestas de políticas públicas dirigidas a la industria discográfica	91
6. La música en la red: difícil posición de las empresas españolas	93
El MP3 y el streaming: nuevos modelos de negocio	93
Hacia la restricción del derecho de copia privada de la música en la era digital	96
La música en Internet, un negocio a escala global con fuertes tendencias a la concentración	97
La posición de España en el mercado de la música en las nuevas redes	98
Anexos: Cuadros	101

III. La industria cinematográfica: enfermedades crónicas e incertidumbres ante el mercado digital, José María Álvarez Monzoncillo	107
1. Transformaciones notables en la industria reciente	107
2. Mercado: espejismo de una lenta recuperación	109
La oferta: evoluciones por diversos soportes	113
Producción: una situación asimétrica con problemas crónicos	114
Distribución y comercialización: el afianzamiento de un oligopolio	116
Marketing y promoción: estrategias insuficientes	118
Cadena de valor: progresiva integración vertical	119
3. El estrecho margen de los creadores	120
4. Voracidad en el consumo de películas	121
5. La liberalización de las políticas cinematográficas	125
6. La digitalización del cine español: demasiados interrogantes	128
Los primeros pasos	129
Píxeles para la producción	131
e-cinema: cambios para distribuidores y exhibidores	133
Una nueva cadena de valor sin ensambladores y nuevos hábitos de consumo	135
7. Líneas de actuación ante el mercado digital	136
Anexo: Cuadros	139
IV. La prensa diaria y periódica: pionero pero problemático salto on line, Luis Alfonso Albernoz	141
1. Las publicaciones de prensa impresa	141
2. Balance de una década: del crecimiento global al estancamiento de la difusión y la caída de ventas	143
La oferta de prensa: concentración continua	145
El ascenso del marketing	150
Distribución: una política de alianzas	152
3. Los profesionales: menos puestos de trabajo y precariedad laboral	153
4. El consumo: ascenso y estancamiento del índice de lectura	154
5. Políticas públicas: el libre mercado	155
6. La prensa on line española	158
De los nuevos soportes a las publicaciones on line	159
Un camino plagado de incertidumbres	161
La difusión on line en crecimiento permanente	165
Rentabilidad en suspenso: en busca de modelos de negocio	167
Los comunicadores on line	170
El lector español de publicaciones on line	172
7. Políticas públicas para publicaciones on line	173
Anexos: Cuadros	175
V. La radio en el umbral digital: concentración versus diversificación, Rosa Franquet	179
1. El panorama radiofónico español. Claves para entender el presente	179
Ampliación del oligopolio y entrada de los grupos editoriales en el negocio radiofónico	180

Legislación: a remolque de la concentración	182
2. Concentración de la propiedad e integración en grupos multimedia	185
Oligopolio radiodifusor de facto	188
Concentración de la audiencia (1900-2000)	195
Reparto desigual de la tarta publicitaria	199
3. El modelo de servicio público: RNE y Radios automáticas	200
Las emisoras municipales en busca de su identidad	202
4. Los grandes grupos inician su expansión internacional	205
5. El lento camino de la radio digital	205
6. Nuevos soportes par la difusión radiofónica. Radio en la red	209
Anexo: Cuadros	211
VI. Televisión: errores y frenos en el camino digital, Enrique Bustamante	213
1. La televisión analógica: una década de profundas transformaciones (1990-2000)	213
Del monopolio de TVE a la competencia pública	213
Una década de competencia público-privado	214
La degradación de las televisiones públicas	216
El difícil equilibrio privado	218
Concentración e internacionalización de la televisión privada	219
2. Ofertas y mercados televisivos: dudosa diversidad con dinámicas comerciales	221
Oferta en crecimiento geométrico, con menor diversidad	222
La lucha por la vestimenta de los canales	223
Difusión, distribución y comercialización: un complejo modelo de negocio	224
3. La producción: una industria creciente pero débil	229
4. El consumo: un equilibrio en trance de desaparición	232
5. Políticas televisivas públicas: de la desorientación del servicio público al descontrol del pluralismo	233
Proliferación y caos regulatorio creciente	233
Ausencia de una autoridad independiente	234
Desorientación de la televisión pública	234
Descontrol de la televisión privada	235
Olvido del papel cultural y democrático de la televisión	236
6. La televisión digital: el reinado de la incertidumbre	238
Los nuevos soportes televisivos: historia de políticas erráticas	238
La televisión digital: frustración en soportes diversos	240
La concentración desbocada	246
7. La oferta: abundancia de canales con diversidad limitada	248
Los empaquetadores globales	248
La producción: alta demanda con escasos recursos	250
Los mercados: crecimiento solitario del satélite	251
8. Televisión en Internet: inicios difíciles	253
9. Políticas de televisión digital: pasividad e ineficacia del sistema	254
Las televisiones públicas ante la era digital: reacciones sin estrategia	254
El impulso al desarrollo de las redes digitales	256

La defensa del pluralismo	257
Anexos: Cuadros	260
VII. El reto del videojuego on line: mercado creciente con escasa industria, Pedro Manuel Moreno	265
1. España: gran demanda para una escasa oferta nacional	266
La oferta: el “gratis total” no puede con los grandes títulos de pay per play	267
La creación: la mordaza tecnológica frena el desarrollo de los pequeños	271
El consumo: éxito actual y perspectivas inmejorables	272
2. Las políticas públicas culturales: ausencia total	273
3. El apoyo multinivel al videojuego on line en España: conclusiones y propuesta	274
Anexos: Cuadros	276
VIII. Políticas culturales territoriales: una experiencia rica pero insuficiente, Ramón Zallo	277
1. Introducción a las políticas públicas	277
2. Las competencias culturales en España	278
3. La organización administrativa	281
4. El gasto público cultural por comunidades autónomas	283
Recursos y diferencias regionales	284
¿Una nueva tendencia a la recentralización cultural e informacional en Madrid?	286
El gasto público cultural	289
5. Algunas tendencias en política cultural territorial	290
Infraestructuras de alta inversión	290
El descubrimiento de una parte del arte tradicional	291
Inversiones en nuevas tecnologías y su difusión	292
Tendencia al incremento presupuestario en Cultura	293
Apuestas preferentes por el audiovisual	294
Preocupaciones lingüísticas	294
6. Herramientas emergentes en políticas culturales	294
Planes estratégicos	296
Órganos globales mixtos	296
Órganos especializados en el audiovisual	297
Institutos o sociedades de apoyo a las industrias culturales territoriales	298
7. Por una política cultural territorial progresista y eficaz	301
Anexo: Cuadros	303
Conclusiones y propuestas: un balance a caballo entre dos mundos	307
Referencias	
Bibliografía	329
Páginas web consultadas	328

Notas	339
Anexo final	
Consejo asesor	381
Mesas sectoriales	381

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

El tema central de texto puede ser nombrado como el tránsito de las tecnologías de información y comunicación industriales pre-digitales al mundo de la era digital. En este sentido la primera que es afectada por la nueva era es la tecnología de la escritura, la prensa y el libro como sus dos manifestaciones principales. Pero también han sido afectadas las industrias de la radio, del cine, de la televisión, de la música grabada, al tiempo que ha aparecido un nuevo gigante industrial de la cultura, el videojuego. El texto pasa revista a las principales manifestaciones de la industria cultural española en el tránsito de una era a la otra. Especialistas en cada materia presentan un estado de la situación en sus principales dimensiones, la tecnológica, la productiva, la mercadotécnica y por supuesto la cultural y política. El texto se complementa con una introducción del coordinador general de la obra, y por un artículo sobre las políticas culturales territoriales. La obra se manifiesta como un estado del arte de la situación en España de las industrias culturales dentro del movimiento universal hacia el cosmos digital.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Este texto es una pequeña enciclopedia de la situación cultural industrial en España, en ese sentido todos los artículos que lo componen tienen una importancia clave para el área industrial cultural a la que hacen referencia. Por tanto quizás la importancia particular estaría en la introducción donde el autor manifiesta como el tema es fundamental para el mundo presente y futuro. También sobresale la colaboración sobre el tema de las políticas culturales territoriales, sintetizando la situación española y más allá en las relaciones entre estados, nacionales, empresas y públicos.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y la comunicología

Este libro es una monografía ejemplar. No tenemos algo que se le asemeje sobre nuestro medio. De ahí la imagen del ejemplo. Mirando lo que sucede allá aparecen ideas sobre lo que está ocurriendo acá. El texto teoriza poco, pero tiene detrás una visión de las industrias culturales y su impacto en la sociedad contemporánea. No hay vuelta de hoja, las industrias culturales de la información son un eje de composición y organización social central para la vida del mundo de hoy. Y en este sentido la información que aparece en el texto sobre la estructuración de los

sistemas de información y comunicación en España no sólo representan lo que ahí sucede, hace tiempo que lo local pende de estructuras y dinámicas globales.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

El texto ya es un referente básico en España. Es de suponer que en nuestro medio no tenga la misma importancia. Pero es que no la tiene como medio de información, si la tiene como forma de un sistema de conocimiento. Lo que ahí se presenta sobre el caso español es un esquema de lectura para nuestros casos. Y ahí está la gran importancia por venir del libro, que pronto estará desactualizado, y aún así seguirá siendo una monografía importante.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

El autor, Enrique Bustamante, es un reconocido catedrático español que trabaja en el área de Comunicación audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid. Es autor de diversas obras, está es una de las más importantes. Su trayectoria se ha desenvuelto siempre en el sentido de la crítica y la teoría de lo audiovisual, en este libro cumple una fase más de su trabajo, la de promotor de la reflexión sobre los medios en el paso que siguen en el desarrollo industrial y tecnológico.