

Albornoz, Luis A., y García Leiva, M^a Trinidad (eds.) (2017), *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*, Madrid, España: Ediciones Cátedra, 2017, 199 pp., ISBN: 978-84-376-3621-4.

Desde que internet hizo su aparición y se conformó la denominada sociedad en red, son muchas las transformaciones que se han generado en los diferentes sectores de la sociedad, siendo el campo audiovisual el que quizás ha sufrido un mayor impacto, por ser justamente en el que convergen medios y contenidos, hoy fundamentales para el intercambio comunicativo.

La era digital ha marcado nuevas pautas al sector audiovisual, que encontró en los avances tecnológicos la punta de lanza para extender sus dominios y conquistar espacios a través de las industrias culturales. Sin embargo, ante la inminente posibilidad de abrirse paso hacia lugares antes no imaginados, surgen cuestionamientos sobre el papel que estas industrias juegan en la difusión y promoción de las distintas expresiones culturales, especialmente en el fomento de la diversidad como motor del desarrollo social.

En este sentido el libro *El audiovisual en la era digital: políticas y estrategias para la diversidad*, llega para plantearnos una serie de reflexiones sobre cómo en la actualidad existe la necesidad de revisar y proponer nuevas miradas al audiovisual en favor de la diversidad.

Tomando como punto de partida la *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural* (UNESCO, 2001) y la *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (UNESCO, 2005), el libro ofrece desde diferentes perspectivas, un análisis de las acciones realizadas hasta el momento en la implementación de políticas culturales y la aplicación de estrategias público-privadas para fomentar la diversidad en el sector audiovisual.

La edición, a cargo de los investigadores Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva, se acompaña de seis capítulos de diferentes especialistas que reflexionan sobre el panorama de la diversidad en el campo audiovisual, así como el papel de los gobiernos, la empresa privada y la sociedad civil. En este sentido, destaca la abundante bibliografía y datos utilizados que acompañan cada capítulo e ilustran ampliamente al lector sobre el panorama actual del audiovisual en la era digital.

Para introducir el debate, Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva, muestran en el primer capítulo “La diversidad audiovisual en el paisaje digital: panorámica de un debate en marcha”, la importancia de la diversidad en las industrias culturales, al tiempo que señalan las transformaciones, desafíos y oportunidades que los avances tecnológicos plantean para el sector audiovisual. Su análisis transita desde los informes e iniciativas que han surgido en organismos internacionales, hasta la reflexión de la academia.

Por su parte, Michèle Rioux y Felipe Verdugo Ulloa presentan, en el capítulo “Hacia una nueva gobernanza global de las industrias culturales en la era digital”,

una descripción de las características del panorama actual creado por las tecnologías digitales y la globalización. Realizan una revisión de los instrumentos de medición existentes utilizados para determinar el impacto de las tecnologías digitales en las industrias culturales, en la que esbozan las dificultades de las metodologías usadas y su alcance real para ofrecer información confiable y comparable entre sectores.

Aquí, también encontramos una reflexión sobre la necesidad de implementar políticas culturales estratégicas, para establecer límites claros entre los acuerdos comerciales de los estados, y los retos en cuestión de gobernanza para las industrias culturales en un entorno global.

Ramón Zallo nos expone en el capítulo tres, “Políticas culturales y comunicativas para la diversidad de las expresiones culturales: una aproximación”, los avances y contribuciones que significaron para el sector audiovisual el reconocimiento de la diversidad cultural por parte de la UNESCO. El autor realiza una crítica a los GAFAs (Google, Amazon, Facebook y Apple) a los que acusa de hacer invisible la mayoría de las producciones culturales en línea y hace un recuento de los nuevos retos que implica promover la diversidad en el actual contexto de cambio. Su aporte, desde el punto de vista económico, nos traza un mapa de los retos y dificultades que atraviesa el sector, tocando temas como la crisis, las miradas economicistas y la necesidad de promover contenidos alternativos que hagan presencia en el mercado mediante incentivos y regulaciones.

El turno para reflexionar sobre el panorama musical llega con el capítulo cuatro, “La diversidad musical en la nube” de George Yudice; su autor nos asoma desde la afirmación inicial “el sector de la música es acaso donde más diversidad pueda encontrarse” (p. 105) a la vasta variedad que caracteriza al sector musical y examina en la primera parte los últimos treinta años de la industria, presentando ejemplos, cifras y datos sobre los cambios acontecidos; desde las ventas de los fonogramas físicos y digitales, pasando por las descargas y los servicios de *streaming*, hasta llegar a la actualidad con los cambios introducidos por la telefonía móvil o las plataformas de acceso y distribución de música en línea; un interesante recuento que muestra en pocas páginas la evolución de la industria.

Las nuevas formas de promoción de los artistas, estrategias de patrocinio de las marcas para promover conciertos y la cada vez más potente curaduría musical para las plataformas disponibles en la nube, son también desveladas por Yudice, quien concluye el capítulo con una considerable recopilación de las iniciativas innovadoras latino/iberoamericanas para promover la diversidad cultural de la región.

Los antecedentes y el contexto político en el que nació el actual debate sobre la diversidad cultural se exponen en el capítulo “Indicadores y diversidad en la industria audiovisual: la lucha por la diversidad apenas ha comenzado”, de la mano de Enrique Bustamante, quien hace un análisis de los esfuerzos realizados en las dos últimas décadas por países, organismos e investigadores para demostrar el impacto de las industrias culturales en la economía. El autor critica el afán economicista por darle peso financiero a la cultura, sin tener en cuenta la naturaleza cambiante y heterogénea del sector. No obstante, a lo largo del capítulo reconoce y detalla los esfuerzos hechos por la UNESCO para concretar y medir la diversidad sociocultural.

Finalmente el capítulo seis “Desafíos para la diversidad audiovisual en internet”, de Emili Prado, nos lleva al debate en marcha de los retos que implica medir la diversidad en la televisión. El autor aporta datos y estadísticas obtenidas de Euromonitor y Usamonitor (observatorios de televisión, de los que él mismo es el direc-

tor en España) de la oferta programática de los principales mercados televisivos de Europa y Estados Unidos, presentando información clave sobre cómo se conforma la estructura general de la programación por macrogéneros, la oferta de contenidos, la diversidad de géneros y un análisis comparativo entre los mercados europeos más grandes, entre sí y con el estadounidense.

El fenómeno de internet y la actual convergencia de medios y contenidos a través de distintas plataformas multicanales también son objeto del análisis de Prado, quien advierte sobre los peligros para la diversidad audiovisual que tienen las actuales lógicas de mercado.

En definitiva, esta obra ofrece un buen recurso para quienes quieran profundizar en el estudio de las políticas y estrategias para la diversidad en el sector audiovisual; su lectura aporta elementos claves para que el lector realice una reflexión crítica sobre el tema y deja abierta la invitación para sumarse al debate en marcha.

Ledy Armirola Garcés
Universidad Complutense de Madrid
ledyarmi@ucm.es