

Poder, medios, cultura

**Biblioteca
Estudios de comunicación**

Director de la colección: Christian Kupchik

Últimos títulos publicados

13. Oscar A. De Masi (comp.)
Comunicación gubernamental
14. Néstor Sexe
diseño.com
15. Sergio Levinsky
El deporte de informar
16. Sergio Wolf
Cine / Literatura: ritos de pasaje
17. Norberto Chaves • Raúl Belluccia
La marca corporativa
18. Raúl Beceyro
Ensayos sobre fotografía
19. Rosana Guber
El salvaje metropolitano
20. Arturo Montagu y otros
Cultura digital
21. Hugo Mancuso
La palabra viva
22. Norberto Chaves
El diseño invisible
23. Néstor Sexe
Casos de comunicación y cosas de diseño
24. Raúl Belluccia
El diseño gráfico y su enseñanza
25. Eduardo A. Russo (comp.)
Hacer cine
26. Toni Puig
Se acabó la diversión
27. Luisa Irene Ickowicz
En tiempos breves
28. Pablo Alabarces • María Graciela Rodríguez (comps.)
Resistencias y mediaciones
29. Verónica Devalle
La travesía de la forma
30. Ronald Shakespear
Señal de diseño
31. Claudia Feld • Jessica Stites Mor (comps.)
El pasado que miramos
32. Laura Vazquez
El oficio de las viñetas
33. Dênis de Moraes (comp.)
Mutaciones de lo visible
34. Leonor Arfuch
La entrevista: una invención dialógica
35. Luis A. Albornoz (comp.)
Poder, medios, cultura

**Luis A. Albornoz
(comp.)**

Poder, medios, cultura

Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación



unión latina de economía política
de la información, la comunicación y la cultura



PAIDÓS

Buenos Aires • Barcelona • México

Cubierta de Gustavo Macri

Diseño de cubierta: fragmento de *To Project, To Conjure* (1944). Óleo sobre tela, de Arshile Gorky.

Traducción del capítulo 2: Joan Pedro Carañana.

Traducción del capítulo 4: Alexandra Dans.

Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación / compilado por Luis A. Albornoz.-
1ª ed.- Buenos Aires: Paidós, 2011.
280 p.; 22x13 cm.- (Estudios de Comunicación)

ISBN 978-950-12-2735-2

1. Medios de Comunicación. I. Albornoz, Luis A., comp.
CDD 302.2

*Esta obra colectiva está dedicada a aquellas
investigadoras e investigadores que con su trabajo
intelectual y compromiso político contribuyen
a construir un pensamiento crítico.*

1ª edición, 2011

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2011, Luis A. Albornoz (por la compilación)

© 2011 de todas las ediciones en castellano,
Editorial Paidós SAICF
Independencia 1682/1686, Buenos Aires - Argentina
E-mail: difusion@areapaidos.com.ar
www.paidosargentina.com.ar

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723

Impreso en la Argentina – *Printed in Argentina*

Impreso en Talleres Gráficos D'Aversa,
Vicente López 318, Quilmes,
en febrero de 2011
Tirada: 3.500 ejemplares

ISBN 978-950-12-2735-2

Los autores	11
-------------------	----

Parte I

Economía política de la comunicación

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

Parte II

¿Industrias culturales o creativas?

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

Parte III

El consumo cultural desde una perspectiva crítica

6. Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales, <i>Armand Mattelart</i>	157
--	-----

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

Parte IV

Desafíos para pensar la comunicación y la cultura

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

6. Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales

Armand Mattelart

La economía política de la comunicación y los estudios culturales

En primer término, quiero referirme a la tensión que se ha instaurado entre dos “hermanos enemigos” durante las décadas de 1980 y 1990: los estudios culturales en su matriz británica, pues hay otras modalidades, y la economía política de la cultura y la comunicación. Los cito como “hermanos enemigos” pues ambos nacieron con proyectos convergentes para después alejarse uno del otro. Había un consenso, que surgió en los años setenta con los estudios culturales –si se toma en cuenta a los precursores, se inicia en la década de 1950–; la economía política la ubicaría más tarde, como nueva fuerza, hacia finales de los años sesenta y principios de los setenta. Tanto los estudios culturales como la economía política proceden de una crítica a la sociología funcionalista y su mirada instrumental de los medios y del receptor, y a su propensión a dejar a los medios fuera de la estructura y a silenciar las determinaciones estructurales que afectan tanto a los medios como a sus receptores. La crítica a la sociología funcionalista también se orientaba hacia su metodología, centrada en el estudio del contenido manifiesto como si la relación fuera algo transparente. Contrarrestando dicha visión, la economía política y los estudios culturales se hermanan al insistir en la centralidad de los procesos ideológicos, de la ideología, de los subtextos, de los segundos significados. Otro punto compartido por ambas escuelas en sus primeros pasos es la ruptura con el reduccionismo del marxismo ortodoxo construido sobre la antinomia entre base económica y cultu-

ra, infraestructura y superestructura. Una visión de la cultura como reflejo de la base material. Las posturas críticas de Raymond Williams, Edward P. Thompson y, más tarde, de Stuart Hall, están al unísono con los presupuestos que presidieron a la formación del proyecto de la economía política de la comunicación y de la cultura. Que sea en América del Norte a fines de los años setenta, en América Latina a principios de los años setenta o en Europa a fines de esa misma década. Cada una con sus especificidades culturales y sociopolíticas.

En sus inicios, ni los estudios culturales ni la economía política de la comunicación y la cultura se interesaron de manera peculiar por las audiencias o la recepción. La razón es que, siguiendo el pensamiento de Marx, se admitía que producción y consumo formaban un todo indisoluble. No obstante quiero refutar la aserción según la cual la economía política y los estudios culturales no se ocuparon tempranamente del campo de la recepción. Por una parte, en los estudios culturales encontramos el trabajo de Richard Hoggart,¹ uno de los únicos padres fundadores de los estudios culturales en no reivindicar una filiación marxista, e incluso en criticar el fervor de los jóvenes investigadores que se proclamaban parte de esa tradición. Por otra, es importante señalar que es desde la perspectiva de la economía política que se realizó el primer estudio de audiencias en un proceso revolucionario: la investigación de Michèle Mattelart y de la argentina Mabel Piccini sobre la televisión y los sectores populares en las “poblaciones” de Santiago, en 1972, durante un periodo de agudización del enfrentamiento de clases en Chile (Mattelart y Piccini, 1974). Un estudio que no se entiende sin la necesidad que lo motivó: elaborar a nivel de la televisión pública una política alternativa de producción de ficción.²

1. Un trabajo devenido en clásico de Hoggart es *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special References to Publications and Entertainments*, Londres: Chatto and Windus, 1957.

2. Estas investigadoras habían participado a fines de los años setenta en el primer estudio que abarcaba tanto la estructura de propiedad de los medios como los discursos de la prensa. Véase Mattelart, Mattelart y Piccini, 1970.

Hacia la autonomización de la cultura

En un primer momento lo que me propongo es mostrar cómo la perspectiva culturalista ha progresivamente permeado las formas de abordar la comunicación y la cultura (Mattelart y Neveu, 2004). A grandes rasgos, podríamos caracterizar los años setenta como el periodo en el que empiezan a madurar tanto la economía política como los estudios culturales; es una década marcada por la problemática del cambio social, las desigualdades y las relaciones asimétricas que remiten a la cuestión del poder. En la década siguiente se da un cambio drástico. A medida que se ahonda en la desregulación salvaje de los sistemas de solidaridad social, el imperativo del discurso de las identidades y de las diferencias va a adelantarse al discurso del principio de igualdad como objetivo prioritario de la acción política.

No se puede sin embargo abordar esos años ochenta en términos antinómicos, ya que lo que les tipifica es que es un periodo marcado por un salto heurísticamente cualitativo en el entendimiento de los procesos comunicacionales y culturales, pero también por la ambigüedad y la ambivalencia. Al rehabilitar las perspectivas ampliamente marginadas hasta entonces de las relaciones sociales como interacciones comunicativas, lo que denominamos con Michèle Mattelart “el nuevo paradigma de lo fluido y de la post linealidad” abre, sin duda, la puerta hacia nuevos objetos de investigación, nuevos métodos y nuevos referentes teóricos. Lo que se vislumbra es la visión reticular en redes de la organización social, la atención a las mediaciones y negociaciones, el retorno al sujeto, los vínculos inter-subjetivos y los rituales de lo cotidiano. A la vez, el “paradigma de lo fluido” introduce en el campo crítico la duda y la contradicción. Para hacerme entender, citaré lo que escribimos al umbral de este nuevo paradigma Michèle Mattelart y yo en el libro *Penser les médias* (1986), cuya edición en castellano apareció al año siguiente:

En eso consiste precisamente la gran aportación del nuevo paradigma de lo fluido: poner en duda el carácter de certezas, lisas y unívocas, que tenían las categorías y los paradigmas que durante mucho tiempo han ensoñado el pensamiento crítico. Sin embargo han de señalarse las ambigüedades de la incursión que permite desde el momento mismo en que se destacan sus méritos; pero a renglón seguido hay que reconocer que el mérito de su

ambigüedad es precisamente que permite aprehender mejor el carácter polisémico de lo real y de los actores que lo accionan (Mattelart y Mattelart, 1987).

En nuestra formulación misma se percibía la dificultad de expresar la duplicidad de este fenómeno.

En materia de ambigüedades y de ambivalencia, los llamados años de la “desregulación” o, más bien, de la hegemonía de la ley de la autorregulación del mercado, han colmado todas las promesas, más allá de lo previsto y de lo previsible. La consagración como nuevo sentido común de la “recepción activa” producida por lo que se llamó el giro etnográfico, que opera en la segunda generación de los estudios culturales, es un ejemplo magistral y durable –aún está vigente– de los efectos de esta “desregulación” en el campo crítico.

Es verdad que antes de este proceso de focalización en las audiencias hubo otra focalización por parte de los estudios culturales: el encierro en el texto como medio de análisis de la ideología. Lo que puede interpretarse como la primera señal de la tensión entre el proyecto de la economía política y el de los estudios culturales. Es esta primera focalización que explica que ya en 1979, momento de la formalización del proyecto de la economía política de la comunicación en el Reino Unido, Nicholas Garnham (1979) en el segundo número de la revista *Media, Culture & Society*, creada ese mismo año, criticara severamente lo que llamaba la autonomización idealista de la ideología, que según él, hacía pensar en los bienes culturales como puros vectores de mensajes dejando de lado la cuestión de la existencia y del funcionamiento de las industrias culturales y la cuestión de un mundo social organizado por sus productores y por sus mecanismos. El giro etnográfico fue mucho más lejos. No solamente se abstrajo de la existencia y del funcionamiento de las industrias culturales y de sus productores, sino también del problema de la ideología. Sencillamente se dejó de lado al texto. Y efectivamente no habrá en el periodo dominado por el giro etnográfico un estudio en el que se analice la ideología, los sub-textos de los productos culturales que miran las audiencias tan estudiadas. Tal ausencia equivale, pues, a renegar de un concepto fundador. Este “olvido” de los “contenidos” supone que la “resemantización” de los mensajes televisivos u otros por

las audiencias se desenvuelve en un mundo liberado del peso inherente del carácter material de la producción de un orden cultural. Es en estos casos cuando se puede medir la distancia que separa al proyecto etnográfico del proyecto de materialismo cultural desarrollado precozmente por Raymond Williams, a quien considero precursor a la vez de la economía política crítica y de los estudios culturales. Williams no ha dejado de insistir en la necesidad de articular lo material, lo económico y lo ideológico en tres niveles analíticamente distintos pero imbricados en las prácticas sociales concretas (Garnham y Williams, 1980).

En efecto, la lógica de fondo del *mainstream* de los estudios sobre las prácticas y usos inspirados por el paradigma de la recepción activa ha sido la de autonomizar la cuestión de la cultura de los determinantes sociales, económicos y técnicos, de las estrategias industriales y financieras, así como de los envites geopolíticos. Este aislamiento en el microcosmos social ha afectado los estudios sobre la recepción de productos culturales, empezando por las producciones televisivas denominadas “de vocación global” como *Dallas* o *Dynasty*. Piénsese, por ejemplo, en el estudio que me parece el más extremo en este sentido: el de Ien Ang (1985) sobre la *soap opera Dallas*, quien bajo el pretexto de la libertad de las telespectadoras en producir su propio sentido de lo visto niega la necesidad de políticas de comunicación.³ Este culturalismo, esta autonomía de la cultura, también ha hecho estragos en los estudios sobre los usos sociales de las nuevas tecnologías, como lo prueban las derivas de muchas investigaciones sobre el tema en Francia y Quebec, países no obstante pioneros en este dominio.

El universo del “consumidor-ciudadano”

No se pueden analizar las teorías sin tener en cuenta sus efectos sobre la realidad. Uno de los primeros efectos en el campo teórico del tropismo etnográfico ha sido permitir crear puentes entre tradiciones que hasta los años ochenta se ignora-

3. Véase también Ang (1990).

ban y consideraban epistemológicamente incompatibles, como es el caso de la convergencia de los estudios culturales y de los estudios sobre los usos y gratificaciones —o lectura negociada—. Otro de los efectos es el haber favorecido la articulación de los intereses y de los objetos de la investigación llamada académica con las demandas de la investigación administrativa o aquella procedente de la industria del *marketing*.⁴

Asimismo, la mirada culturalista ha acompañado la mutación de la ideología de las instituciones internacionales encargadas de las problemáticas de la cultura y la comunicación. En este sentido, es interesante observar cómo la orientación de la Unesco ha ido cambiando. En los años setenta, época de los debates sobre el intercambio desigual, las industrias culturales, los procesos de concentración financiera y económica de los medios y las políticas de comunicación, este organismo estaba próximo a la visión de la economía política, pero progresivamente ha tendido hacia una alianza con la antropología —y no con cualquier antropología, sino con una revisada y corregida— y con el sector acrítico de los estudios culturales. Como prueba, está el famoso informe sobre la cultura del año 2000 de la Unesco: en este no hay ningún representante de la economía política de la comunicación y de la cultura, todos son representantes de los estudios culturales o de una antropología que, en mi opinión, tiene una visión muy miope sobre los problemas estructurales, pues se centra en unas teorías de la globalización cultural poco atentas a la geoeconómica y a la geopolítica. Esta disociación de la cultura y de la economía en la Unesco hoy resulta en una disociación total entre la idea de política cultural y la de política de comunicación. En la actualidad, es imposible tratar en la Unesco el problema de la concentración financiera y económica.⁵ La autocensura en este dominio es tal que en

4. Los capítulos de Schlesinger, Tremblay y Bustamante de esta misma obra se refieren al desarrollo de la ideología de la “economía de la creatividad” y del desvío de los estudios culturales, que está muy relacionado con el desvío y la ocupación de un campo como el *design*, dentro de las muchas vías de los estudios culturales.

5. Una ex ayudante de mi equipo de investigación que formó parte del comité de elaboración de la Convención sobre la Diversidad Cultural de 2005 se atrevió a plantear el problema de la concentración empresa-

la historia que hace la propia institución del recorrido de la problemática de la diversidad cultural en su seno no aparece ninguna mención a los debates sobre la diversidad mediática que se desarrollaron en la década de 1970 (Stenou, 2003).

De una observación estrictamente etnográfica sobre las maneras de usar los productos y artefactos, santificadas sin más como “resistencias”, se ha deslizado hacia el relativismo cultural. Se le ha hecho decir a la mirada etnográfica lo que no puede decir a nivel sociológico: la negación de la existencia de la relación asimétrica a escala mundial. En una palabra, la transparencia absoluta del interfaz entre oferta y demanda. La negación de las relaciones de fuerzas entre culturas y sistemas de comunicación ha conducido a la substitución de la teoría del imperialismo cultural, en mi opinión denunciada sin mucha precaución epistemológica y de manera descontextualizada, por una teoría sobre el vínculo entre lo global y lo local. Incluso se adoptó el término del *management* “glocalización”. Es aquí donde la representación del consumidor se enlaza con una teoría de la globalización cultural, que implica adherir a un modelo de integración mundial basado en la razón neoliberal y en las leyes divinas del mercado autorregulado, presentándole como algo neutro. En esta visión del mundo y su devenir, no hay salvación fuera del proyecto de reordenamiento del mundo global tal como es y como permanecerá. Esta postura ideológica alberga una paradoja, pues al abstenerse de interrogarse sobre este marco estructurante, al aseptizar la noción misma de globalización y su genealogía, al hacerse cómplice de un proyecto peculiar de globalización que se promueve como universal, el culturalismo no ha hecho sino alinearse sobre el modelo lineal y por peldaños de la historia tal como la concibe la economía política más clásica. La autonomización de la cultura en relación a la economía y la geopolítica desemboca en la asimilación del modelo de globalización como último peldaño, el horizonte insuperable de la evolución humana. En lugar de la historia,

rial —no estaba presente y era un elemento fundamental de la diversidad cultural—, pero la respuesta fue que ese tema no se debía tratar en un departamento sobre las políticas culturales y el diálogo intercultural. Este ejemplo deja en evidencia que el diálogo intercultural oculta muchas cosas.

lo que ahora es un presente perpetuo. Razón que explica por qué para quienes se resignaron a abrazar esta perspectiva, el proceso de globalización se inicia hace solo dos o tres décadas. En última instancia, la neutralización del proyecto global hegemónico explica el recurso que hacen de la noción de “consumidor-ciudadano”, que me parece aberrante. Este neopopulismo cultural supone suscribir a los dogmas de equivalencia de la libertad de la expresión comercial con las libertades que fundan la condición de ciudadano y asimilar la democracia a la *global democratic marketplace*, según la expresión consagrada por las élites globalizadas.

Esta visión del “consumidor-ciudadano” va aparejada con la tesis del ocaso del Estado-nación y la emergencia de un mundo definido como “complejo, difuso volátil e interactivo” –retomo estos calificativos que desde luego no son míos–, un mundo de desterritorializaciones tan acéfalo y difícil de captar que todas las huellas del poder se evaporan. Consecuentemente, el ocaso no es solamente del Estado, sino de todo lo que concierne a la gestión pública en la comunicación y la cultura. La retórica sobre la globalización cultural, el *mainstream*, ha borrado el Estado-nación de la cartografía de la problemática de la mediación y de los actores del proceso de comunicación. Esto también es interesante a efectos de realidad, pues es una tesis compartida por las teorías posmodernas y por los tratados de *management global*. Pero la historia tiene también sus revanchas, y por efecto de una extraña y curiosa ironía este mito de la desaparición de los Estados-nación ha sido desmentido de manera flagrante por la crisis económica y financiera que estalló en septiembre de 2008 y volvió a rehabilitar al Estado en su función de intervención económica y de garante del interés colectivo.

Lo preocupante acerca del conjunto de las derivas del culturalismo, sobre todo en los años ochenta y principios de los noventa, es que han llevado al abandono de todas las propuestas de la teoría crítica sobre la práctica y los practicantes de los dispositivos culturales y comunicacionales, tal y como lo imaginó una persona tan polífona como Michel de Certeau. La noción de dominación y la de dominado que formaban todavía parte de su vocabulario han sido borradas de la cartografía cognitiva. Si se lee a Michel de Certeau con honestidad intelectual se verá que –como Michel Foucault (1975) cuando analizaba las

“redes de la disciplina”– sus estudios sobre las “redes de la anti-disciplina” están íntimamente relacionadas con una teoría del poder, incluso en aquellas situaciones en las que los ciudadanos expresan su propia capacidad para usar de una manera distinta lo que el programador, como dice De Certeau, programa. La noción misma de programación es indisociable del postulado según el cual la sociedad en la que el ciudadano trata de resistir a través de su modo de emplear los productos impuestos por un orden productivo y social dominante es una sociedad en la cual el individuo es cada vez más reducido al cálculo, a una medida y administrado como tal (Certeau, 1980). La visión de las redes de anti-disciplina complementa aquella sobre las redes de la disciplina.

Para finalizar mi reflexión sobre esta ola producida por el giro etnográfico que ha implantado visiones casi religiosas sobre el estatuto activo de las audiencias, citaré de nuevo una frase extraída de *Pensar sobre los medios* que me permite hacer la transición hacia la segunda parte de mi propósito. En 1987, con Michèle Mattelart advertíamos contra el riesgo que se podía correr con una visión unívoca, unidimensional del retorno al sujeto y al receptor:

[El giro del retorno al sujeto y al receptor] son cosas que solamente pueden vivirse y entenderse a la luz de la reconciliación con el hombre pragmático, con la felicidad del hombre pragmático del que hablaba Kant, lo que sin duda significa el reconocimiento de las necesidades del hombre concreto pero también el principio de negociaciones infinitas, es decir, sin fin y sin finalidad, ya que han nacido donde acaban las utopías (Mattelart y Mattelart, 1987).

La demanda social del sujeto-ciudadano

Desde su fundación, la economía política de la comunicación y la cultura trata de recuperar la parte de utopía social que comporta todo proyecto crítico contra el orden existente y que escapa al encierro de la lógica oferta-demanda institucional y mercantil. Dicho esto, nada más lejos de mi opinión que acreditar únicamente a la economía política la creación de la construcción de un nuevo cuerpo teórico. La construcción de

otra visión, diferente de la lógica oferta-demanda es, y será, el producto de miradas cruzadas y multidisciplinares. En este sentido, pienso que la economía política ha delimitado una gran área de reflexión al insistir en la necesidad de vincular la investigación a la demanda social y a las necesidades sociales. Esta es la única manera de escapar a la ambigüedad planteada por el título “Estudiar comportamientos, consumos, hábitos y prácticas culturales”, que en definitiva es un título trampa, pues encierra una ambigüedad y me incita a tomar posición sobre estos temas.

La figura que orienta el campo de estudios de la economía política de la comunicación desde su fundación no es evidentemente la del consumidor frente a la oferta de productos culturales o de artefactos tecnológicos, sino la “demanda social”. Coloco este concepto entre comillas pues soy consciente de lo polémico que es. Esta “demanda social” emana de sujetos-ciudadanos, y no de ciudadanos-consumidores, dispuestos en una configuración de relaciones asimétricas en un juego de hegemonía/contra-hegemonía. La noción “demanda social” no viene dada, es una construcción permanente. Si hubiera hablado de “demanda social” durante las décadas de desertificación del pensamiento crítico, muchos se hubiesen mostrado de entrada escépticos frente a mi propuesta, pero el contexto ha cambiado. El concepto “demanda social” se conjuga y remite, entre líneas, a un proyecto de sociedad, a una utopía de emancipación social.

Todo proyecto crítico implica un credo insurreccional, una insurgencia. El paradigma de la participación activa del ciudadano –punto central de la demanda social– en la construcción de una contra-hegemonía por la apropiación de los dispositivos culturales y comunicacionales está en el corazón del proyecto de la economía política de la comunicación y la cultura. La movilización y las luchas sociales que caracterizaron los primeros momentos de gestación de la economía política han resultado en la siguiente idea que proviene de Bertolt Brecht, uno de los únicos intelectuales de izquierdas que se adelantó en elaborar un pensamiento sobre la dialéctica entre productor y consumidor en un medio: transformar la audiencia en actor y en productor. Esta utopía de devolución de la palabra a los que no tienen voz valía tanto para los proyectos de comunicación

popular como para los de una educación popular fundada en la relación dialógica educador-educando. La necesidad de pensar la alternativa en términos de políticas de comunicación y la participación activa del ciudadano han conformado parte de las problemáticas de la economía política desde su momento fundador.

En ese sentido, es interesante recordar las primeras fuentes de la insurrección de América Latina, años sesenta y setenta, frente al modelo de desarrollo avalado por las teorías funcionalistas en sus variantes difusionistas. Hay una unanimidad crítica respecto de la concepción del ciudadano como consumidor o cliente, reflejada en las posiciones de quienes trabajaban en los procesos de reforma agraria (Beltrán, 1976), en las campañas de alfabetización (Freire, 1970) o en las políticas de control de natalidad –problemática por la que empecé a adentrarme en los retos sociopolíticos de la comunicación–. En estos tres campos, el interrogante sobre la relación establecida entre “difusor” y “consumidores” fue lo que ha impulsado a pensar, desde varios lugares, en la demanda social como alternativa a las formas verticales de comunicación.

En otras formaciones sociales, como la de Francia, lo que fue determinante en la gestación de las teorizaciones de la primera generación de la economía política sobre la idea de demanda social acoplada con la de participación fue la crítica a la “ingeniería social” que reducía la demanda social en materia de nuevas tecnologías a la demanda solvente y las investigaciones sobre usos y usuarios a experimentaciones con vista a hacer retroceder los “umbrales de aceptabilidad” de dichas tecnologías (Mattelart y Stourdzé, 1984).

La noción “demanda social” es inherente a una cuestión que se ha retomado de manera gradual con la crisis de la civilización contemporánea: ¿cuáles son las necesidades sociales fundamentales? Desde principios de este milenio, una nueva configuración de sujetos históricos ha puesto en evidencia el proceso de maduración sobre la reflexión de la demanda social a través de la integración de alternativas a la patrimonialización privada de la cultura, los medios, la información y el saber. Esta es una realidad que se evidenció en las negociaciones internacionales donde proyectos alternativos de sociedad han servido de contraste en debates sobre el estatuto de la cultura, la información,

la comunicación y el saber dentro del nuevo orden mundial. Es el caso de las discusiones sobre la excepción cultural y la diversidad cultural en materia audiovisual, donde se ha visto que frente a los epígonos de una diversidad cultural que se asimila al ensanchamiento de la gama de productos ofrecidos en el mercado de los bienes culturales o de las tecnologías, se oponían quienes defendían el principio de una diversidad cultural anclada en la racionalidad cualitativa relativa a la creación que aboga por el estatuto especial de la producción cultural con respecto al libremercado. Así, se opusieron a una noción de diversidad cultural basada en la idea de abundancia, multiplicación de oferta de cadenas y de programas. Así, en estos debates ha emergido la cuestión del sujeto-ciudadano que precisamente había desaparecido del panorama político de las últimas dos décadas del siglo pasado.

Principios, derechos, modos de intervención

Progresivamente se ha instaurado un cuerpo teórico indisoluble de la construcción de estrategias de acción. Una nueva generación de investigadores comprometidos, por no decir militantes, ha emergido y se apoya en la logística, en las nuevas formas de ágora y de intercambio a través de redes.⁶

De este cuerpo teórico en gestación se desprenden dos principios. El primero es el ejercicio de los derechos a la comunicación; este está relacionado con el debate en los años setenta sobre la democratización de los medios de comunicación y de las redes, momento en el que justamente nace en varias partes el proyecto de la economía política de la comunicación y de la cultura. La manera de abordar el problema de los derechos a la comunicación no se da solamente asumiendo estos antecedentes de manera crítica, sino que a diferencia de lo que ocurrió en aquella época, la actual reflexión sobre el derecho a la comuni-

6. Acostumbro aportar un correctivo a esta afirmación diciendo a los jóvenes investigadores que abrazan la perspectiva crítica y se comprometen en acciones y prácticas alternativas, que forman parte de la minoría entre las minorías que hoy piensan de una manera distinta y que tratan de imaginar otro mundo.

cación viene acompañada por las contribuciones de una nueva generación de especialistas en derecho público que ponen en tela de juicio la visión esencialista de los derechos humanos. Y por ello plantean la necesidad de ampliar los derechos existentes, reactualizarlos y, al mismo tiempo, imaginar otros para que todos respondan a las necesidades sociales contemporáneas. En ese sentido, quiero rendir homenaje a Joaquín Herrera Flores, fallecido en 2009 en Sevilla, cuyas obras sobre la reinención de los derechos humanos son referencias obligatorias para todo demócrata. Su pensamiento se puede resumir en las siguientes palabras: los derechos humanos son los derechos de todos de participar en la transformación de la sociedad, es únicamente a través de esta participación que el individuo puede construir su dignidad humana (Herrera Flores, 2008).

El segundo principio participa de una filosofía sobre el bienestar general, lo que se llama el bien común. Creo que cada vez es más fuerte la convicción de que se debe considerar al bien común como universal. Es el sentido de la filosofía de los bienes públicos comunes, todos estos bienes a los cuales las personas y los pueblos deberían tener derecho en condiciones de equidad y libertad, y que por esta razón deben ser descartadas de las lógicas de patrimonialización o de apropiación privada. Este principio motiva movilizaciones ciudadanas no solo en relación con la comunicación del saber, sino también con respecto a la salud, la materia viva, el medioambiente, el agua, los programas informáticos y la distribución de frecuencias de radiodifusión. Todos estos dominios deberían estar regidos por las reglas del servicio público. En la misma línea hay una reincorporación –y es importante que la haya– en el pensamiento crítico del debate sobre el servicio público.⁷

De los principios señalados emanan formas de intervención y de toma de palabra. Una primera forma de intervención colec-

7. Un hilo de Ariadna vincula las nociones de “servicio público” y de “bien público común”. Hay que recordar que ya en 1874 el concepto de “servicio público” fue motivo de división entre los miembros de la Primera Internacional obrera, unos focalizando su atención en las estrategias de la toma del Estado, otros prefiriendo apostar sobre la multiplicación de organizaciones de servicio público administrados directamente por la “Comuna” y las organizaciones mutualistas.

tiva es la crítica sobre el accionar de los medios hegemónicos. La idea es que la mirada y las libertades del ciudadano ante los medios y la comunicación no son algo dado, sino que se construyen a través de contrapesos ciudadanos. Esto se traduce en la multiplicación de veedurías y observatorios críticos sobre la información, la cultura, las políticas culturales o las políticas en materia de sociedad de conocimiento. Lo atractivo de estos observatorios, cuyo número se multiplica principalmente en América Latina –aunque estas iniciativas también empiezan poco a poco a tener presencia en Europa–, es que muestran que no hay una única fórmula, hay muchas, y eso se debe a que estas están relacionadas con contextos sociales y mediáticos específicos. Lo que me parece interesante es que se trata de una reflexión que lleva a la necesidad de una amplia alianza en lo referente a la lectura de los medios de comunicación y a las formas de acción sobre ellos. No son simplemente organismos con derecho a criticar por el hecho de tener habilidad académica, sino que su acción también implica reflexionar sobre el proceso participativo en esta crítica (Albornoz y Herschmann, 2007).

Una segunda forma de intervención es el campo de acción de todo lo que se refiere a la democratización de la comunicación. Hoy en día me parece que hay una convergencia sobre la necesidad de llevar adelante una reflexión en muchos niveles sobre la transformación de los medios: la idea de perennizar un tercer sector, la necesidad de consolidar un servicio público –o de crearlo cuando este no existe– que no sea la correa de transmisión de la voz del Estado, la obligación del sector privado comercial de mostrarse consecuente con la autorización que le es dada para utilizar un bien público común –el espectro de las frecuencias–. Las nuevas leyes de los servicios audiovisuales en Argentina, la presión por la reforma en México, la reflexión que está teniendo lugar en Brasil, atestiguan cuánto ha madurado esta cuestión tan estratégica para la democracia.

Todas estas reflexiones, principios y modos de intervención son caminos de construcción colectiva de la idea de demanda social y de necesidades sociales, y son fundamentales, pues están orientados por la conciencia de que en el mundo hay una relación asimétrica que se declina en todos los aspectos hacia el lado preponderante.

Cortafuegos críticos

La crisis actual favorece la profundización de la reflexión sobre la demanda social. No comparto la convicción que tienen los periódicos, anunciada a cada momento, de que estamos saliendo de la crisis. Pienso que esta es una crisis sistémica, es decir, el capitalismo no logra reconstruirse como sistema. Estoy convencido, como Immanuel Wallerstein (2009), que estamos en una época en la que se abren nuevos territorios de reflexión y de acción para quienes piensan en términos de alternativas frente a un mundo desreglado. Esto es importante, y la prueba es que muchas utopías de emancipación social están volviendo a escena; por ejemplo, se habla cada vez más de economía social, de economía solidaria, de la necesidad de supeditar la economía y las finanzas a las necesidades humanas fundamentales... Hay un conjunto de pensamientos marginados que está volviendo y que está haciéndose oír. No son recetas, pero son indicios.

Toda esta acumulación crítica sobre un nuevo tipo de sociedad había sido enterrada por el modelo de globalización neoliberal que creía haber llegado al último peldaño de la historia. Las reflexiones sobre la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales y la supervivencia del ecosistema son interrogantes centrales que están relacionados con los daños provocados por un sistema productivista que finalmente tiene como unidad al consumidor-consumista. En este ámbito se ve una perspectiva de cuestionamiento totalmente distinta de la que existía en los años ochenta y noventa. Empiezan a abrirse nuevos territorios para la utopía del reparto del saber arraigada en la filosofía de los derechos a la comunicación y de los bienes comunes.

¿Quién impondría las reglas del juego en una sociedad en la que hubiese un reparto, una mancomunidad en torno al saber? Es una pregunta recurrente. O uno se contenta por abogar a favor de la intervención de los poderes públicos y del papel económico del Estado hasta el día que llegue otra crisis o apuesta por el principio fundador de la soberanía popular y la primacía de lo político, lo que supone nuevas formas de organizarse y de decidir juntos con el fin de que se dé un salto cualitativo en términos de participación ciudadana en la gestión de todas las grandes cuestiones que se plantean a la sociedad y su futuro.

Este es un aspecto cardinal, ya que remite a la cuestión del saber-poder. Los que trabajamos en la investigación y la enseñanza somos piezas fundamentales –aunque muchas veces de manera muy precaria– para los futuros productores de la sociedad del conocimiento y creo que no nos hemos cuestionado lo suficiente el significado de la redefinición de nuestro contrato social con el conjunto de los ciudadanos. Esta es una cuestión clave que subyace en todo el cuerpo teórico embrionario que está surgiendo y que intenta responderla. Es una cuestión fundamental, pues estamos en un periodo histórico donde los modos de hegemonía pasan a ser productores de saber y estos productores pueden repetir los mecanismos de hegemonía de los monopolios cognitivos anteriores. La clave es abordar el problema sin populismo a partir de una reflexión lúcida sobre la necesidad de cambiar drásticamente nuestro estatuto dentro de la sociedad del saber para amoldarla a las nuevas realidades de la democracia. En este sentido es importante encender cortafuegos en contra de todos los discursos encantados sobre la sociedad del conocimiento. Estos cortafuegos críticos son necesarios para instaurar una economía y una sociedad del conocimiento que no sea la reproducción de los esquemas de poder y de las relaciones de fuerza que han marcado el desarrollo de la sociedad industrial.

Por otra parte, la economía y la sociedad del conocimiento son también una economía y una sociedad en la que la intelectualización general del trabajo y del consumo corre el riesgo de caer en una normalización que significaría un estrechamiento de los mecanismos del control social. El fracaso de esta renovación democrática significaría el auge de nuevas formas de autoritarismo. La inversión creciente que hacen las sociedades llamadas democráticas en tecnologías de control –en los lugares de trabajo y en los espacios públicos– levanta sospechas sobre lo que sería ese nuevo mundo y su nueva lengua. Los imperativos de seguridad nacional y de guerra al terrorismo finalmente han acelerado esta tendencia que no es una creación reciente y que ha sido transformada en una necesidad.

“Entramos en sociedades de control que funcionan ya no por encerramiento, sino mediante control continuo y comunicación instantánea”, observaba en el año 1990 el filósofo Deleuze. El modelo de administración de la sociedad procedía del modelo gerencial, del *management*. Lo que ha ocurrido es

que ha habido una transposición del modelo de *management* a todas las unidades e instituciones –como la educación con el Plan de Bolonia, por ejemplo–. La de Deleuze fue una intuición muy aguda, muy similar a la de William Burroughs en los años setenta. Desde la época en que Deleuze propuso el concepto “sociedad de control” hasta hoy, el control se ha intensificado; basta con mirar, por ejemplo, cómo ha progresado la idea de reificación del trabajo y visión que se tiene del trabajador.⁸

La novedad en lo referente a la llamada sociedad de la información es que en los últimos años ha dejado traslucir su faceta más oscura (Mattelart, 2009). Lo que se perfila hoy es un arte de gobernar construido en la trazabilidad, en el seguimiento de las personas y de los bienes. Se está intentando instaurar una nueva normalidad basada en lo que denomino la razón actuarial, es decir, en la capacidad de identificar la probabilidad de una conducta determinada, de anticiparla construyendo clases de comportamientos sobre la base de frecuencias estadísticas a través de la proliferación de tecnologías intrusivas y de cruces entre ficheros y bancos de datos con fines eminentemente prácticos conectados con dominios tan variados como el consumo, la educación, la justicia penal, la salud o la inmigración. La explotación sistemática de los datos personales de los internautas con el objeto de establecer perfiles gracias a los motores de búsqueda es un mero ejemplo.

El riesgo de esta compulsión hacia el registro de la población reside en negar el sujeto-ciudadano reduciéndolo a un individuo medido, calculado, enfundado en la norma. O como dice un discípulo de Foucault: “El sueño de la nueva ciencia del hombre es el poder asociar las conexiones a Internet con el resultado de una prueba de ADN y con determinadas conductas consumistas, si así ocurriera, se agotaría el misterio de la naturaleza humana” (Ewald, 2009). Querámoslo o no, esta es una de las dinámicas que mueve nuestra sociedad. Sin presumir de la eficacia de los artefactos para asegurar el orden social y productivo, la constatación sobre el salto cuantitativo y cualitativo

8. La gran cantidad de suicidios en la compañía francesa France Telecom, uno de los íconos del servicio público, es una prueba de que el control, con viejos y nuevos métodos, es un problema real.

el · los dispositivos de trazabilidad lleva a pensar en los mundos distópicos, anti-utópicos, del control total imaginados por Franz Kafka, Evgeny Zamiatin, Aldous Huxley y George Orwell. La diferencia es que las sociedades democráticas actuales y sus modos de control social ya no viven en la era de la sociedad industrial, fordista o totalitaria; viven al compás de la sociedad posfordista, una sociedad en la que prevalece la flexibilidad, la fluidez y la transparencia de las tecnologías digitales y reticulares. Las tecnologías anteriores vivían en la era de las máquinas energéticas, símbolo de la ideología del progreso infinito; las segundas se alimentan de las fuentes de la ideología de la comunicación sin límites. La creencia tecno-determinista en el poder mágico de la comunicación y de las redes que ha acompañado los años de la desregulación y de la especulación salvaje —mientras se mantenía la promesa de una sociedad global de la información como nueva edición del ágora ateniense— es la misma que ha naturalizado la difusión indolora de las tecnologías intrusivas en las sociedades posindustriales. Si la excepción al Estado de derecho tiende hoy a instituirse en regla en las democracias contemporáneas y logra hacerse pasar como algo normal es porque está encubierta por la creencia, firmemente arraigada en el pensamiento colectivo, del poder de la técnica para resolver los problemas de la sociedad.

Para concluir, me tomaré la libertad de citar la frase que sirve de conclusión al libro *Historia de las teorías de la comunicación* que he escrito con Michèle Mattelart:

La llamada Sociedad de la Información es también la de la producción de estados mentales, por lo tanto hay que enfocar de forma diferente la cuestión de la libertad y de la democracia. La libertad política no se puede resumir en el derecho de uno a ejercer su voluntad, sino que reside también en el derecho a controlar el proceso de formación de esta voluntad.

Bibliografía

Albornoz, Luis A. y Herschmann, Micael (2007): “Balance de un proceso iberoamericano. Los observatorios iberoamericanos de información y cultura”, *Telos*, nº 72, Madrid: Fundación Telefónica de España.

- Ang, Ien (1985): *Watching Dallas*, Londres: Methuen.
- (1990): “Culture and Communication: toward an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System”, *European Journal of Communication*, vol. 5.
- Beltrán, Luis Ramiro (1976): “Alien Premises, Objects and Methods in Latin American Communication Research”, *Communication Research*, vol. 3, nº 2.
- Brecht, Bertolt: “Teorías de la radio (1927-1932)”; disponible en *Revista Eptic Online*. <www.eptic.com.br>.
- Bolaño, Cesar (ed.) (2008): *Comunicação e a crítica da economia política*, Biblioteca Eptic nº 7, São Cristovão: Editora Universidad Federal de Sergipe.
- Certeau, Michel de (1980): *L'invention du quotidien. Arts de faire*, París: 10/18.
- Deleuze, Gilles (1990): *Pourparlers*, París: Minuit.
- Ewald, François (2009): “Voici venue l'ère du contrôle généralisé”, *Enjeux. Les Echos*, febrero, París.
- Foucault, Michel (1975): *Surveiller et punir*, París: Gallimard. [Ed. cast.: *Vigilar y castigar*, Madrid: Siglo XXI, 1982.]
- Freire, Paulo (1970): *Pedagogía del oprimido*, México: Siglo XXI.
- Garnham, Nicholas (1979): “Contribution to a Political Economy of Mass-Communication”, *Media, Culture & Society*, vol. 1, nº 2, Londres: Sage.
- (1983): “Toward a Theory of Cultural Materialism”, *Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3.
- Garnham, Nicholas y Williams, Raymond (1980): “Pierre Bourdieu and the Sociology of Culture: an Introduction”, *Media, Culture & Society*, vol. 2, nº 3, Londres: Sage.
- Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew y Willis, Paul (eds.) (1980): *Culture, Media, Language*, Londres: Hutchinson.
- Herrera Flores, Joaquín (2008): *La reinención de los derechos humanos*, Valencia: Atrapasueños.
- Loreti, Damián; Mastrini, Guillermo y Baranchuk, Mariana (eds.) (2007): *Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas del III Congreso Panamericano de Comunicación*, Buenos Aires: Prometeo.
- Mattelart, Armand (2009): *Un mundo vigilado*, Barcelona-Buenos Aires: Paidós.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (1987): *Pensar sobre los medios*, Madrid: Fundesco.

- (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona: Paidós.
- Mattelart, Armand; Mattelart, Michèle y Piccini, Mabel (1970): “Los medios de comunicación en Chile. La ideología de la prensa liberal”, *Cuadernos de la realidad nacional*, CEREN, n^o 3, marzo.
- Mattelart, Armand y Neveu, Erik (2002): *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, n^o 20, La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).
- (2004): *Introducción a los estudios culturales*, Barcelona-Buenos Aires: Paidós.
- Mattelart, Armand y Stourdzé, Yves (1984): *Tecnología, cultura y comunicación. Informe al ministro de la industria*, Barcelona: Mitre.
- Mattelart, Michèle y Piccini, Mabel (1974): “La televisión y los sectores populares”, *Comunicación y Cultura*, n^o 2.
- Morley, David (2007): *Media, Identity and Technology. The Geography of the New*, Londres: Routledge.
- Segovia, Ana I. (org.) (2006): “Economía política de la comunicación”, *CIC-Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- Sierra Caballero, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- Stenou, Katérina (2003): *Unesco and the Issue of Cultural Diversity: Review and Strategy, 1946-2003*, París: Unesco.
- Unesco (2000): *Rapport mondial sur la culture*, París: Unesco. [Ed. cast.: *Informe mundial sobre la cultura*, París, 2001.]
- Wallerstein, Immanuel (2009): “2008: el fallecimiento de la globalización neoliberal”, *La Jornada*, 16 de febrero, México.