

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](mailto:difusion@areapaidos.com.ar)  
[www.paidosargentina.com.ar](http://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

## 7. Nuevos enfoques para nuevas prácticas socioculturales

*Micael Herschmann*

Este capítulo evalúa en qué medida el enfoque teórico-metodológico de “circuito de cultura” elaborado por Stuart Hall (Du Gay y otros, 1997; Escoteguy, 2009) presenta aportes fundamentales para la construcción de una agenda de investigación ampliada y necesaria para los investigadores de la Comunicación,<sup>1</sup> especialmente para aquellos empeñados en estudiar la dinámica y complejidad de los hábitos y prácticas culturales.

Cabe resaltar que a pesar de identificar en el trabajo de Stuart Hall y Raymond Williams referencias fundamentales para las reflexiones desarrolladas aquí –y en mis investigaciones–, en este capítulo no se trata de proponer una perspectiva romántica o idealizada de la matriz británica fundadora de los estudios culturales. Si, por un lado, identifico “avances” al retomar este protocolo, por otro lado, es necesario reconocer que el mundo cambió en las últimas décadas y presenta nuevos desafíos que exigen la articulación de nuevos saberes –desarrollo de una perspectiva interdisciplinar– y la adaptación de las herramientas de análisis disponibles.

Como propone Kellner (1998), la adopción del protocolo teórico-metodológico de “circuito cultural” propuesto por

1. Richard Johnson (1986/1987) también propone un modelo similar al propuesto por Hall, basado en un diagrama de los circuitos de producción, textualidad y recepción, paralelo a los circuitos del capital enfatizados por Marx.

Hall, articulado a una perspectiva interdisciplinar que aproxime específicamente a los estudios culturales con la economía política, tal vez habilite a los investigadores de mejores condiciones para enfrentar los desafíos de las investigaciones en el complejo mundo contemporáneo.

Estoy abogando por un enfoque de la economía política que no lea simplemente los textos como ejemplos de la ideología capitalista o de las clases dirigentes, sino que tenga en cuenta una multiplicidad de tipos de representación, que incluyen la clase, el sexo, la raza, la etnicidad, el nacionalismo, etc., al analizar la producción de los textos. Quisiera explicar que el análisis económico [de la economía política de la comunicación] puede complementar y enriquecer las lecturas de los estudios culturales y que el análisis textual y el de la economía política no son, por consiguiente, antitéticos (Kellner, 1998).

Kellner subraya que estas corrientes de estudios pueden desempeñar papeles complementarios. Si, por un lado, los estudios de economía política siempre mostraron gran competencia en analizar los sistemas de producción y distribución, así como sus articulaciones y tensiones con el poder y el capital, por otro lado, los trabajos desarrollados por los estudios culturales siempre se mostraron hábiles en analizar los procesos culturales de recepción y de construcción de sentido en la audiencia y en el consumo. El autor, por tanto, defiende la construcción de una agenda interdisciplinar que construya lo que él llama “economía política de la cultura”.

### **Críticas, limitaciones y alternativas para las investigaciones**

Varios autores critican acertadamente la tendencia en el medio académico de las últimas décadas a privilegiar excesivamente el consumo, la recepción o la audiencia. Denuncian lo que denominan “populismo cultural” (Ferguson y Golding, 1998; Mattelart y Mattelart, 1997; Mattelart y Neveu, 2004). Algunos identifican la propensión a sobreestimar la soberanía del consumidor, una creciente sobrevaloración a la idea de que el consumidor de hoy puede tener influencia significativa en el proceso de conformación de la producción mediática que le es

ofrecida. En ese sentido, critican los estudios que relativizan el poder de la producción mediática, especialmente en la época actual, en la cual asistimos a procesos de concentración de la producción que tienden a uniformizar las opiniones y la cultura. O sea, tales estudios subestimarían el hecho de que existe cierta sintonía entre la oferta y la demanda en el mundo globalizado. Incluso, algunos investigadores destacan que la “soberanía del consumidor” es un mito que debe ser deconstruido: la precariedad de las relaciones de trabajo y la intensa explotación del capital humano evidencian las dificultades de generar un mundo más equilibrado en el capitalismo actual.

Sin embargo, inclusive los autores que tienen una visión más escéptica respecto a las posibilidades de insubordinación en el mundo actual reconocen en sus trabajos el importante papel desempeñado por algunas fuerzas contrahegemónicas. Señalan que estos movimientos y/o redes sociales tienen un papel relevante en las críticas y reclamos por transformaciones en el orden global.

En este punto, son pertinentes algunas preguntas importantes: ¿cómo estudiar las formas de activismo mencionadas, o incluso las nuevas prácticas socioculturales, evaluando sus potencialidades, sin repetir viejos errores?; ¿cómo investigar lo social de forma crítica, esto es, sin desarrollar una perspectiva ingenua o limitada?; ¿cómo sumergirse densamente en lo micro, en lo social, sin perder de vista los aspectos macro de la realidad, sin perder en el horizonte los aspectos más estructurales del funcionamiento del capitalismo globalizado?; ¿cómo abordar en las investigaciones de las redes contrahegemónicas las estrategias de construcción de hegemonía y de reproducción de las relaciones de poder y de capital?

Es en ese sentido que sugiero tomar como una alternativa teórico-metodológica para abordar tal problemática la propuesta de trabajar con los “circuitos de cultura” o “circuitos culturales”, noción desarrollada por Hall y elaborada a partir de los conceptos articulados de *code/decode* (Du Gay y otros, 1997; Du Gay, 1997). Justifico esta opción en la medida en que la propuesta mencionada integra los espacios de la producción y de la recepción/consumo, debilitando así la premisa de “autonomía relativa” entre ellos. La relación entre cultura y economía está cada vez más articulada: es un fenómeno que no se puede

ignorar dado el reciente movimiento de monopolización del espacio cultural por parte de empresas transnacionales.

Así, la adopción de este enfoque teórico-metodológico implica la necesidad de trabajar con una agenda bastante amplia de investigación que contemple tópicos que tradicionalmente están más presentes en trabajos de estudios culturales o de economía política de la comunicación. Esta perspectiva más global permitiría al investigador contemplar de forma crítica varios momentos cruciales y esferas de la vida social (Williams 1992; Hall, 2005).

Hall consideraba los “circuitos culturales” como un concepto muy relevante, el cual, al ser utilizado de forma adecuada en una agenda de investigación, permitiría analizar de forma articulada varios momentos importantes de la dinámica de la vida social (Hall, 2005). En otras palabras, este concepto permitiría –según el autor– analizar

momentos distintos, pero interconectados –tales como el de la producción, circulación, distribución, consumo y reproducción. [...] [Posibilitaría] pensar el proceso como una “compleja estructura de dominancia”, sustentada a través de la articulación de prácticas conectadas, en la que cada práctica, no obstante, mantiene su distinción y tiene su modalidad específica, sus propias formas y condiciones de existencia (Hall, 2005).

A partir de los circuitos culturales, Hall buscaba construir un modelo de investigación que, por un lado, no se enfocara específicamente en una etapa –o de la producción o del consumo–, y por otro lado, que no fuera lineal como el tradicional modelo de investigación emisor-mensaje-receptor. Es la combinación de las etapas, en una determinada articulación, lo que propicia su comprensión.

Hay que recordar qué es un circuito. No cuenta el punto donde se inicia, puesto que se tiene que hacer toda la vuelta, antes de que el estudio esté completo. Es más: cada parte del circuito reaparece en la siguiente. Entonces, habiendo iniciado en la representación, las representaciones se tornan un elemento en la parte siguiente, esto es, en cómo las identidades son construidas. Así sucesivamente. Nosotros separamos las partes del circuito en diferentes secciones, pero en el mundo real estas continuamente

se sobreponen y entrelazan de modo complejo y contingente. Sin embargo, estas son las partes que tomadas en conjunto componen lo que entendemos por un “estudio cultural” de un objeto particular (Du Gay, 1997).

Este marco teórico-metodológico propuesto por Hall, por lo tanto, no abandona los postulados fundantes de los estudios culturales británicos. Tanto en la obra de Hall como en la de Williams, las relaciones y transformaciones económicas no están ausentes: al contrario, su presencia es asumida constantemente a través del presupuesto del materialismo cultural. Sin embargo, las alteraciones en la esfera económica son comprendidas a través de sus efectos en el campo de la experiencia de los sujetos, de las relaciones vividas: a través de los “modos de vida global” o de los “procesos sociales constitutivos que crean modos de vida diferentes y específicos”. En líneas generales, en este tipo de abordaje, la cultura es entendida como espacio de contestación y conflicto, y también, de consenso y reproducción social (Williams, 1992).

Vale señalar que Hall asume la noción de “articulación”, que denota el entrelazamiento de cosas, como un concepto relevante para explicar las relaciones entre lo simbólico –cultural– y lo económico. No obstante, el concepto de articulación no describe simplemente una combinación de fuerzas –como podría parecer a primera vista–, sino una relación jerárquica. Así, tal articulación de fuerzas estuvo asociada a la idea de “estructuración con dominancia”, por lo menos durante un periodo determinado de reflexión del autor (Hall, 2005).

Trabajando en la brecha entre lo textual y lo social, muchas veces el trabajo de Hall tiende a ser entendido como si estuviese centrado apenas en lo discursivo. Sin embargo, Hall se posiciona personalmente contra la tendencia actual a la textualización de los estudios culturales y a su propio encuadramiento dentro de una perspectiva de ese tipo. No solamente teniendo en cuenta sus propias explicaciones, sino su producción teórica, es posible concluir que el análisis de Hall da relieve a las prácticas culturales, simbólicas y discursivas; que las cuestiones de poder y política tienen que ser y están siempre alojadas dentro de representaciones y que, pese a que la textualidad es central, no es suficiente para la comprensión

d · la cultura. De esta forma, hay indicios de que Hall no se satisface con formas de análisis que ignoran las materialidades del poder y de la desigualdad.

Así, sin abandonar esta esfera de acción, el modelo teórico-metodológico de circuito cultural ofrece la posibilidad de construir un objeto de estudio que comprende la cultura como un aspecto de las prácticas sociales que constituyen las formaciones sociales. Es decir, la investigación que adopta este protocolo puede estar nortada por el entendimiento de cómo los procesos culturales se tornan efectivos en la articulación de un todo social. En esa dirección, además de la premisa de articulación entre los diversos momentos que constituyen el circuito de la cultura, una de sus ventajas es la incorporación de la etapa de regulación, en la cual el poder asume una posición central y la acción del sujeto pasa a ser pensada en relación a los distintos procesos de control social –ausentes en la mayoría de los estudios que se restringen a la recepción o producción–.

### **Desarrollando la agenda de investigación ampliada**

Así, trabajar con el enfoque teórico-metodológico de circuito cultural posibilitaría algunos avances en las investigaciones, pese a que no siempre es fácil trabajar dentro de una perspectiva interdisciplinaria –articulando herramientas de la economía, la historia, la antropología y la sociología con la comunicación– y de forma complementaria con datos cuantitativos y cualitativos o con informaciones recolectadas en fuentes primarias y secundarias. La propuesta es preservar la dinámica del proceso de producción y recepción, así como una correspondencia obligatoria entre estas, admitiendo sin embargo que es en la fase de producción que se elabora el mensaje, es decir, el lugar donde se inicia el proceso de construcción de sentido. En las condiciones de producción, cuenta tanto la estructura institucional, las rutinas de producción, la interferencia de las ideologías profesionales, como el medio social. Así, dentro de las investigaciones desarrolladas que adoptan este protocolo, el intento es poner en evidencia, por un lado, los mecanismos de reproducción y subyugación presentes en la sociedad contemporánea, y, por otro lado, reflexionar sobre la capacidad de algunos individuos

o redes sociales en reaccionar, definir o construir propuestas alternativas al orden social vigente (Certeau, 1994).

En los estudios sobre la reestructuración actual de la industria de la música que he desarrollado en los últimos años (Herschmann, 2007) no identifiqué consumidores soberanos ni masas completamente uniformizadas, pese a que el contexto actual es bastante preocupante. En realidad, puede afirmarse que los públicos vienen siendo constituidos de maneras diferentes en la era pre-digital y en la digital, aunque es posible identificar continuidades.

A pesar de la gran concentración empresarial y del dominio de las *majors* en el mercado, se identifican algunos cambios en la industria de la música actual en lo que se refiere a la relación entre los que producen y los que consumen. Por un lado, vemos artistas que intentan desarrollar nuevas estrategias y buscan alternativas para la gestión de sus carreras que cada vez dependen menos de las *majors* y más de la socialización de sus producciones. Por otro lado, vemos consumidores y fans que producen video-clips de sus ídolos que tienen mucha demanda; usuarios que movilizan un gran contingente de personas para ir a los conciertos, que trabajan con las redes sociales de la *web* de forma comprometida y voluntaria para artistas realizando todo tipo de actividades; que actúan como *managers* o intermediarios realizando un importante trabajo de renovación del público o recolocando la producción del artista dentro del género o campo musical –un ejemplo claro son las construcciones de *tags* por los fans en la red internet–; y consumidores que están más interesados en consumir música, desde que esta esté disponible en tecnologías que exploren fundamentalmente los aspectos sensoriales de los consumidores (Herschmann, 2007).

Evidentemente, el debate sobre la formación de los públicos/consumidores sigue abierto: autoridades e investigadores de diversos campos disciplinares vienen intentando evaluar qué tanto influirían la familia, la escuela, los medios de comunicación, las empresas culturales privadas y públicas, en la conformación del público en el contexto actual marcado por transformaciones (García Canclini, 2007). Al mismo tiempo, las instituciones gubernamentales dedicadas a la difusión cultural tienen dificultades en admitir que su tarea de formar públicos ya no es de la misma naturaleza. Con fondos precarios, tales

instituciones no logran competir con el trabajo realizado por las industrias culturales junto a la sociedad: deberían promover experiencias educativas que efectivamente prepararan a los individuos para el disfrute crítico tanto del arte como de los nuevos lenguajes que circulan intensamente hoy en día.

No obstante, la educación y formación de espectadores críticos tampoco consiguen concretizarse no solo debido a la persistencia de desigualdades socioeconómicas, sino también porque las políticas culturales aún operan a partir de referencias del contexto pre-digital. Tales políticas insisten, por ejemplo, en formar lectores de libros y espectadores de las llamadas bellas artes. Desafortunadamente, casi nunca están dirigidas a formar espectadores de las nuevas expresiones artísticas y de entretenimiento consagradas por las industrias de la comunicación y de la cultura. De forma paralela, es posible constatar que la industria está en un proceso de convergencia, uniendo lenguajes y combinando los espacios: “se elaboran libros, pero también audio libros, y se realizan películas para salas de exhibición, pero también para ver en el sofá, a través del celular, etc.” (García Canclini, 2007).

Por lo tanto, asistimos en los últimos años a muchos cambios significativos que exigen de los investigadores el desarrollo de herramientas que les permitan evaluar estas transformaciones de forma no determinista o simplificadora. Por ejemplo, hoy se compra menos en tiendas de música, pero también es posible constatar el crecimiento del consumo de videojuegos musicales, además de un expresivo incremento de las ventas de instrumentos musicales. Como otro ejemplo, se podría mencionar el hecho de que disminuyeron las librerías pero aumentaron los cibercafés y los medios portátiles para enviar mensajes escritos y audiovisuales.

Así que, antes de conclusiones precipitadas, esos cambios deberían ser analizados –como sugieren algunos historiadores de los medios de comunicación como Briggs y Burke (2004)– de forma sistemática, en una serie temporal de larga duración.

### Consideraciones finales

Evidentemente, la adopción de un enfoque teórico-metodológico que reivindica una perspectiva global y compleja del pro-

ceso comunicativo fundamentada en la idea de la integración del espacio de la producción y el de la recepción no es exclusiva de los estudios culturales, ni de su matriz británica. De hecho, es una obsesión presente en varias corrientes teóricas de diferentes lugares y épocas. Dentro de la matriz latinoamericana, menciono el importante trabajo de Jesús Martín Barbero y el protocolo desarrollado por él en torno a la noción de “mediaciones”. La preocupación de Martín Barbero descansa no solamente en los procesos de comunicación –con la condensación de múltiples redes de poder y de producción cultural–, sino también en el énfasis que este autor hace sobre la necesidad de una evaluación de los usos sociales de los medios (Martín Barbero, 2002 y 2003).

Es fundamental también destacar como ejemplo numerosos estudios que vienen siendo desarrollados en el ámbito específico de la economía política de la comunicación: son trabajos que buscan desarrollar una perspectiva global sobre la dinámica de la producción y el consumo –trabajan como si estas fueran un binomio integrado–, elaborados por importantes investigadores, tales como Garnham (1990), Richieri (2008), Schlesinger (Schlesinger y otros, 2001), Mosco (2005), Tremblay (1995), Bustamante (2001, 2002, 2003), Miège (2000), Mattelart (Mattelart y Mattelart, 1997; Mattelart y Neveu, 2004), entre tantos otros.

Es cierto que, analizando diferentes corrientes teóricas en el campo de la comunicación, se podría afirmar que hoy existe un significativo número de investigadores cada vez más empeñados en elaborar estudios que buscan producir interpretaciones más amplias, haciendo análisis desde una perspectiva interdisciplinaria. García Canclini (2005) observa el gran interés del público –incluso de expertos– en torno de algunos libros que construyen una visión global a partir de la combinación de distintos saberes como la filosofía y las ciencias sociales. Son trabajos que exploran las reglas de la producción, de la circulación y del consumo, de los capitales, de las mercancías y de las multitudes, bien como el modo en que cada una se relaciona con las otras. En cierto modo, se puede decir que son trabajos que producen “mapeos”. Seguramente, tales mapeos no se traducen en una cartografía tradicional propiamente dicha, pero conforman –como sugiere Martín Barbero (2002)– una especie de “archipiélago” neces-

ri . Aunque posiblemente el número de investigadores comprometidos en realizar este tipo de estudios está todavía lejos del deseado, es necesario reconocer el impacto de esta producción científica sobre el área de la comunicación y en campos afines.

A pesar de que estos estudios enfrentan grandes desafíos metodológicos –algunos de los cuales fueron señalados a lo largo de este texto–, para finalizar se podrían resaltar algunas de las dificultades estructurales afrontadas por los investigadores dedicados a trabajar de forma activa con una agenda amplia de investigación:

- En primer lugar, la escasez de datos públicos disponibles y confiables que puedan ser empleados en la investigación, lo que hace que los análisis más complejos sean, muchas veces, bastante difíciles de alcanzar. El debate evidente sobre la ausencia de indicadores culturales –o indicadores de comunicación y cultura– en un significativo número de países es un hecho ilustrativo del escenario que enfrentan los investigadores hoy en día.
- En segundo lugar, la escasez de recursos financieros para el desarrollo de tales estudios. Estas investigaciones implican casi siempre poder contar con recursos humanos abundantes y bien calificados. Implica también, muy especialmente, realizar numerosas actividades de investigación, muchas de ellas bastante dispendiosas y algunas encaminadas a la producción de datos primarios sobre el campo de la comunicación y la cultura. Vale destacar que la situación encontrada en diferentes lugares y regiones –como por ejemplo en los países latinoamericanos– es bastante desigual. Algunos países poseen un cuadro institucional más estructurado que ofrece mayor apoyo a la investigación con relación a otros.
- Finalmente, es necesario destacar la falta de mayor apoyo de los organismos, o mejor, un posicionamiento más claro de las instituciones de las cuales forman parte los investigadores en relación a los estudios. Casi siempre los investigadores se quejan de la falta de tiempo, el cual agotan en el “sistema productivista estéril” –que es hegemónico en el medio académico– o en actividades secundarias y/o burocráticas. Además, los investigadores siempre están empeñados en construir

redes colaborativas que son fundamentales para el desarrollo del trabajo, pero que en muchas ocasiones se encuentran debilitadas por no tener un sólido apoyo institucional. Por lo tanto, al evaluar las limitaciones de las investigaciones que trabajan con comportamientos, prácticas sociales y consumos –especialmente en el contexto iberoamericano– es necesario que también consideremos las condiciones precarias en las cuales se realiza la mayor parte de estos estudios.

Para finalizar, se podrían retomar los argumentos señalados en el inicio de este texto: quizá el desarrollo de una perspectiva interdisciplinar que articule la economía política de la comunicación con los estudios culturales –que venza la falsa dicotomía entre estas corrientes (Kellner, 1998)– sea un paso crucial que posibilite avanzar en el terreno del estudio de las prácticas culturales y del consumo.

### Bibliografía

- Briggs, Asa y Burke, Peter (2004): *Uma história social da mídia*, Río de Janeiro: Zahar.
- Bustamante, Enrique (2001): *La televisión económica*, Barcelona: Gedisa.
- (coord.) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital*, Barcelona: Gedisa.
- (coord.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, Barcelona: Gedisa.
- Certeau, Michel de (1994): *A invenção do cotidiano*, Petrópolis: Vozes.
- Du Gay, Paul (org.) (1997): *Production of Culture, Culture of Production*, Londres: Sage.
- Du Gay, Paul; Hall, Stuart; Janes, Linda; Mackay, Hugh y Negus, Keith (1997): *Doing Cultural Studies: the Story of the Sony Walkman*, Londres: Sage.
- Escoteguy, Ana Carolina (2009): “Quando a recepção já não alcança”, *Revista E-Compós*, vol. 12, nº 1, enero-abril, Brasilia.
- Ferguson, Marjorie y Golding, Peter (1998): *Economía política y estudios culturales*, Barcelona: Bosch.

- Caria Canclini, Néstor (2005): *Diferentes, desiguais e desconectados*, Río de Janeiro: UFRJ.
- (2007): *Lectores, espectadores e internautas*, Barcelona: Gedisa.
- Garnham, Nicholas (1990): *Capitalism and Communication*, Londres: Sage.
- Hall, Stuart (2005): *Da diáspora. Identidade e Mediações Culturais*, Belo Horizonte: UFMG.
- Herschmann, Micael (2007): *Lapa, cidade da música*, Río de Janeiro: Mauad X.
- Johnson, Richard (1986/87): “What is Cultural Studies Anyway?”, *Social Text*, n° 16, Nueva York.
- Kellner, Douglas (1998): “Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política”, en Ferguson, M. y Golding, P. (orgs.): *Economía política y estudios culturales*, Barcelona: Bosch.
- Martín Barbero, Jesús (2002): *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México: Fondo de Cultura Económica.
- (2003): *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Río de Janeiro: UFRJ.
- Mattellart, Armand y Mattelart, Michèle (1997): *História das teorias da comunicação*, Porto: Campo das Letras.
- Mattelart, Armand y Neveu, Erik (2004): *Introdução aos estudos culturais*, San Pablo: Parábola.
- Miège, Bernard (2000): *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble: PUG.
- Mosco, Vicent (2005): *Digital Sublime*, Massachussets: MIT Press.
- Richieri, Giuseppe (2008): “As plataformas digitais e a evolução da indústria audiovisual”, *Observatório*, n° 2, Lisboa: Obercom.
- Schlesinger, Philip; Miller, David y Dinan, William (2001): *Open Scotland? Journalists, Spin Doctors and Lobbyists*, Edimburgo: Polygon.
- Tremblay, Gaëtan (1995): “The Information Society: from Fordism to Gatesism”, *Canadian Journal of Communication*, vol. 20, n° 4, Vancouver.
- Williams, Raymond (1992): *Television, Audiences & Cultural Studies*, Londres: Routledge.