

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 Sexé
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 Sexé
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

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

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

Índice

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

10. Comunicación y lucha epistemológica

César Bolaño

El presente capítulo retoma una reflexión anterior (Bolaño, 2009) en relación con la lucha epistemológica que se impone a la economía política de la comunicación (EPC), entendida como referencial crítico alternativo para el campo de la comunicación en general, en un momento en que la Tercera Revolución Industrial torna el modo de producción capitalista crecientemente informático y comunicacional gracias a un extenso movimiento de subsunción del trabajo intelectual y de intelectualización general de los procesos de trabajo y del consumo (Bolaño, 1995; 2002). En estas condiciones, las llamadas ciencias de la comunicación –y de la información– acaban por adquirir una centralidad inusitada en la lucha epistemológica que atraviesa todo el campo de las ciencias sociales desde el momento –fundador– de la crítica de la economía política.

Epistemología y política

Como sostiene Pérez Soto (1998), “la Epistemología no es un problema teórico. Es un problema que resulta práctico cuando se nota la asociación entre Epistemología y política”. Lo que se puede expresar de modo bien didáctico recurriendo a Mayo (2005), otro autor latinoamericano:

El problema de la objetividad no es, por tanto, el de la discusión acerca del carácter absoluto o relativo (limitado) del conocimiento. La dificultad radica en que, en las ciencias sociales,

coexisten distintas teorías con idénticas pretensiones a la científica. Además, esta coexistencia no se da en pie de igualdad. Por el contrario, algunas teorías [...] tienen la hegemonía de su disciplina, si bien se muestran incapaces para suprimir a las teorías rivales.

Mayo cita el célebre párrafo de Marx y Engels, de *La ideología alemana* (1845/46), en el que estos pensadores afirman que las ideas dominantes en una época dada son siempre las ideas de la clase dominante, es decir, que aquella clase social que ostenta el poder material también posee el poder espiritual, concluyendo que esto no significa que las clases subordinadas no tengan la capacidad de producir teorías opuestas a las dominantes, pero, por lo contrario, “las diferencias en el modo en que estas clases se insertan en el proceso de producción [...] generan las condiciones para la aparición de teorías sociales que discutan las teorías hegemónicas” (Mayo, 2005).¹

Es así justamente que el marxismo se constituye en su génesis como crítica de la economía política y permanece, a lo largo del tiempo, como paradigma teórico alternativo. Contra las “pobres ficciones de las robinsonadas del siglo XVIII” y la naturalización del ideal de individuo burgués, “producto, por un lado, de la descomposición de las formas feudales de sociedad y, por otro, de las nuevas fuerzas de producción que se desarrollan a partir del siglo XVI” (Marx, [1857] 1978), Marx realizará su emprendimiento crítico, destinado a esclarecer la realidad del sistema capitalista por detrás de la máscara de las apariencias que la vieja economía política tendía a reproducir en el pensamiento.

1. Así, tampoco se puede hablar de un método científico esencial. Para Pérez Soto (1998), “el método científico es la ideología de la comunidad científica”. Él se refiere a Lakatos y a su teoría de los programas de investigación, recordando que en ella “hay técnicas de investigación, y cada programa se da a sí mismo las técnicas de investigación que son consistentes con su centro firme, con la problemática que se ha definido, pero no hay nada parecido a un método científico que se pueda enseñar en abstracto, aplicable a cualquier objeto. Eso explica, para Lakatos, que los físicos y los químicos no tengan cursos de método científico. El tener asignaturas abstractas de ‘Método Científico’ es un vicio más bien de las Facultades de Ciencias Sociales”.

Se trata de la crítica immanente de aquella que fue la primera de las ciencias sociales, surgida en íntima relación con el desarrollo del capitalismo y, en especial, del capitalismo industrial –y de la burguesía industrial–, en el caso de la escuela clásica de la economía política. Por tanto, si la economía política representa la ideología científica al servicio del capital, la crítica de la economía política se emplaza como paradigma científico al servicio de la clase antagónica –el proletariado industrial–, reivindicando su lugar en la lucha por la transformación radical de la realidad de acuerdo con los intereses de los trabajadores.

En economía, la reacción a la crítica de Marx –que lleva a sus últimas consecuencias la teoría del valor trabajo de los clásicos, esclareciendo sus inconsistencias y extrayendo de esta las conclusiones más radicales– será una ruptura completa con aquel paradigma fundador y la redefinición de la disciplina en un sentido positivista. El valor deja de tener un fundamento objetivo y pasa a basarse en criterios puramente subjetivos. “El valor dejó de ser una cuestión social y pasó a ser un problema psicológico. No por casualidad los neoclásicos adoptaron el método individualista metodológico” (Mayo, 2005).

También la sociología de Weber adoptó el individualismo metodológico, abandonando la versión esencialista de los economistas en favor de una solución metodológica –análisis de las acciones de los diferentes actores sociales y de sus motivos individuales, sin recurrir al concepto de clase– que elimina la idea de totalidad. “La eliminación del concepto de totalidad del ámbito de la teoría social refuerza el efecto de la ‘supresión’ de las clases sociales, puesto que obstaculiza la percepción de la problemática del cambio social” (Mayo, 2005).

Por su parte, el modelo funcionalista organicista de Durkheim sí rompe con el individualismo metodológico, recuperando un modelo de objetividad próximo de las ciencias de la naturaleza, restituyendo la idea de totalidad, pero sustituyendo la de conflicto por la de patologías sociales y normalidad. En todos los casos (neoclásicos, Weber, Durkheim), se trata de soluciones del pensamiento burgués al desafío de Marx, de modo que “los logros de la sociología clásica [...] solo fueron posibles porque el desafío teórico marxista y el incumplimiento de las promesas de la economía habían hecho tambalear las principales ideologías de la burguesía” (Mayo, 2005); es decir,

al entender de Mayo, la economía clásica, el liberalismo político y el individualismo metodológico.²

Cuando Marx produce su obra, la burguesía industrial ya había abandonado su programa revolucionario y se preocupaba por mantener el orden del capital contra la lucha revolucionaria de la clase trabajadora. En esas condiciones, la economía vulgar y el pensamiento neoclásico no podían hacer otra cosa que buscar maquillar la realidad del sistema, su esencia, refugiándose en el individualismo metodológico.

La sociología surge, por cierto, como reacción, pero va mucho más allá, en un momento en que otras ciencias burguesas –como la antropología o la *soi disant* “administración científica” de Taylor y Fayol– se están fundando. De todas formas, en la mayor parte de estas el paradigma marxista acaba por insinuarse, de modo que, por ejemplo, de Freud surgirá Reich, mientras la sociología académica asumirá a Karl Marx como uno de sus padres fundadores. Aun en el campo neoclásico es innegable la influencia de Marx sobre un autor tan relevante como Schumpeter. Se vive entonces el auge del pensamiento burgués y un momento extremadamente creativo de la producción académica en las ciencias sociales con la definición muy clara de los dos grandes paradigmas opuestos que preservan, en todo caso, una importante capacidad de diálogo e, incluso, de articulación, como lo testifican ciertas hibridaciones del tipo “weberiano-marxismo” o “freudo-marxismo”.

2. Mayo (2005) insiste en que, si la sociología de Durkheim rompe con la tradición de la vieja economía política, no lo hace en relación a la tradición teórica francesa (“de hecho, ya Comte había sostenido que la sociedad debía examinarse como un todo”). Además, ha pesado en esta ruptura, el bajo desarrollo de la economía en Francia. Al contrario, en los países anglosajones, de fuerte tradición en los estudios económicos, prevalecerá la otra ruptura representada por la escuela neoclásica. En todos los casos, el movimiento se produce fundamentalmente como respuesta a Marx, cuya crítica de la economía política ponía en jaque en la segunda mitad del siglo XIX las conquistas del gran pensamiento social de la burguesía, desde Smith y sus precursores hasta entonces.

Comunicación y capitalismo

El surgimiento de las llamadas ciencias de la información y de la comunicación como campos académicos especializados se dará en una situación bien diferente. Aunque sus precursores puedan localizarse en los inicios del siglo XX, es en el contexto de la Guerra Fría en el cual tendrá su desarrollo, influenciado principalmente por la economía neoclásica y la sociología funcionalista estadounidense. La gran escuela crítica que se dedicará a estudiar el campo de la comunicación es la Escuela de Frankfurt, responsable por la definición de algunas de las categorías centrales, como la de la reproductibilidad técnica de la obra de arte (Benjamin, [1936] 1973) o la de industria cultural (Adorno y Horkheimer, [1944] 2001).

Pero la gran cuestión que movilizará el nuevo campo es la del desarrollo. Y es aquí donde surge una segunda corriente crítica influenciada por la Escuela de Frankfurt y el estructuralismo francés, según la versión marxista de Althusser, pero principalmente impulsada por autores como Paulo Freire; por el llamado estructuralismo latinoamericano de Raúl Prebisch, de Celso Furtado y de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL); por las teorías de la dependencia o por el teatro de Augusto Boal. Ese tipo de pensamiento crítico surgido en América Latina, con significativo impacto internacional, tendrá también en el campo de la comunicación una importante correspondencia. En todos los casos, el problema central es el del desarrollo, teniendo en cuenta el fracaso –o, en la mejor de las hipótesis, los impases– al que habían llevado los procesos de industrialización substitutiva.

Vale subrayar que en ese momento el capitalismo y las relaciones internacionales habían pasado por un cambio dramático, iniciado con la derrota de España en la Guerra con EE.UU. (1898) y concluido al final de la Segunda Guerra Mundial. Desde el punto de vista de las fuerzas productivas, el siglo XX inaugura el llamado capitalismo monopolista, una situación en que el nivel alcanzado por el proceso de concentración y centralización del capital inherente al modo de producción capitalista acabará por promover un cambio de orden cualitativo, exigiendo una profunda reconfiguración del Estado –lo que solo sucederá en los años treinta– y de la estructura de

los sistemas de dominación, con el surgimiento de la industria cultural y el cambio estructural de la esfera pública (Habermas, [1962] 1984; Bolaño, 2000).

Este cambio –que tiene como presupuesto lo que Marx define como la segunda revolución industrial, con la “producción de máquinas por medio de máquinas” (Marx, [1867] 1980)– será acompañado por una violenta disputa imperialista por la redivisión del espacio global entre las nuevas potencias capitalistas, además de Rusia (Lenin, [1916] 1979). La hegemonía estadounidense en el capitalismo no se separa de la constitución de una nueva cultura capitalista a nivel mundial, ya sea desde el punto de vista de la “cultura material”, para usar el concepto de Furtado,³ ya sea desde el punto de vista de la “cultura superior” representada por el modelo estadounidense de organización de la producción cultural industrializada que tan mala impresión causara a Adorno.

Se trata de la gran victoria del capital que acaba por constituir una forma propia de producción simbólica marcada por la doble contradicción –capital-trabajo, economía-cultura– que caracteriza al sistema desde el principio, deshaciéndose de la necesidad de otras instituciones –como la Iglesia o la familia–⁴ para establecer la dominación ideológica, al constituir una cultura, en el sentido antropológico, global (Bolaño, 2000). Esta “cultura internacional popular”, en la feliz expresión de Renato Ortiz (1996), tiene por matriz la cultura popular estadounidense que se expande a nivel mundial a lo largo de todo el pasado siglo por la acción de las empresas oligopólicas de Hollywood y de la industria fonográfica.

En este marco, la radiodifusión se establece –de la misma forma que las telecomunicaciones– como una industria característicamente nacional –estatal o privada, monopólica u oli-

3. Sobre los conceptos de cultura material y espiritual en Celso Furtado, véase Rodríguez (2009).

4. Como aclara Williams (2000), la implantación de los sistemas de *broadcasting* representa una falsa autonomía del núcleo familiar, que, al liberarse de las viejas instituciones heredadas del precapitalismo, se somete al nuevo núcleo central de la gran industria cultural; movimiento que sigue la tendencia de fragmentación señalada por Marx y que alcanza su punto máximo hoy con la expansión de las redes telemáticas, en especial internet.

gopólica–, articulada con los oligopolios globales citados en el párrafo anterior, conformando un poderoso y muy capilarizado mecanismo de control social y de manipulación. Así constituido, el campo de la comunicación se torna en el eje central de la construcción de la hegemonía a nivel nacional e internacional. El caso de Brasil tras el golpe militar de 1964, en que intereses oligárquicos, políticos y económicos, locales y nacionales, se articularon por medio de un sistema de afiliaciones entre concesionarios de radiodifusión, es un ejemplo radical de la eficiencia de este sistema de control social (Brittos y Bolaño, 2005).

Esta cultura capitalista tan fuertemente constituida se adecua perfectamente a las necesidades de comunicación social –publicidad– del gran capital monopolista y de reproducción social –propaganda– del Estado capitalista del periodo (Bolaño, 2000). Desde el punto de vista de las relaciones internacionales, es una obra del capitalismo estadounidense que se sobrepone al anterior sistema imperial británico, basado en una prensa escrita organizada bajo el molde de la vieja esfera pública burguesa del capitalismo competitivo y articulada por las grandes agencias de noticias (véase Kaul, 2006).

En lo referente a los países del tercer mundo, la cuestión clave de la posguerra con la división del mundo en dos bloques antagónicos será la del desarrollo. En el caso de América Latina –a diferencia de los países africanos y asiáticos, de colonización más reciente, que pasarían pronto por una ola de descolonización–, la experiencia de más de un siglo de independencia con patrones de organización social derivados –como en el caso de Brasil– de una mezcla cultural con amplia hegemonía del elemento europeo, ponía en cuestión el modelo imitativo. En el marco de la Guerra Fría, la opción socialista de tipo soviético –adoptada en Cuba– ponía en el orden del día, para la mayor parte de las élites locales y para la potencia hegemónica, la necesidad de nuevas estrategias de desarrollo dependiente.

La matriz teórica de los proyectos de comunicación para el desarrollo, de fondo difusionista, es la de la sociología académica estadounidense, fundadora de las ciencias de la comunicación, las cuales surgen bajo una nueva estructura hegemónica que pone en primer plano ya no más aquella tradición europea de pensamiento económico o sociológico, sino la nueva cultura

material y espiritual del capitalismo monopolista estadounidense. Por lo tanto, estas forman parte de un todo mucho más grande que solo puede ser entendido en los moldes holísticos de un Furtado (1984), por ejemplo, o de una economía política crítica cuyo objeto históricamente determinado no es otro que la cultura en su sentido más amplio.

En esos términos, la hegemonía estadounidense engloba tanto los elementos de orden tecnológico ligados al dinamismo del complejo industrial-militar, como aquella cultura material que determina patrones de producción y consumo, y modelos de comportamiento que garantizan la reproducción social en su conjunto. La industria cultural y los grandes sistemas de comunicación de masas forman parte de este conjunto; y su función es realizar la mediación entre los intereses sistémicos del capital y del Estado y el mundo de la vida de las más amplias capas de la población, al cumplir las funciones publicidad y propaganda al servicio, respectivamente, de la acumulación capitalista y de la legitimación del sistema (Bolaño, 2000).

Este modo de regulación particular, por usar la expresión de la Escuela de la Regulación Francesa o Neo-Marxista, no es inherente al capitalismo, sino que es una construcción histórica típica del capitalismo monopolista tal como ha sido estructurado bajo la hegemonía de EE.UU., que termina por extenderse por todo el mundo, con significativas peculiaridades locales, pero siempre garantizando la hegemonía global del *american way of life* y la articulación de los oligopolios y monopolios nacionales de la radiodifusión con el oligopolio global de Hollywood, de la industria de la música y del *showbiz* estadounidense.

En este panorama, las nuevas ciencias de la comunicación asumen la tarea de apoyar los proyectos de integración de la periferia, siguiendo la lógica difusionista que ve en el desarrollo de los medios de comunicación masivos la posibilidad de superar lo que se considera como retraso. La crítica a este paradigma funcionalista vendrá tanto de Europa, con la Escuela de Frankfurt, como de América Latina. Los jóvenes intelectuales que implantarán los estudios de comunicación en Latinoamérica, ciertamente influenciados por el paradigma hegemónico, pronto asumirán la postura crítica que les era sugerida por la tradición latinoamericana antes referida, la cual será desarrollada en su campo específico conquistando gran notorie-

dad internacional al debatirse la posibilidad de establecer un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), derivado de la idea de implantar un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI).

El paradigma teórico, tanto de la CEPAL como de lo que Marques de Melo (2000) insiste, muy correctamente, en definir como la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, es crítico, pero no necesariamente marxista. Pero el conjunto del estructuralismo latinoamericano será fuerte y crecientemente influenciado por la crítica marxista. Así, tanto las teorías de la dependencia como la producción de los economistas de la Universidad Estadual de Campinas (UNICAMP) y la crítica marxista de las teorías de la dependencia o del imperialismo cultural, forman parte de un amplio debate que se procesa en América Latina como parte legítima de la historia del pensamiento marxista, recuperando autores y tradiciones locales o universales.

En los años ochenta y noventa del siglo XX, este debate se verá interrumpido en gran medida por el avance de las perspectivas posmodernistas y neoliberales, beneficiarias de la crisis del pensamiento socialista que siguió a la caída de la Unión Soviética. Así, por ejemplo, una línea de pensamiento crítico latinoamericano tan importante como la de los estudios culturales, que incorpora contribuciones hasta entonces menospreciadas, como las de la antropología, para formular una crítica de corte marxista al determinismo de las teorías de la dependencia, acabará por abandonar el referencial de Marx en favor del paradigma de la posmodernidad, cuyo mayor representante, Fukuyama (1992), retoma, una vez más, doscientos años después, la vieja ideología liberal del final de la Historia, bajo una ropa hegeliana ingeniosa pero vacía, al servicio del *establishment* político estadounidense.⁵

5. Importantes y célebres autores latinoamericanos acabarán influenciados por esta ideología, no por la vía de Fukuyama, sino por la de la recepción estadounidense del posestructuralismo francés que esteriliza ampliamente la contribución crítica de un autor tan importante como Foucault. Pero esta regresión no ha sido privilegio de América Latina, donde los estudios culturales pudieron mantener un carácter bastante crítico, si se la compara con la regresión academicista sufrida por sus congéneres anglosajones, en oposición al marxismo comprometido y militante de sus padres fundadores.

Otros movimientos teóricos importantes son, en primer término, la expansión de las teorías de la dependencia en otras regiones del mundo –con el destacado trabajo de Samir Amin– y, en segundo, el avance de los estudios poscoloniales que surgen, como en el caso del trabajo fundador de Edward Said, en el campo del marxismo, pero que acabarán por realizar una *démarche* semejante a la de los estudios culturales en dirección al paradigma de la posmodernidad. Se trata, por cierto, de una evolución lamentable desde el punto de vista del pensamiento crítico, pero que a largo plazo abre una perspectiva de avance en la medida en que permite establecer un diálogo académico sur-sur sobre una base común construida históricamente en el interior de aquel pensamiento marxista que permanece, en ambos casos, como alternativa paradigmática presente en el trabajo de varios autores que procuran mantener el espíritu de sus padres fundadores. El papel de la economía política de la comunicación es fundamental en este sentido.

Economía política de la comunicación: retos para el futuro

Lo que se conoce hoy como economía política de la comunicación surge de forma independiente en diferentes partes y bajo diferentes influencias, como crítica marxista al pensamiento comunicacional, o sea, como paradigma crítico alternativo para el conjunto del campo académico de la comunicación. Es así en América del Norte, con Dallas Smythe, en los años cincuenta; es así en Inglaterra, con Nicholas Garnham y otros académicos, desde finales de los años setenta y, principalmente, en los años ochenta y noventa; es así también, en buena medida, en Francia, contemporánea de la escuela inglesa, influenciada por el pensamiento económico heterodoxo de William Baumol, pero que con Bernard Miège y sus colegas asume preocupaciones heredadas del marxismo alemán y del propio Raymond Williams, quien también influenció fuertemente a la escuela inglesa (Bolaño, 2009).

Ha sido así también en América Latina a partir de la década de 1980. Los primeros trabajos en el campo latinoamericano

(Arriaga, 1980; Bolaño, 1988, 2000;⁶ Portales, 1981; Muraro, 1974, 1987; entre otros) surgen de forma autónoma, directamente influenciados por el debate latinoamericano antes referido, como crítica marxista –o marxiana, como se decía en aquella época– a las teorías de la dependencia y del imperialismo cultural, ya sea en diálogo con autores como los de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, donde se incluyen figuras como Armand Mattelart, Herbert Schiller o Elizabeth Fox, o recuperando las críticas de izquierda a la CEPAL y a las teorías de la dependencia. El contacto con las contribuciones europeas, e incluso con las canadienses, se dará posteriormente, a partir de los años noventa, cuando las bases conceptuales del grupo latinoamericano ya se encontraban definidas.

Si la primera tarea de la economía política de la comunicación en todas sus variantes debe ser, como se desprende del final del ítem anterior, el apoyo a la reconstrucción del campo crítico de la comunicación en su totalidad, ofreciendo una alternativa paradigmática holística e interdisciplinaria vinculada al paradigma crítico más general del materialismo histórico, esto deberá ser hecho bajo tres líneas de acción:

1. Estableciendo, ante todo, un diálogo efectivo entre las diferentes escuelas de la economía política de la comunicación en el campo epistemológico, sustentado en la definición de categorías de análisis y jerarquías conceptuales; buscando ampliar al máximo el poder explicativo del conjunto y establecer los frentes de diálogo con otras corrientes y campos del pensamiento crítico. Esto no significa en absoluto crear cualquier consenso u ortodoxia, sino, por el contrario, establecer un campo de producción y debate permanentes, estimulando la creatividad y la múltiple fecundación teórica.
2. Reconociendo la particular relevancia de la contribución latinoamericana, teniendo en cuenta el amplio desconoci-

6. En la bibliografía, la referencia es a la edición publicada en 2000 de la tesis de doctorado presentada en 1993 al Instituto de Economía de la UNICAMP. El libro de 1988, por otra parte, deriva de la tesis de maestría presentada en 1986. La segunda edición revista y actualizada es la que está referida en la bibliografía.

miento que aún prevalece en otras áreas acerca de esta. Para que la economía política de la comunicación, en su totalidad, venga a cumplir un papel relevante en el campo crítico internacional es esencial romper todo eurocentrismo en su propio interior, lo que solo será posible con un efectivo compromiso de los colegas europeos y estadounidenses en la traducción, lectura y divulgación de los trabajos producidos en América Latina.

3. Tratando de preservar el carácter crítico, el realismo y el compromiso con la verdad, que caracteriza el pensamiento original de Marx, y su participación *engagé* en la lucha de los trabajadores contra la dominación y la explotación. Las tareas propuestas en el campo teórico y epistemológico –reconstrucción del pensamiento crítico y, en su interior, desarrollo del paradigma de la crítica de la economía política– no se dan en abstracto, sino que son exigencias de un momento histórico marcado por la reestructuración productiva y las consecuentes mudanzas en el factor subjetivo, y la crisis de hegemonía global.

Los dos primeros lineamientos forman parte de los principios que animaron la creación de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULE-PICC), con la idea de garantizar una mayor incidencia del pensamiento crítico en el campo de la comunicación. La tercera es más compleja y será mejor cumplida cuanto más efectivas sean las acciones en favor de las dos anteriores, pues exige la movilización de nuestra “imaginación sociológica” colectiva, lo que requiere de cada uno rigor académico y voluntad política. Lo fundamental, en este sentido, es saber utilizar los instrumentos de la crítica y de la razón que heredamos y buscamos desarrollar para entender las particularidades del momento presente, descubrir sus contradicciones y tendencias y formular diagnósticos, proposiciones de cambio y utopías realistas.

Bibliografía

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max ([1944] 2001): *Dialéctica de la ilustración*, Madrid: Trotta.

- Arriaga, Patricia (1980): *Publicidad, economía y comunicación masiva (México-Estados Unidos)*, México: CEESTEN/Nueva Imagen.
- Benjamin, Walter ([1936] 1973): “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Madrid: Taurus.
- Bolaño, César Ricardo Siqueira (1988): *Mercado Brasileiro de Televisão*, San Pablo: EDUC (2004, 2ª edición revista y ampliada).
- (1995): “Economía política, comunicación y globalización”, *Nueva Sociedad*, n° 147, Caracas.
- (2000): *Indústria Cultural, informação e capitalismo*, San Pablo: Hucitec.
- (2002): “Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo”, *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, n° 11, Río de Janeiro.
- (2009): “A centralidade da chamada Economia Política da Comunicação na construção do campo acadêmico da Comunicação: uma contribuição crítica”, en Bolaño, C. R. S. (org.): *Comunicação e crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas*, Aracaju: Editora de la Universidad Federal de Sergipe.
- Brittos, Valério Cruz y Bolaño, César Ricardo Siqueira (org.) (2005): *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*, San Pablo: Paulus.
- Fukuyama, Francis (1992): *The End of History and the Last Man*, Londres: Penguin Books.
- Furtado, Celso (1984): *Cultura e desenvolvimento em época de crise*, San Pablo: Paz e Terra.
- Habermas, Jürgen ([1962] 1984): *Mudança estrutural da esfera pública*, Río de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Kaul, Cahndrika (org.) (2006): *Media and the Empire*, Londres: Palgrave Macmillan.
- Lenin, Wladimir Illich ([1916] 1979): *Imperialismo. Fase superior do capitalismo*, San Pablo: Global.
- Marx, Karl ([1857] 1978): *Introdução a Para a Crítica da Economia Política*, San Pablo: Abril Cultural.
- ([1867] 1980): *O Capital. Crítica da economia política* (libro primero), San Pablo: Civilização Brasileira.
- Mayo, Ariel E. E. (2005): *La ideología del conocimiento. Introducción a los modelos epistemológicos de las ciencias sociales*, Buenos Aires: Jorge Baudino Ediciones.

- Melo, José Marques de (2000): "Escola latino-americana de comunicação: gênese, crescimento, perspectivas", en Melo, J. M. y Gobbi, C.: *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano*, São Bernardo do Campo: Editora de la Universidad Metodista de San Pablo (UMESP).
- Muraro, Heriberto (1974): *Neocapitalismo y comunicación de masas*, Buenos Aires: Eudeba.
- (1987): "Economía y comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas", en Muraro, H.: *Invasión cultural, economía y comunicación*, Buenos Aires: Legasa.
- Novais, Fernando A. (1979): *Portugal e Brasil na crise do antigo sistema colonial (1777-1808)*, San Pablo: Hucitec.
- Ortiz, Renato (1996): *Mundialização e cultura*, San Pablo: Brasiliense.
- Pérez Soto, Carlos (1998): *Sobre un concepto histórico de ciencia. De la epistemología actual a la dialéctica*, Santiago de Chile: LOM.
- Portales, Diego (1981): *Poder económico y libertad de expresión*, México: ILET.
- Rodríguez, Octavio (2009): *O estruturalismo latino-americano*, Río de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Williams, Raymond ([1974] 2000): *Tecnologia e forma culturale*, Roma: Editori Riuniti.