

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. Dénis 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.*

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 Crovi Druetta</i>	261

2. La economía política de la comunicación: una tradición viva¹

Vincent Mosco

La economía política es una tradición viva de la investigación en comunicación que responde a los cambios en las condiciones materiales y a las convulsiones de la vida intelectual. Este capítulo demuestra este hecho haciendo referencia a cinco tendencias actuales en la economía política de la comunicación. Estas tendencias son: la globalización de la investigación en economía política de la comunicación; un nuevo giro en el prolongado énfasis en la investigación histórica; un cambio hacia puntos de vista alternativos –especialmente el feminismo y el trabajo–; la transición desde el énfasis en los medios tradicionales hacia los nuevos medios; y la expansión del activismo político. No se trata estrictamente de nuevas tendencias, sino que más bien cada una de ellas se construye sobre tendencias existentes que, a menudo, han estado sumergidas bajo las corrientes dominantes en el campo (Mosco, 2009).

La globalización de la economía política

La economía política de la comunicación siempre ha tenido una importante dimensión internacional. Por ejemplo, dos figuras fundadoras, Dallas Smythe y Herbert Schiller, colaboraron con Armand Mattelart para ayudar al gobierno chileno de Sal-

1. Traducción del inglés: Joan Pedro Carañana (Universidad Complutense de Madrid).

vador Allende a construir un sistema de medios democrático. Además, la investigación fuera del núcleo de los países desarrollados surgió como respuesta a la observación del imperialismo mediático en Occidente. Sin embargo, en conjunto, la mayor parte de la investigación en economía política tenía tendencias nacionalistas y marcados énfasis regionales. Por ejemplo, la parte fundamental del libro principal de Smythe, *Dependency Road*, trata sobre la dependencia de Canadá respecto a los medios estadounidenses y se pregunta por qué el Estado-nación canadiense permitió que esta situación se prolongase durante tanto tiempo. El nacionalismo se convirtió en una alternativa al imperialismo mediático estadounidense. De manera similar, la resistencia a la dominación de los medios occidentales sobre el mundo en vías de desarrollo estuvo asociada con las llamadas de resistencia en la línea de los movimientos de liberación nacional que habían conseguido la independencia de muchos países después de la Segunda Guerra Mundial. Además de la tendencia a centrarse en la resistencia nacionalista a los medios globalizadores, la economía política desarrolló tendencias regionales específicas que dificultaban a los académicos poder trabajar juntos más allá de sus fronteras espaciales e intelectuales. Hoy, estas diferencias regionales han disminuido sustancialmente. Economistas políticos de distintas regiones están colaborando en proyectos comunes (Calabrese y Sparks, 2004; Murdock y Wasko, 2007) y ya no es inusual encontrar investigaciones en una región que retoman temas que anteriormente fueron prominentes en otra (Artz, Macek y Cloud, 2006; Mansell, 2004).

El ámbito académico estadounidense ha contribuido sustancialmente al marco teórico de la economía política, que en el pasado había constituido el núcleo principal de la investigación europea. Esto incluye investigaciones sobre la integración de las tecnologías digitales en la economía capitalista (Schiller, 2000), la relevancia de la teoría marxiana para el estudio de la comunicación (Artz, Macek y Cloud, 2006), y la aplicación de la teoría autonomista a los movimientos sociales que hacen uso de los nuevos medios (Dyer-Witheford, 1999). Es igualmente probable encontrar estudios concretos de problemas sobre los medios, que anteriormente habían estado en el centro de atención de la investigación estadounidense, como, por ejemplo, la comercialización de los medios y la decadencia de los medios

públicos, que han sido tratados de manera prominente por los académicos europeos (Mansell, 2002; Sparks, 2007). Finalmente, mientras que hay muchos investigadores de las sociedades en vías de desarrollo que aún están preocupados por asuntos relacionados con el imperialismo mediático –tal como muestra su participación en el movimiento sucesor del NOMIC, la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información–, hay también pruebas de que la investigación en el antiguo Tercer Mundo ha mostrado un fuerte interés por el crecimiento de la teoría de la economía política de la comunicación (Chakravartty y Zhao, 2008; Liu, 2006; Qiu, 2009; VV.AA., 2004).

El proceso de globalización de la investigación en economía política se está desarrollando con rapidez. En parte, es el resultado de la importante movilidad del profesorado, un desarrollo que se ha acelerado durante las últimas dos décadas. Por ejemplo, la economista política canadiense Robin Mansell estableció una sede para la economía política institucional en la London School of Economics. Yuezhi Zhao, una de las fundadoras de la economía política de los medios y sistema de telecomunicaciones de China, viajó de su país a EE.UU., y de ahí a Canadá, estableciendo importantes conexiones entre investigadores de los tres países.² Una de sus estudiantes, A.J.M. Shafiu Alam Bhuiyan, vino a Canadá desde Bangladesh y ha llevado a cabo un trabajo importante sobre la economía política desde una perspectiva poscolonial (2008). El economista político coreano Dal Yong Jin se incorporó a la Universidad de Illinois, Urbana, y trabajó con Dan Schiller para completar su tesis sobre la economía política de las telecomunicaciones en Corea del Sur. Desde entonces, se ha unido a Yuezhi Zhao y Robert Hackett en la Universidad Simon Fraser de Canadá, una universidad en

2. Fruto de su trabajo es la publicación de una serie de libros que constituyen una contribución importante a la economía política de la comunicación, disponible en la traducción china a través de Peking University Press. Esto fue el resultado de la colaboración entre ella misma, Jin Cao (Fudan University), Zhou Lijin (Peking University), Dan Schiller, y yo. También cabe destacar la producción de una colección de dos volúmenes con trabajos importantes de economía política de la comunicación junto a Jin Cao y distribuida en China (Cao y Zhao, 2007).

la que la perspectiva de la economía política tiene una fuerte tradición histórica.

Además de los movimientos formales e informales de los investigadores en distintas regiones, algunas universidades con una fuerte orientación hacia la economía política han establecido bases institucionales centradas en la investigación internacional. Por ejemplo, la Universidad de Westminster, donde Nicholas Garnham ayudó a fundar la perspectiva de la economía política, ha establecido, bajo el liderazgo del economista político Colin Sparks, un importante programa de investigación global que tiene como punto fuerte el estudio de los sistemas de comunicación en Oriente Medio y China. Su colega Daya Thussu, una profesora de la India, está desarrollando un programa para examinar los medios de su país. De manera similar, el economista político John Downing, establecido anteriormente en el Reino Unido, ha liderado el Global Media Research Center en la Universidad Southern Illinois.

En un plano más formal, las asociaciones académicas han apoyado activamente la investigación internacional. La Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS) se fundó en 1957 y, durante muchos años, fue la única sociedad académica global dedicada al apoyo de la investigación en economía política. La organización sigue promoviendo la investigación en economía política con una orientación internacional. Bajo el liderazgo de su recientemente nombrada presidenta Robin Mansell y a través del trabajo de los jefes de sección de economía política –incluyendo a Janet Wasko, Graham Murdock y Helena Sousa–, la AIECS proporciona un auténtico hogar a los economistas políticos de todo el mundo. La creación de los premios Herbert Schiller y Dallas Smythe para reconocer el trabajo de investigadores jóvenes ofrece reconocimiento e incentivos para continuar con la tradición de la economía política.

El crecimiento general de las revistas académicas ha ayudado al proceso de globalización, si bien algunos casos específicos han sido especialmente útiles para la economía política. Fundado en 2002 por el economista político Yahya Kamalipour, de la Universidad Purdue en EE.UU., *The Global Media Journal* ha publicado investigaciones críticas, especialmente económico-políticas. En 2009, se publicó en trece ediciones diferentes,

incluyendo la africana, norteamericana, arábiga, australiana, canadiense, china, iberoamericana, india, mediterránea, pakistaní, persa, polaca y turca. Además de contenidos de prácticamente todos los lugares del mundo, el abanico lingüístico asegura su carácter genuinamente global. Además, la Union for Democratic Communication, una organización con sede en EE.UU. tanto de investigadores como de profesionales críticos de los medios, ha establecido *The Democratic Communique*, una revista científica que apoya con fuerza la investigación en economía política.

Además de un mayor número de investigaciones, ¿este proceso de expansión global ha supuesto alguna diferencia respecto a lo que tienen que decir los economistas políticos? La diferencia principal es que la investigación actual trata sobre la profunda integración entre la economía política global y sus sistemas mediáticos. Hasta ahora, el centro de atención estaba en cómo un Estado-nación –EE.UU.– o un grupo de ellos –EE.UU. más la Unión Europea– y sus propias corporaciones empresariales dominaban a los Estados más débiles y sus nacientes economías en un proceso que ha producido poco más que dependencia y subdesarrollo. Hoy, el énfasis se pone en la integración de las empresas, los Estados y las clases a lo largo de las fronteras nacionales, regionales e incluso desarrollistas (Mosco y Schiller, 2001). Según Chakravartty y Zhao (2008), esto implica la creación de una “economía política transcultural”, que documentan en un libro con contribuciones provenientes en su mayor parte de investigadores no occidentales.

En el pasado, las corporaciones empresariales, incluyendo las de la industria de la comunicación, tenían su sede en un país y se movían por el mundo como una fuerza externa. Sin embargo, hoy en día están cada vez más integradas en el tejido de diversas sociedades, hasta el punto de que, a menudo, es difícil determinar su identidad nacional. Actuando como propietarios, socios, y en alianzas estratégicas junto a compañías del país anfitrión, han llevado a los economistas políticos a pasar de hablar del poder de las corporaciones multinacionales a tratar el auge de una economía transnacional. Muchas de estas compañías tienen su origen en Occidente, pero el crecimiento de otras economías, especialmente las de China e India, convierten en simplistas muchos de los modelos estándar de dominación

occidental. India, por ejemplo, que tradicionalmente ha sido representada, con bastante exactitud, como una víctima del imperialismo británico y luego del imperialismo occidental en general, ahora tiene sus propias firmas transnacionales que se han integrado en las economías occidentales. Conglomerados como Tata, Infosys, WiPro e ICICI tienen sedes en EE.UU. y emplean a cientos de miles de trabajadores, muchos de los cuales son despedidos porque, después de formar a sus propios sustitutos, sus trabajos son externalizados en la India. También forman a los estudiantes estadounidenses como becarios en prácticas y controlan sus propias empresas deslocalizadas por toda América Latina (Mosco y McKercher, 2008).

La investigación en economía política también ha documentado la reestructuración de las instancias públicas, incluyendo los Estados-nación, los bloques regionales y la organización del gobierno global. También ha descrito su integración en el sector comercial para producir híbridos que hacen difusa la distinción entre lo público y lo privado en todos los niveles de la actividad gubernamental. Una vez más, no se trata de demostrar cómo una gran corporación empresarial “captura” una agencia gubernamental consiguiendo que sus políticas y recursos ayuden a los grandes negocios. Más bien, estamos siendo testigos de la integración profunda entre ambas formas de poder en una transnacionalización de la autoridad política (Braman, 2007). Como resultado, las divisiones de clase social intranacionales, que en el pasado ocuparon la mayor parte de los análisis de economía política enfocados en la clase social, ahora son menos significativos que las divisiones de clase transnacionales que reestructuran las redes de poder alrededor de las naciones para conectar a nuevas personas ricas en China, India y Rusia con los ricos en EE.UU. y Europa. Sin duda, cualquier estudio de la élite mediática sería ahora incompleto o completamente inadecuado si no examinase a aquellos que ejercen el poder mediático en varias naciones. Es el caso, por ejemplo, de los ejecutivos chinos que poseen y gestionan Lenovo, que en el pasado fue la rama de ordenadores personales de IBM, un ícono del dominio estadounidense en el sector de la alta tecnología.

Gran parte de esta actividad tiene como objetivo el establecimiento de una nueva división internacional del trabajo con la industria de la comunicación a la cabeza. Mediante la creación

de mercados de trabajo globales y haciendo un uso amplio de las tecnologías de la comunicación para llevar a cabo procesos de reestructuración, el comercio transnacional gana la flexibilidad necesaria para utilizar mano de obra de forma más efectiva, menos costosa y, por tanto, más rentable. Los estudiosos de la cultura han dedicado mucho tiempo a trazar el mapa de la transnacionalización de la cultura (Lash y Lury, 2007; Tomlinson, 1999). Una gran parte de este trabajo ha enriquecido nuestro saber sobre la producción social de conocimiento alrededor del mundo.

Pero, los economistas políticos y algunos estudiosos de las problemáticas culturales han empezado a rellenar el enorme agujero en este tipo de investigación: la transnacionalización del trabajo que produce cultura, así como otros productos materiales e inmateriales de la sociedad contemporánea.

La integración global de las estructuras corporativas, gubernamentales y de clase social es un proceso en marcha. Un proceso lleno de riesgos, tensiones y contradicciones. También hay una oposición considerable, como muestra el aumento de los movimientos sociales que protestan contra este fenómeno en reuniones de organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio y otros órganos internacionales como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI). Los economistas políticos no solo han examinado estos desarrollos, sino que también se han tomado la praxis en serio y han participado a nivel político. Al hacerlo, reconocen la importancia de la tendencia hacia la transnacionalización de la economía política de la comunicación. También reconocen la necesidad de crear una democracia transnacional y una ciudadanía genuinamente cosmopolita.

Un enfoque de economía política para la historia de la comunicación

Desde mediados de los años noventa hasta el presente, la investigación ha continuado la tendencia de análisis histórico desde una perspectiva de economía política. Más significativamente, se ha apartado de las formas más tradicionales de análisis histórico en los estudios de comunicación. Específica-

mente, la investigación en economía política actual demuestra que los sistemas mediáticos de hoy son el resultado de una historia profundamente contestada, que involucra no solo a capitalistas en competencia y a sus aliados en el gobierno, sino también a sindicatos, grupos ciudadanos, cooperativas de consumidores, entusiastas religiosos y organizaciones por la justicia social de todo tipo. McChesney (1993) estableció con firmeza la importancia de este enfoque en su análisis de la batalla por el control de la radio en EE.UU. Ni el poder político, ni la influencia política privilegiada ejercida por un puñado de élites, evitaron que los movimientos sociales entendieran desde bien pronto que la radio era un elemento crucial para la democracia y utilizaran todo el poder del que disponían para tratar de democratizarla. Así centraron sus luchas en las emisoras que los sindicatos, las comunidades locales y las organizaciones de interés público de todo tipo podían controlar por sí mismos. También lucharon por el acceso ciudadano a las ondas para contrarrestar el control dominante de las empresas privadas en la radiodifusión. Y trabajaron para democratizar el proceso de establecimiento de políticas defendiendo el control ciudadano sobre las regulaciones que otorgaban y retiraban las licencias, que asignaban el espectro radioeléctrico y que establecían las leyes para el uso correcto del medio. Esencialmente, la lucha por la radio fue una lucha por la democracia. Más que el instrumento de un pequeño grupo de pioneros o un oráculo mágico y esotérico de las ondas, la radio fue un elemento central en las batallas políticas más significativas del siglo XX, enfrentando a los seguidores del New Deal contra las fuerzas conservadoras dominantes que generalmente llevaban la voz cantante en la política estadounidense (véase también Starr, 2005).

La radio fue un instrumento central de lo que Denning (1998) llama el “frente cultural”, un movimiento que se extendió desde finales de los años veinte hasta principio de los años cincuenta, suministrando la energía cultural necesaria para tratar de establecer alternativas a la estructura de poder tradicional estadounidense dirigida por grandes empresas. Además de los progresistas del New Deal, incluía a socialdemócratas, socialistas y algunos comunistas. Ganó fuerza durante la Gran Depresión y se marchitó en los años cincuenta, cuando las empresas organizaron un contraataque masivo, incluyendo

el movimiento reaccionario conocido como macartismo. Los investigadores de la comunicación que hoy escriben sobre historia desde la perspectiva de la economía política están contando la historia detallada del rol de los medios en el “frente cultural”. Algunos han seguido enriqueciendo la historia de la radio. Por ejemplo, Nathan Godfried (1997) examina la historia de una emisora de radio de Chicago establecida y gestionada por una federación de trabajadores que representaba a los sindicatos de la ciudad. Otorgar voz a los trabajadores en un mar de emisiones comerciales no era un trabajo fácil, especialmente desde que muchos sindicatos, cuyos miembros eran grandes aficionados a las emisoras comerciales, pelearon por definir un sentido alternativo para el movimiento de los trabajadores. En un contexto de una enorme presión comercial y empresarial, la WCFL (Chicago Federation of Labor) consiguió mantener su carácter único durante la década de 1940, suministrando tanto noticias como entretenimiento desde un punto de vista obrero. Elizabeth Fones-Wolf (2006) describe el papel de la radio en el esfuerzo por construir una izquierda democrática para el siglo XX en América. Fones-Wolf no solo narra la historia de varias alternativas a la radio comercial, sino que también describe las batallas en las que se enfrentaron los trabajadores y sus aliados contra las empresas en algunos de los debates centrales sobre políticas públicas de la época. Esto incluía decisiones sobre otorgar y renovar licencias de emisión, determinar los límites de propiedad sobre las emisoras, fijar reglas sobre el contenido aceptable y decidir con precisión cuáles deberían ser los requisitos para emitir puntos de vista distintos (véase también Fones-Wolf y Fones-Wolf, 2007).

La economía política también se ha referido a la trayectoria histórica de otros medios, especialmente del periodismo escrito. Por ejemplo, Tracy (2006) ha escrito sobre el papel crucial del Sindicato Internacional de Trabajadores Tipográficos en las batallas por controlar el proceso de producción y la introducción de nuevas tecnologías en la industria de la imprenta. Esto culminó en una huelga en 1964 que mantuvo cerrados los periódicos de la ciudad de Nueva York durante varios meses. A partir de entrevistas con el líder del movimiento obrero, Tracy documenta la poderosa voz que una vez tuvieron los trabajadores en la industria de los medios y evalúa sus fortalezas y sus

debilidades, como por ejemplo aferrarse a una visión estrecha de su profesión que finalmente contribuyó a enmudecer esa voz. Mi investigación con Catherine McKercher extiende esta visión narrando la historia de la lucha entre la perspectiva profesional y la perspectiva de clase entre los trabajadores de la comunicación a lo largo de la historia de los medios estadounidenses (véase también Mosco y McKercher, 2008).

Como han demostrado los economistas políticos que estudian la concentración de medios, una de las formas a través de las que el sector empresarial consiguió vencer a los que reclamaban una comunicación y una prensa más democrática en lugar de una solamente comercial fue la propiedad cruzada o la compra de muchos medios localizados en una única comunidad o región. Pero esto también fue recibido con una fuerte oposición por parte de organizaciones de ciudadanos y de trabajadores (Fones-Wolf y Fones-Wolf, 2007). La batalla por los medios controlados por Hearst en San Francisco proporciona un ejemplo claro de una compañía que se negó a tolerar la más mínima desviación respecto a los puntos de vista conservadores, tanto en la prensa escrita como en la radio y la televisión.

También se pueden encontrar importantes ejemplos recientes que documentan la historia de resistencia en las industrias de telecomunicaciones e informática. En contraste con las bibliografías tradicionales sobre los grandes inventos, tecnicistas y pro corporativas de la historia de AT&T, Venus Green (2001) examina la importante interacción entre raza, género y clase en la historia de la compañía. Dan Schiller (2007b) narra las luchas en el lugar de trabajo y en círculos políticos que desafiaron a los esfuerzos empresariales por controlar los sistemas postal y telefónico. Pellow y Park (2002) se acercan a Silicon Valley narrando la historia primero de la lucha de los indígenas, después de los agricultores y ahora de las mujeres inmigrantes que hacen el trabajo sucio de *hardware* y de otros jóvenes trabajadores de *software* más privilegiados pero frecuentemente explotados.

Este tipo de relatos no son solo propios de EE.UU. Economistas políticos al norte de la frontera estadounidense también han trabajado la historia de forma heterodoxa. En los países con medios nacionales públicos como la British Broadcasting Corporation (BBC) o la Canadian Broadcasting Corporation

(CBC), es un truísmo que estas instituciones proporcionan una defensa pública contra el comercialismo universal. No obstante, en su innovadora investigación sobre la historia de los medios de comunicación en Canadá, Patricia Mazepa (2003, 2007) demuestra que la historia es significativamente más compleja. También establece una distinción entre lo que pensamos sobre los medios públicos y lo que hacemos al respecto. A partir de fuentes de archivo, Mazepa muestra que la CBC no solamente se creó como defensa contra los medios comerciales provenientes de EE.UU., sino también para protegerse contra definiciones alternativas de lo “público” encarnadas en la producción mediática de las organizaciones de inmigrantes, socialistas y obreras en Canadá que el canal público generalmente ignoraba. En Canadá, los medios públicos acabaron siendo asociados a los colonos blancos, sobre todo ingleses, y a una élite en gran parte francesa situada principalmente en la provincia de Quebec. Por consiguiente, los medios comunitarios y regionales desarrollados por organizaciones al margen de los círculos dominantes no se consideraban adecuados para la CBC. Los medios inmigrantes, socialistas y obreros se enfrentaron tanto a los medios comerciales como a los estatales. Y el Estado a menudo mostraba mucha menos tolerancia y un afán considerable de usar sus poderes políticos para minar a los medios que emergían fuera de la órbita de la CBC y de los grandes medios privados. El trabajo de Mazepa no solo descubre la ignorada historia de producción mediática y resistencia desde abajo. También hace un llamamiento a los investigadores, especialmente a aquellos que participan de alguna manera en las políticas de comunicación, a cuestionar el significado de “público”. También amplía la definición para incorporar alternativas genuinamente democráticas y no solo aquellas que representan la visión del colono blanco de Canadá.

Escribiendo sobre la historia del periodismo en Canadá, McKercher (2002) traza los conflictos que estallaron por el control del proceso productivo, el uso de la tecnología y el carácter de las noticias. Estos no fueron meramente establecidos por los propietarios de la prensa, ni impuestos por las cambiantes tecnologías en el puesto de trabajo, sino que surgieron de huelgas y otras acciones sindicales. Estas acciones abrieron espacio para los trabajadores y para los que deseaban o necesitaban

una prensa más diversa. Muchas de estas acciones estuvieron lejos de tener éxito. No obstante, el trabajo histórico de la autora, como el de otros economistas políticos descritos en estas líneas, ofrece una alternativa genuina a las historias estándar y, al hacerlo, devuelve a los activistas sociales y a los trabajadores la *agencia* que es suya por derecho.

El punto de vista de la resistencia

La investigación histórica en la economía política de la comunicación ha empezado a enfatizar la resistencia, y no solamente la historia oficial de cómo los poderosos ejercen su dominio. El énfasis en la resistencia se está generalizando en la investigación sobre economía política contemporánea, experimentando un giro respecto al punto de vista central desde un enfoque centrado en el capital, en las corporaciones dominantes y las élites hacia otros enfoques alternativos inspirados en la investigación feminista y la del trabajo. Esto marca una ruptura respecto a una tendencia característica de la economía política desde sus inicios: el enfoque en la concentración de medios, en la erosión de la diversidad de contenidos y en el punto de vista de las clases sociales (Bagdikian, 1992; Green, 1973; Herman y Chomsky, 2002; Rice, 2008).

Investigaciones recientes en economía política de la comunicación reconocen la importancia de este trabajo, pero argumentan a favor de una ruptura. Uno de los modelos que reflejan este modo de pensar es la teoría del punto de vista feminista que sostiene que las ciencias sociales necesitan ser ejercidas y la sociedad necesita ser estudiada desde el punto de vista de la experiencia de las mujeres, más que de los hombres, como ha sido el caso de una gran parte de las ciencias sociales. Desarrollada por Hartsock (1999) a principios de los años ochenta, la teoría del punto de vista feminista floreció en los trabajos de Harding (2003), Haraway (2003) y otras autoras que sostienen que la subordinación de las mujeres proporciona una base única para la comprensión de una vasta gama de asuntos, desde las preguntas filosóficas de carácter general sobre epistemología y ontología hasta algunos asuntos prácticos como las técnicas más apropiadas para la investigación en ciencias sociales. Esta

perspectiva ha recibido acusaciones de relativismo desde dentro y fuera de la investigación feminista (Haraway, 2003). Su respuesta es que la teoría del punto de vista feminista ofrece una alternativa genuina a la ecuación de ciencia y universalismo con investigación por y sobre el hombre, y una alternativa al reduccionismo de la investigación feminista que únicamente documenta la explotación de las mujeres.

El punto de vista feminista ha empezado a influir sobre la investigación en economía política de la comunicación. Una de las aportaciones principales es la recopilación de Eileen Meehan y Ellen Riordan. Meehan ha contribuido ampliamente a la economía política, sobre todo extendiendo la obra de Dallas Smythe sobre la cuestión de cómo la audiencia se convierte en una mercancía comerciable. En 2002, Meehan y Riordan publicaron *Sex and Money*, que recopilaba trabajos de notables feministas y economistas políticos para tratar las relaciones entre estas perspectivas. Específicamente, describe cómo tanto el punto de vista económico-político como el feminista contribuyen a comprender el capitalismo a niveles distintos, como el personal, experiencial, institucional y estructural. Por ejemplo, el capítulo de Balka sobre el trabajo de las mujeres en la industria de las telecomunicaciones comienza con la experiencia vivida por unas mujeres cuando comprenden lo que ella llama “la invisibilidad de cada día”. Esto incluye cómo las mujeres experimentan la detallada medición y monitorización de su trabajo así como de sus intentos de obtener algún control sobre él. Su descripción de este proceso de adquisición del género está conectada con un análisis económico-político de la industria que, en la región del Canadá atlántico que estudió, está sufriendo un cambio intenso. Específicamente, el cambio de la regulación en interés del público hacia unos modelos más comerciales lleva a las compañías a eliminar puestos de trabajo y, mediante el empleo de tecnologías avanzadas, a imponer controles más estrictos sobre los trabajadores que lo mantienen. Esta impregnación de la economía política con la perspectiva de género ofrece una lectura enriquecedora de una experiencia que, de manera simplista, es descrita, demasiado a menudo, como la consecuencia inevitable del cambio tecnológico y de los imperativos globales.

En su libro *Feminist Interventions in International Communication*, de 2007, Sarikakis y Shade van un paso más allá para avan-

zar en el punto de vista feminista. Este volumen abarca temas de interés central para los economistas políticos, pero desde un punto de partida más explícitamente feminista. Como muchos análisis de economía política, el libro se refiere al poder, a la tecnología, al trabajo y a la política, pero desde el punto de vista del género. Por ejemplo, la globalización de las industrias de comunicación está estrechamente relacionada con el empleo de las mujeres en los medios y en las nuevas tecnologías. Al emplear un punto de vista feminista, nos permiten repensar el estudio de la comunicación internacional. Sí, asuntos tradicionales como el flujo de noticias entre países ricos y pobres, aún importan. Pero la comunicación internacional también tiene que ver con las políticas para el desarrollo de las mujeres, la producción mediática de pornografía, las representaciones mediáticas del VIH/sida y las campañas globales para poner fin a esta plaga. También tiene que ver con la situación de las mujeres en la nueva división internacional del trabajo, especialmente en los medios y la alta tecnología, y con qué hacen las mujeres respecto a la explotación en el lugar de trabajo. En resumen, Sarikakis y Shade muestran que la comunicación internacional no es ciega a las cuestiones de género; ni que tampoco es un campo que simplemente describe una serie de impactos sobre las mujeres. Más bien, las autoras y el resto de las contribuciones del libro muestran cómo las mujeres pueden dar forma a la comunicación internacional, especialmente desde la producción, el empleo y el recurso a las políticas públicas. El libro da un paso importante al considerar todos estos asuntos como asuntos de mujer.

Basándose en esta investigación, Micky Lee (2006, 2007) y McLaughlin y Johnson (2007), entre otros, arrojan mucha luz a la investigación del poder económico-político desde un punto de vista feminista. Su trabajo abarca desde los medios de comunicación hasta las telecomunicaciones, pasando por las tecnologías de la información, desde el consumo hasta la producción, y desde el hogar hasta la oficina (véanse también Huws, 2003; Mosco y McKercher, 2008: cap. 2). También hay trabajos interesantes desde la teoría del punto de vista feminista que abarcan la economía política y los estudios culturales al examinar cómo el comportamiento de la audiencia puede ser entendido como comportamientos de poder que defienden o resisten la ideología dominante.

Esta sección concluye considerando nuevos puntos de partida en la investigación en economía política desde el punto de vista del trabajo. En general, los estudios de comunicación han hecho un trabajo más concienzudo en investigar el contenido de los medios y las audiencias que en estudiar a los trabajadores de la comunicación. En años recientes, ha comenzado a emerger una perspectiva centrada en el trabajo. Mi trabajo con Catherine McKercher muestra las diferentes dimensiones de estas expansiones (McKercher y Mosco, 2006; McKercher y Mosco, 2007; Mosco y McKercher 2008). Para nosotros, si bien es importante comprender cómo el poder corporativo, las nuevas tecnologías y los gobiernos conservadores están cambiando el trabajo, es igualmente importante determinar qué están haciendo los trabajadores al respecto. Identificamos dos procesos importantes. El primero es la tendencia hacia la convergencia de los trabajadores, que ha conseguido reunir a sindicatos de áreas diferentes de las industrias de la comunicación en un gran sindicato que representa a los periodistas, presentadores, técnicos, trabajadores de compañías telefónicas, y a los empleados del mundo de la alta tecnología. Dos ejemplos importantes son el Communication Workers of America (CWA) y su homólogo canadiense, el Communication Energy and Paperworkers Union. El desarrollo de sindicatos integrados proporciona recursos para poder hacer frente al poder de las empresas transnacionales. La CWA demostró esto llevando a cabo una acción efectiva contra la CBC, cuando el organismo público efectuó un cierre patronal porque los trabajadores se habían negado a aceptar un horario a tiempo parcial y la contratación externa. Creyendo que un sindicato que había reunido a periodistas, artistas y actores bien pagados con técnicos peor pagados no permanecería unido, especialmente estando liderado por un sindicato de EE.UU., la CBC despidió a sus trabajadores anticipando un rápido declive en la solidaridad. Haciendo uso de sus recursos financieros y de sus redes internacionales, la CWA proporcionó el apoyo necesario para poder continuar con la lucha y los trabajadores no solo demostraron su solidaridad más allá de las líneas ocupacionales o de clase social, también fueron capaces de poner de su parte a las audiencias. Después de siete semanas, la dirección de la CBC se echó atrás. Otros casos no han sido tan exitosos, pero han

logrado progresar creando un Único Gran Movimiento Sindical, en este caso en la industria de la comunicación.

Una segunda estrategia de los trabajadores es la creación de asociaciones que emergen de los movimientos sociales, cuyo objetivo es enfrentarse a un problema importante. En su libro *Cyber-Marx*, Nick Dyer-Witford (1999) adopta el punto de vista de los movimientos sociales para tratar la oposición al capitalismo alrededor del mundo en la actualidad (véase también Hackett y Carroll, 2006). El autor está especialmente interesado en cómo los movimientos sociales usan los nuevos medios para contrarrestar la economía política transnacional. A este respecto, el incremento de lo que Marx llamaba el “intelecto general” resulta patente entre los movimientos sociales que entienden la información y la comunicación como elementos centrales para resistir y plantear alternativas al *statu quo*. McKercher y yo hemos prestado atención a este fenómeno entre los trabajadores que desarrollan nuevos movimientos y organizaciones en el mundo laboral de la información y del conocimiento. Prestamos una atención especial a los trabajadores situados en ambos lados de una de las brechas más importantes en la industria de la comunicación: los empleados técnicos, como los que producen *software* –por ejemplo, nuevos códigos para los sistemas informáticos–, y los trabajadores culturales, sobre todo los que producen contenido mediático. La Washington Alliance of Technology Workers (o WashTech) ha creado un movimiento de trabajadores informáticos que ha tenido cierto éxito en Microsoft y que ha estado a la vanguardia en la búsqueda de soluciones frente al problema de la externalización de los trabajos de alta tecnología en India y otros lugares (véanse también Brophy, 2006 y Rodino-Colocino, 2007). Además, están las organizaciones estadounidenses de escritores *freelance* que representan el nuevo “precariado”, es decir, personas que trabajan con un contrato a tiempo reducido para compañías de medios que pagan salarios bajos y apenas proporcionan beneficios. Finalmente, la organización UNITES representa el movimiento creciente de personas en el sector de las tecnologías de la información en India.

Organizaciones como estas están redefiniendo la naturaleza del movimiento de los trabajadores, están repensando el sindicalismo y están relacionando sus actividades con los asuntos más

generales de carácter político y social (véase también Kumar, 2007). Centrarse en la autoorganización de los trabajadores permite identificar una enorme gama de actividades y problemas que sencillamente no son tratados en la investigación tradicional que se concentra en cómo el capital explota a los trabajadores. Ambos son importantes, pero ya es hora de volver al equilibrio mediante la descripción de la *agencia* activa de los trabajadores de la comunicación.

La transición de los medios tradicionales a los nuevos medios

La economía política ha tendido a prestar una atención considerable a la descripción y el análisis del capitalismo, un sistema que, en resumidas cuentas, convierte a los recursos como los trabajadores, las materias primas, la tierra y la información en mercancías comerciables que producen un beneficio para aquellos que invierten capital en el sistema. Los economistas políticos de la comunicación han centrado su análisis en los medios, la información y las audiencias como recursos y han registrado las maneras en las que son empaquetados para convertirse en productos para la venta. Muchos de los autores que han dejado atrás el estudio de los medios tradicionales por los nuevos medios del capitalismo enfatizan las continuidades entre ambos. Para ellos, los nuevos medios profundizan y extienden tendencias que ya existían en formas anteriores del capitalismo abriendo nuevas posibilidades para convertir a los medios y a las audiencias en mercancías vendibles. Como resultado, la concentración de medios, la mercantilización, el dominio de los países ricos sobre la economía global, las divisiones entre ricos y pobres y el militarismo han persistido y crecido (McChesney, 2007; Murdock y Golding, 2000, 2004; Schiller, 2000, 2007a; Sparks, 2007; Wasko, 2003). Parafraseando el título de uno de los libros de Dan Schiller, los nuevos medios nos pueden llevar a hablar de “capitalismo digital”, pero aún se trata de capitalismo y no hay duda de qué término es el más importante de los dos.

En este marco se producen cambios sociales y tecnológicos, mientras las nuevas tecnologías expanden el mercado y se hace necesaria la gobernanza mundial; pero estos cambios también

crean problemas al capitalismo. Lo que un día fue un mercado esencialmente nacional de películas y audiencias, ahora es global, lo cual plantea serios retos de coordinación. En tales mercados, los antiguos sistemas nacionales de gobernanza y regulación han demostrado ser inadecuados. Hoy, los sistemas mundiales de gobernanza son necesarios, al menos para asegurar la coordinación de algo tan complejo como el sistema de direcciones de internet. Como resultado, tenemos una sopa de letras de organizaciones internacionales como el ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), que proporciona direcciones de internet. Sin embargo, tales soluciones crean nuevos problemas, puesto que EE.UU. intenta proteger sus intereses controlando el ICANN y otras muchas naciones protestan porque lo perciben como poco más que un intento de extender el poder estadounidense. No obstante, en medio de cambios, contradicciones, oposiciones y conflictos existe una consistencia en la tendencia central a profundizar y expandir el mercado del sistema capitalista.

Recientemente, los economistas políticos han empezado a señalar discontinuidades y desviaciones de estas tendencias. Hardt y Negri (2001, 2004), Lazzarato (1997) y Dyer-Witheford (1999) siguen siendo economistas políticos porque se preocupan por las relaciones de poder que de manera conjunta constituyen la producción, distribución e intercambio de recursos. Sin embargo, como resultado del auge de los nuevos medios, perciben esas relaciones de poder de manera diferente de como lo hacen aquellos que se centran en las continuidades de las relaciones capitalistas. Su perspectiva autonomista –llamada así porque parte de la base de la autonomía de la clase trabajadora– mantiene que el capitalismo funciona por la energía y actividad de los que trabajan en su seno. Desde esta perspectiva, el enfoque se debe poner sobre la autoactividad y la autoorganización de lo que Hardt y Negri llaman “la masa”, la vasta mayoría de personas que, desde otras perspectivas, son percibidos como explotados. Además, el crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación no solo sirve al capitalismo, también puede perturbar su funcionamiento. Hay tres maneras principales en las que esto se produce.

El capitalismo está basado en el mercado y en un sistema de propiedad privada. Ambos requieren controles legales que

impongan límites sobre lo que las personas pueden hacer. El *copyright*, las marcas registradas y las patentes constriñen el uso de la información y las ideas que poseen otras personas. Los mercados establecen el valor de los productos, incluyendo los productos informativos, hoy cada vez más importantes. Según los autonomistas, la disponibilidad generalizada de tecnologías de la información y la comunicación hace muy difícil para el capitalismo poder preservar el régimen legal de propiedad privada que históricamente ha limitado los flujos de información y comunicación. Hoy es más difícil que nunca averiguar lo que el capitalismo hace cuando las tecnologías desafían las ideas tradicionales de producción y consumo, de valor de uso y de valor de cambio. La facilidad para descargar gratuitamente música y video, de compartir ficheros de datos, audio y video y de copiar material de todo tipo, desafía a la habilidad del capitalismo para mantener y custodiar sus regímenes de propiedad y de mercado. Al igual que las tierras comunes que en el pasado estaban disponibles antes de que el capitalismo las convirtiese en propiedad privada, el ciberespacio también fue una vez un espacio más abierto. Pero para poder hacer dinero también necesita convertirse en una propiedad, en este caso la propiedad intelectual de Microsoft, Google, Disney y otros gigantes comerciales (Terranova, 2004). Pero al contrario que las tierras comunes del pasado, el ciberespacio es difícil de cercar porque se trata fundamentalmente de un recurso inmaterial.

Para los autonomistas, el capitalismo se enfrenta a un segundo desafío. Aunque las tecnologías de la información y la comunicación le proporcionan las herramientas adecuadas para dirigir y controlar un gran número de personas en cualquier lugar del globo, estas herramientas también están disponibles para las masas a un precio relativamente bajo. Para los autonomistas, la tecnología no solo desafía las reglas del mercado y de propiedad, también permite perturbar el sistema justo en un tiempo en el que el capitalismo requiere una coordinación global cuidadosa. Por ejemplo, las redes sociales electrónicas permiten a los movimientos sociales movilizar y coordinar sus actividades como nunca lo han hecho antes. El vasto crecimiento en el número de personas con la habilidad de producir *software* dañino, que pueden hackear y crackear programas aparentemente seguros, crea problemas críticos a la

seguridad privada, a los mercados y a la capacidad general del capitalismo para mantener la autoridad.

Finalmente, los autonomistas concluyen que el trabajo inmaterial que el capitalismo requiere para desarrollar más y más su trabajo presenta serios problemas para el mantenimiento del control y la disciplina. El capitalismo necesita una mano de obra altamente educada, pero esta fuerza de trabajo es menos propensa que sus predecesores de cuello azul a ceder el control del pensamiento y de las ideas a la dirección. Ya estén empleados en el desarrollo de *software* o trabajen en un centro de llamadas, los trabajadores del conocimiento parecen menos propensos a someterse a controles de tiempo y movimiento rígidos. Y los intentos de relajar las normas e introducir una atmósfera de trabajo más lúdica conducen a un mayor cuestionamiento de la necesidad de tener reglas, incluyendo las que determinan quién se beneficia del trabajo. ¿Cómo gestionar a una fuerza de trabajo “sin collar” (Ross, 2004, 2009)?

Además de señalar las discontinuidades, la economía política contemporánea se ha mantenido escéptica respecto al entusiasmo que inevitablemente acompaña a los nuevos medios. Esto ha tenido una importancia especial en los trabajos históricos que demuestran que lo que a menudo se considera innovador y revolucionario de los nuevos medios tiene su parangón en todas las tecnologías de la comunicación anteriores cuando aún eran nuevas. Por ejemplo, Winseck y Pike (2007) muestran que la convergencia es tan vieja como el telégrafo y que las promesas y los desafíos que asociamos con internet fueron anticipados por esta tecnología de mediados del siglo XIX.

Las relaciones sociales del capitalismo no son las únicas que mantienen su continuidad. Tampoco hay nada nuevo respecto a las hipérboles y las mitologías que acompañan a los medios de hoy. Martin (1991) ha descrito las promesas asociadas con el teléfono de una manera muy similar. Mientras que se esperaba que el telégrafo trajera la paz mundial, esta autora documenta la expectación que se puso sobre el teléfono para poner fin a la explotación de las mujeres, debido a que les permitiría llevar el hogar y participar plenamente en la sociedad al mismo tiempo. Investigaciones similares han examinado internet. El trabajo *L'internet imaginaire* (2007), de Flichy, entiende internet como algo más que una simple herramienta o fuerza social. También

encarna un mito que consiste en una narración que contiene tanto visiones utópicas de realidades alternativas como discursos ideológicos sobre cómo deberíamos conducir nuestras vidas y organizar la sociedad en un periodo marcado por la proliferación de redes informáticas y de comunicación.

Este trabajo también es importante porque refleja un interés creciente entre los economistas políticos por mostrar la continuidad entre los medios tradicionales y los nuevos medios a partir del estudio de la cultura. Basándose en el trabajo de Martin y otros, mi libro *The Digital Sublime* muestra que las mismas promesas sobre internet se hicieron cuando las tecnologías tradicionales como el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión eran nuevos medios (Mosco, 2004). Para los creyentes, internet cumplirá todas estas promesas y más, incluyendo, según el trabajo del profesor del MIT Raymond Kurzweil, el fin de la muerte tal cual la conocemos. En última instancia, las tecnologías digitales permiten imaginar el fin de la historia, el fin de la geografía, el fin de la política. Desde mi punto de vista, los autores que defienden estas tesis están haciendo algo prominente a lo largo de la historia de los “nuevos” medios. Se refieren a la tecnología como una gran oportunidad para alcanzar lo sublime o la experiencia de trascender las constricciones de la vida diaria –incluyendo las relaciones sociales, de tiempo y de espacio– para llegar a la utopía más allá del lenguaje. Lo que una vez fue propio del territorio del arte y la literatura –una pintura o un cuadro– y de la naturaleza –por ejemplo, el imponente Gran Cañón–, hoy se puede alcanzar mediante la tecnología y, cada vez más, mediante la tecnología de la comunicación.

Mostrar la continuidad y su relación con la cultura es importante. Pero también es importante volver a la economía política y documentar de qué manera todo esto es relevante para el estudio del poder. En primer lugar, los autores que han hecho importantes contribuciones al estudio de lo sublime no han prestado suficiente atención a las conexiones entre la construcción de lo sublime y el *marketing*, ya sea en la venta del último ordenador, videojuego o candidato político. Las visiones sobre la transcendencia conllevan una gran publicidad. En segundo lugar, relacionar a los nuevos medios con el fin de la historia, de la geografía o de la política promueve la sensación de inevitabilidad y permanencia de la actual economía política.

El mensaje es sencillo y poderoso: no tiene sentido luchar por el control del capital transnacional si no hay posibilidades de crear una alternativa. Finalmente, lo sublime puede enmascarar, a menudo, el banal mundo de la política cotidiana. El World Trade Centre de Nueva York encarnaba el nuevo mundo sublime del capitalismo informacional que trascendía las viejas relaciones políticas fundadas en la era industrial, hasta el cataclismo del 11-S, cuando la historia retornó para vengarse. El atractivo seductor de lo sublime puede cegar a los que lo persiguen, impidiéndoles ver la política banal y terrible que se esconde a la vuelta de la esquina.

La economía política de la comunicación también ha ajustado recientemente su enfoque para tratar asuntos que hoy son particularmente importantes. Entre ellos, se encuentran el *copyright* y la propiedad intelectual, la vigilancia y la tendencia hacia lo que algunos llaman la “economía en red”.

Desde la época de Charles Dickens, quien protestó por no recibir de EE.UU. el pago por derechos de autor de sus novelas en el siglo XIX, el *copyright* ha sido un tema central en los debates sobre los medios. Para los investigadores de los medios, incluyendo a los economistas políticos, el debate ha cobrado importancia porque los nuevos medios facilitan la copia y el intercambio de obras con *copyright*. Bettig (1996; véase también Bettig y Hall, 2003) ha escrito acerca de cómo las empresas usan el *copyright* para intensificar su control y Schiller (2007a) y Zhao (2008) han estudiado el desafío a la propiedad intelectual surgido en China y otros países en vías de desarrollo. Quién controlará la propiedad intelectual es una de las cuestiones centrales a las que se enfrenta la economía política hoy en día.

La amenaza de la vigilancia electrónica también es un problema vital. Como Lyon (2003) y otros han demostrado, los nuevos medios permiten a los gobiernos y a las empresas poder monitorizar distintas actividades a una escala sin precedentes. La llamada guerra contra el terror ha acelerado la difusión de la vigilancia y ha legitimado actividades que, en el pasado, se consideraban violaciones inaceptables de la privacidad personal. Los economistas políticos han investigado las dimensiones del problema y también han empezado a documentar lo que puede hacerse al respecto (Kiss y Mosco, 2005).

Finalmente, tal y como muestra el trabajo de los autonomistas, los nuevos medios cuestionan las categorías económicas tradicionales y la capacidad de las economías capitalistas de controlarlas. Pero los economistas políticos fuera de la órbita autonomista también se están preguntando sobre el desafío de los nuevos medios para la comprensión de la economía. Específicamente, ¿deberíamos empezar a pensar sobre la emergencia de una economía en red y de la necesidad de elaborar una ciencia de la economía en red para investigarla? En particular, el valor de un producto o servicio aumenta cuando otros compran el mismo bien o servicio, especialmente cuando la adquisición conecta a distintas personas en una red (Mansell, 2004; Melody, 2007). Los nuevos medios se basan en redes de usuarios de teléfonos móviles, usuarios de internet, participantes en redes sociales, etc. Se argumenta que la economía tradicional menosprecia la incorporación de personas a la red porque no tiene en consideración la expansión geométrica en el número potencial de transacciones que provoca cada incorporación. La pregunta para los economistas políticos es: ¿qué efecto tiene esto sobre su concepción de poder? En otras palabras, ¿es la economía en red también economía política?

Activismo mediático

La praxis, o la unidad de investigación y acción, es una característica fundamental del enfoque de la economía política. Además de profesores e investigadores, la mayoría de los economistas políticos de la comunicación han sido activistas involucrados en movimientos por la democracia mediática, en la comunicación para el desarrollo, en medios independientes y por el acceso universal, así como en movimientos sindicales, feministas y antirracistas. La Union for Democratic Communication, creada a principios de los años ochenta, continúa congregando a activistas-investigadores y profesionales de los medios. La Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS) proporciona el foro global de los economistas políticos, incluyendo aquellos que participan activamente en trabajos de políticas públicas como su recientemente nombrada presidenta Robin Mansell. En el pasado, economistas políti-

cos como Herbert Schiller y Armand Mattelart trabajaron para hacer de la Unesco el núcleo central para la construcción del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Hoy, los investigadores políticamente activos se concentran en la democratización de internet a través del proyecto internacional conocido como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

Además de estos progresos, uno de los avances más significativos en la actividad política fue la creación en 2002 de Free Press por el economista político Robert W. McChesney (2007). Esta organización ha sido central en el renacido movimiento por la reforma de los medios en EE.UU. que ha reunido a diversos colectivos de interés público como la Consumers Union, el Center for Digital Democracy, el Media Access Project y la Consumer Federation of America. Estos se han unido con organizaciones de medios independientes como Democracy Now!, un noticiario independiente, nacional y diario presentado por los periodistas Amy Goodman y Juan González. Free Press ha atraído mucha atención, incluyendo el apoyo de personas de renombre como Bill Moyers, Jane Fonda y el reverendo Jesse Jackson. Patrocina una conferencia anual sobre la reforma de los medios que congrega literalmente a miles de personas, incluyendo investigadores, activistas de los medios, políticos y sindicalistas. En el pasado, estas reuniones podían congregarse como mucho a cientos de personas, lo que sugiere que estamos asistiendo a un auge popular en torno al asunto de la reforma de los medios.

El despegue del movimiento por la reforma de los medios puede atribuirse a la visión generalizada de que la eliminación de las reglas que restringen la propiedad de los medios –que fomentan cierta diversidad de contenidos y que limitan los precios que las grandes firmas de cable, satélite y otros medios pueden cobrar a los consumidores– ha amenazado lo que queda de democracia y calidad en el sistema mediático, y de acceso universal a los servicios esenciales. La pérdida de casi 200.000 puestos de trabajo en la industria de medios estadounidense de un total de 1,1 millones durante los últimos cinco años demuestra, para muchos analistas, que la concentración de medios es un proyecto de recortes de gastos en mano de obra que está erosionando la calidad del periodismo y lo que queda de su independencia. Para contrarrestar estas tendencias, Free Press moviliza activistas,

presiona a políticos y hace uso de los medios de comunicación –incluido el show de Bill Moyers en la televisión pública– para influir a favor de otras alternativas. Algunas de sus propuestas consisten en acabar con la concentración de los medios tradicionales y de los nuevos medios en manos de unas pocas firmas de gigantes transnacionales, el apoyo a la diversidad de contenidos y a los debates vigorosos, y la creación de políticas sociales que garanticen el acceso universal a los servicios básicos de telecomunicaciones e internet (Hindman, 2009).

La lucha por preservar la “neutralidad de la red” tiene una importancia especial. A medida que aumenta la presión sobre las grandes compañías de medios para aumentar el beneficio, estas se sienten tentadas a reestructurar sus redes para aumentar los ingresos. Específicamente, están creando un sistema de “carriles” rápidos y “carriles” lentos en la autopista de la información, reservando los primeros para los proveedores de contenido que paguen más, como, por ejemplo, ciertos anunciantes o para aquellos relacionados con el proveedor del servicio de conexión, como, por ejemplo, sus propias empresas subsidiarias. El tráfico sería más lento para aquellos que pagan menos y para los competidores. Una consecuencia importante es que los sitios web de las organizaciones fuera del circuito dominante, incluyendo sitios de medios alternativos que no tienen los fondos necesarios para pagar el recargo por el carril rápido, solamente estarán disponibles con una peor calidad. Para responder a esta amenaza, el movimiento por la reforma de los medios ha luchado por promover una legislación y regulación que preserve lo que ha sido hasta ahora la práctica habitual, con algunas excepciones, de tratar todos los contenidos de la misma manera. Sea cual sea el resultado de estas luchas, resulta evidente que los economistas políticos han hecho una importante contribución al renacimiento generalizado del activismo en torno a asuntos de comunicación de primera importancia.

Bibliografía

Artz, Lee; Macek, Steve y Cloud, Dana L. (eds.) (2006): *Marxism and Communication Studies: The point is to change it*, Nueva York: Peter Lang.

- tkinson, Joshua (2005): "Conceptualizing global justice audiences of alternative media. The need for power and ideology in performance paradigms of audience research", *The Communication Review*, vol. 8, n° 2.
- Bagdikian, Ben H. (1992): *The Media Monopoly* [4ª ed.], Boston: Beacon Press.
- Bettig, Ronald V. (1996): *Copyrighting Culture: The political economy of intellectual property*, Boulder, CO: Westview Press.
- Bettig, Ronald V. y Hall, Jeanne Lynn (2003): *Big Money, Big Media: Cultural texts and political economics*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Bhuiyan, A.J.M. (2008): "Peripheral view: Conceptualizing the information society as a postcolonial subject", *The International Communication Gazette*, vol. 70, n° 2.
- Braman, Sandra (2007): *Change of State*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Brophy, Enda (2006): "System error: Labour precarity and collective organizing at Microsoft", *Canadian Journal of Communication*, vol. 31, n° 3.
- Calabrese, Andrew y Sparks, Colin (eds.) (2004): *Towards a Political Economy of Culture: Capitalism and communication in the twenty-first century*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Cao, Jin y Zhao, Yuezhi (eds.) (2007): *The Political Economy of Communication: A reader*, Shanghai: Fudan University Press.
- Chakravartty, Paula y Zhao, Yuezhi (eds.) (2008): *Global Communication: Toward a transcultural political economy*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Denning, Michael (1998): *The Cultural Front*, Londres: Verso.
- Dyer-Witheford, Nick (1999): *Cyber-Marx: Cycles and circuits of struggle in high technology capitalism*, Urbana y Chicago: University of Illinois Press.
- Flichy, Patrice (2007): *The Internet Imaginaire* (traducción: L. Carey-Libbrecht), Cambridge, MA: MIT Press.
- Fones-Wolf, Colin T. y Fones-Wolf, Elizabeth A. (2007): "Labor off the air: The Hearst corporation, cross ownership and the union struggle for media access in San Francisco", en McKercher, C. y Mosco, V. (eds.): *Knowledge Workers in the Information Society*, Lanham, MD: Lexington Books.
- Fones-Wolf, Elizabeth (2006): *Waves of Opposition: Labor and the struggle for democratic radio*, Chicago y Urbana: University of Illinois Press.
- Godfried, Nathan (1997): *WCFL, Chicago's Voice of Labor, 1926-78*, Chicago y Urbana: University of Illinois Press.
- Green, Mark J. (ed.) (1973): *The Monopoly Makers*, Nueva York: Penguin.
- Green, Vénus (2001): *Race on the Line: Gender, Labor, and Technology and in the Bell System*, Durham: Duke University Press.
- Hackett, Robert A. y Carroll, William K. (2006): *Remaking Media: The struggle to democratize public communication*, Nueva York y Londres: Routledge.
- Haraway, Donna (2003): *The Haraway Reader*, Londres: Routledge.
- Harding, Sandra (2003): *The Feminist Standpoint Theory Reader*, Londres: Routledge.
- Hardt, Michael y Negri, Antonio (2000): *Empire*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- (2004): *Multitude: War and democracy in the age of Empire*, Nueva York: Penguin.
- Hartsock, Nancy (1999): *The Feminist Standpoint Revisited*, Nueva York: Basic Books.
- Herman, Edward S. y Chomsky, Noam (2002): *Manufacturing Consent: The political economy of the mass media*, Nueva York: Pantheon.
- Hindman, Matthew (2009): *The Myth of Digital Democracy*, Princeton: Princeton University Press.
- Huws, Ursula (2003): *The Making of a Cybertariat: Virtual work in a real world*, Nueva York: Monthly Review Press.
- Kiss, Simon y Mosco, Vincent (2005): "Negotiating electronic surveillance in the workplace: A study of collective agreements in Canada", *Canadian Journal of Communication*, vol. 30, n° 4.
- Kumar, Deepa (2007): *Outside the Box: Corporate media, globalization and the UPS strike*, Chicago y Urbana: University of Illinois Press.
- Lash, Scott y Lury, Celia (2007): *The Global Culture Industry*, Londres: Polity.
- Lazzarato, Maurizio (1997): *Lavoro immateriale: Forme di Vita e produzione di soggettività*, Verona: Ombre Corte.

- Lee, Micky (2006): "What's missing in feminist research in new information and information technologies", *Feminist Media Studies*, vol. 6, n° 2.
- (2007): "On the relationship between international telecommunications development and global women's poverty", *The International Communications Gazette*, vol. 69, n° 2.
- Liu, Chang-de (2006): "De-skilling Effects on Journalists: ICTs and the labour process of Taiwanese newspaper reporters", *Canadian Journal of Communication*, vol. 31, n° 3.
- Lyon, David (2003): *Surveillance after September 11*, Londres: Polity.
- Mansell, Robin (2002): "From digital divides to digital entitlements in knowledge societies", *Current Sociology*, vol. 5, n° 3.
- (2004): "Political economy, power, and new media", *New Media and Society*, vol. 6, n° 1.
- Martin, Michèle (1991): *'Hello, central?': Gender, technology, and culture in the formation of telephone systems*, Montreal y Kingston: McGill-Queen's University Press.
- Mazepa, Patricia (2003): *Battles on the cultural front: The (de)labouring of culture in Canada, 1914-1944*. Tesis Doctoral, Carleton University, Ottawa.
- (2007): "Democracy of, in and through communication: struggles around public service in Canada in the first half of the twentieth century", *Info*, vol. 9, n° 2-3.
- McChesney, Robert W. (1993): *Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The battle for the control of US broadcasting, 1928-1935*, York: Oxford University Press.
- (2007): *Communication Revolution*, Nueva York: The Free Press.
- McKercher, Catherine (2002): *Newsworkers Unite: Labor, convergence and North American newspapers*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- McKercher, Catherine y Mosco, Vincent (eds.) (2006): "The Labouring of Communication", *Canadian Journal of Communication*, vol. 31, n° 3.
- (2007): *Knowledge Workers in the Information Society*, Lanham, MD: Lexington Books.
- McLaughlin, Lisa y Johnson, Helen (2007): "Women and knowledge work in the Asia Pacific: Complicating technological empowerment", en McKercher, C. y Mosco, V. (eds.): *Knowledge Workers in the Information Society*, Lanham, MD: Lexington Books.
- Meehan, Eileen y Riordan, Ellen (eds.) (2002): *Sex and Money: Feminism and political economy in the media*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Melody, William (2007): "Cultivating knowledge for knowledge societies at the intersections of economic and cultural analysis", *International Journal of Communication*, n° 1.
- Mosco, Vincent (2004): *The Digital Sublime*, Cambridge, MA: MIT Press.
- (2009): *The Political Economy of Communication* [2ª ed.], Londres: Sage.
- Mosco, Vincent y McKercher, Catherine (2008): *The Laboring of Communication: Will knowledge workers of the world unite?*, Lanham, MD: Lexington Books.
- Mosco, Vincent y Schiller, Dan (eds.) (2001): *Continental Order? Integrating North America for cybercapitalism*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Murdock, Graham y Golding, Peter (2000): "Culture, communications and political economy", en Curran, J. y Gurevitch, M. (eds.): *Mass Media and Society* [3ª ed.], Londres: Arnold.
- (2004): "Dismantling the digital divide: Rethinking the dynamics of participation and exclusion", en Calabrese, A. y Sparks, C. (eds.): *Towards a Political Economy of Culture: Capitalism and communication in the twenty-first century*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Murdock, Graham y Wasko, Janet (eds.) (2007): *Media in the Age of Marketization*, Creskill, NJ: Hampton Press.
- Pellow, David N. y Park, Lisa Sun-Hee (2002): *The Silicon Valley of Dreams*, Nueva York: New York University Press.
- Qiu, Jack L. (2009): *Working Class Network Society: communication technology and the information have-less in urban China*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Rice, Ronald E. (ed.) (2008): *Media Ownership*, Creskill, NJ: Hampton Press.
- Rodino-Colocino, Michelle (2007): "High-tech workers of the world, unionize! A case study of WashTech's 'new model of unionism'", en McKercher, C. y Mosco, V. (eds.): *Knowledge Workers in the Information Society*, Lanham, MD: Lexington Books.

- Ross, Andrew (2004): *No Collar*, Filadelfia, PA: Temple University Press.
- (2009): *Nice Work if You Can Get It*, Nueva York: New York University Press.
- Sarikakis, Katherine y Shade, Leslie Regan (eds.) (2007): *Feminist Interventions in International Communication: Minding the gap*, Lanham, MD, Rowman and Littlefield.
- Schiller, Dan (2000): *Digital Capitalism*, Cambridge, MA, MIT Press.
- (2007a): *How to Think about Information*, Urbana y Chicago, University of Illinois Press.
- (2007b): “The hidden history of US public service telecommunications, 1919-1956”, *Info*, vol. 9, n° 2-3.
- Sparks, Colin (2007): *Globalization, Development, and the Mass Media*, Londres: Sage.
- Standage, Tom (1998): *The Victorian Internet*, Nueva York: Walker and Company.
- Starr, Paul (2005): *The Creation of the Media*, Nueva York: Basic Books.
- Terranova, Tiziana (2004): *Network culture: Politics for the information age*, Londres: Pluto.
- Tomlinson, John (1999): *Globalization and Culture*, Londres: Polity.
- Tracy, James F. (2006): “‘Labor’s monkey wrench’: Newsweekly coverage of the 1962–63 New York newspaper strike”, *Canadian Journal of Communication*, vol. 31, n° 3.
- VV.AA. (2004): “ICTs, ‘Virtual Colonisation’ & Political Economy”, *Review of African Political Economy*, vol. 31, n° 99.
- Wasko, Janet (2003): *How Hollywood Works*, Londres: Sage.
- Winseck, Dwayne y Pike, Robert (2007): *Communication and Empire: Media power and globalization, 1860-1930*, Durham, NC: Duke University Press.
- Zhao, Yuezhi (2008): *Communication in China: Political economy, power, and conflict*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield.