

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN: HACIA UN PARADIGMA ALTERNATIVO DE INVESTIGACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Eje temático: Investigación de Medios, Mercados y Audiencias
Título de la ponencia: **“Economía Política de la Comunicación: hacia un paradigma alternativo de investigación de las Industrias Culturales”**
Expositor: **Lic. Leonardo Sosa** Correo: leosos@hotmail.com
Cargo y Universidad de procedencia: Editor de Perspectivas Regionales-ISSN 1667-8311
Revista Electrónica de Comunicación, Cultura y Sociedad <http://imagine.com.ar/perspectivas>
Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades,
Universidad Nacional de Salta, UNSa.
Docente del Departamento Académico San Salvador, Jujuy, Universidad Católica de Santiago del Estero, UCSE.

Resumen: La presente ponencia consiste en una aproximación teórico-metodológica de la Economía Política de la Comunicación en debate con los Estudios Culturales, que en tiempos de globalización, moviliza la discusión y producción académica en el campo comunicacional a partir de los procesos de expansión del capital a las esferas de la producción cultural y simbólica de las “Industrias Culturales” entendidas éstas no solo como dispositivos ideológicos sino como entidades económicas maximizadoras de ganancia.

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN: HACIA UN PARADIGMA ALTERNATIVO DE INVESTIGACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

El malestar en la teoría y la disputa en el campo comunicacional

En un mundo de transformaciones que ha devenido de la llamada “Globalización”, los paradigmas comunicacionales y las teorías críticas de la sociedad se encuentran en una instancia de revisionismos y reformulaciones ante el avasallante impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIyC) incorporadas a los procesos tradicionales de producción material y simbólica de las sociedades postindustriales.

La adopción de una cierta “racionalidad tecnológica” por parte de un sector del pensamiento científico que intentan dar cuenta de las actuales transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales originadas por las NTIyC, las mismas se explican como parte funcional de una nueva fase de re-estructuración del capitalismo a nivel mundial.

No obstante, y tal como afirma Herbert Schiller, la investigación de la comunicación es actualmente un campo de conmovión producto de las transformaciones que están originando las actuales tecnologías de la comunicación y la integración de la información a los procesos de producción mundial.

En tal sentido, la vitalidad del sistema capitalista - luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial - se manifiesta en lo que muchos teóricos han definido como la “Revolución de la Información”. De hecho, lo que sucede es que el capitalismo en su búsqueda interminable de la acumulación, está experimentando una transformación estructural en la cual ha incorporado la información como uno de sus componentes fundamentales, haciendo del proceso de comunicación un elemento crítico en todo el sistema de producción.

Por lo tanto, el campo de la comunicación atraviesa por una etapa de incertidumbres e inseguridades para dar cuenta de la comprensión de las relaciones comunicación / sociedad en el actual contexto de reestructuración del modelo capitalista.

Este cierto malestar existente en las teorías de la comunicación se traduce en la necesidad de incorporar dimensiones de análisis de carácter económicas al estudio del complejo-industrial de los medios de comunicación masiva y las NTIyC, para poder explicar y comprender de manera totalizadora –en el sentido de proponer una Teoría General de la Comunicación- el rol de los medios de comunicación de masas en el actual contexto de globalización económica.

La constitución de un campo analítico

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura, está saliendo de su ostracismo y marginalidad académica a partir de la tarea investigativa que vienen desarrollando distintos Grupos de Trabajo de Economía Política en EEUU, Canadá, Inglaterra, Francia, España, Italia y en países de América Latina, particularmente la colaboración estrecha que mantienen académicos de Brasil y Argentina.

Asimismo, destacados comunicólogos del “imperialismo cultural” como Armand Mattelart; o de las “políticas culturales latinoamericanas” como Néstor García Canclini, han advertido sobre la necesidad de nuevos instrumentos intelectuales que sirvan para analizar los procesos comunicativos y culturales que se están redefiniendo en la actual fase del capitalismo global.

Dado que el capital constituye una fuerza que tiende hacia la acumulación incesante, en dicho proceso se tiende hacia la proliferación de mercancías y por tanto incorpora, a su dinámica actual de extracción de valor, la producción de mercancías culturales. Marx dirá pues que “El empuje incesante del capital hacia una forma general de la riqueza lleva al trabajo más allá de los límites de su mezquindad natural y crea así los elementos materiales para el desarrollo de una individualidad rica, que es tan polifacética en su producción como en su consumo...” (Marx: Grundrisse)

El análisis materialista de las comunicaciones reconoce sus fuentes en la corriente anglosajona y británica quienes han planteando grandes interrogantes a cerca de la propiedad de los medios de comunicación, tanto en su dimensión económica a cerca de la consolidación, diversificación, comercialización e internacionalización de las “industrias culturales”, y en términos políticos sobre las políticas culturales y de

comunicación del estado, como así también el debate de la privatización de la esfera pública.¹

En tal sentido, la Economía Política de la Cultura representa – en el seno de las Teorías de la Comunicación – una ruptura epistemológica con el positivismo funcionalista y con el teoricismo de determinadas aproximaciones marxistas. Por lo tanto, se tiene entonces que: “Ya no es el tiempo de la legitimación del funcionamiento del sistema de comunicación existente sino del análisis de los probables mercados y de la búsqueda de usos para las nuevas tecnologías que se anuncian.”²

Pero además, la EPC se inscribe en un proyecto más amplio que implica la asunción de una práctica política y hasta militante por parte de la academia en el campo de la comunicación en medio del progresivo copamiento de la “racionalidad tecnológica” en la definición de la estructura de medios de comunicación, a fin de evitar el desplazamiento de los mass-mediólogos hacia los ingenieros sociales o de los “planificadores culturales”.

La dinámica del capitalismo se caracteriza por instalar en determinados momentos históricos nuevos escenarios para pensar las relaciones sociales de producción material y simbólica, en el que las fuerzas que los sustentan como sistema económico y social, se reacomodan no sin dejar de negar sus contradicciones las cuales se complejizan y cobran mayores y particulares formas de abordarlas.

En dicho contexto socio-histórico, la crítica de la economía política ha operado como una fuerza externa sobre los estudios culturales, de manera desorganizada y hasta ahora amorfa, en el sentido de que esta escuela se enfrenta sobre la base de un paradigma aun difuso y en construcción sobre las condiciones de producción material de la cultura.

Dicha transformación de escenario plantea como problema fundamental a los estudios culturales, su fracaso “al tratar empíricamente los profundos cambios estructurales en los sistemas políticos, económicos y de los medios de comunicación nacionales y globales, puesto que han evitado su análisis económico, social o político”.³

Los esfuerzos de los economistas críticos de la cultura, se encauzan en conformar un área de estudio que siente los fundamentos epistemológicos y metodológicos para una disciplina de la economía política de la comunicación y la cultura. Dichos esfuerzos se traducen en la actividad investigativa que se realiza en los márgenes de los dos continentes cuyas condiciones de producción intelectual se encuentran en bosquejos y en formación y en otros casos, fuertemente establecidas en el seno de universidades y asociaciones de comunicación regional e internacional.

La construcción de este campo de investigación crítica que continua la línea del marxismo, se sitúa formalmente con los aportes de Noam Chomsky y Herbert Schiller quienes, respectivamente, se acercan a la comunicación desde la Política y la Economía, abriendo una brecha entre los enfoques norteamericanos y europeos de comunicación. Esta sociología económica de la comunicación, estrecha luego sus lazos con el estudio de las relaciones internacionales y los procesos de transnacionalización económica y “se abre, en definitiva, una importante vía de investigación en la que las interrelaciones sociopolíticas, culturales y económicas se articulan con la comunicación de masas

¹ Teorías de los media - CMN2160B (<http://courseweb.edteched.uottawa.ca/cm2160B/2160week12.htm>) Profesor Shade

² Armand Mattelart y Jean Marie Piemme; Industria(s) cultural(es) Génesis de una idea; Traducción Oscar Lucien.

³ Ferguson, Marjorie; Golding, Peter; Los estudios culturales en tiempos cambiantes: introducción; Economía Política y estudios culturales; Bosch; 1998

entendida como el aparato ideológico -en concepto de Althusser- imprescindible para el mantenimiento del neocapitalismo y sus reajustes estructurales”.⁴

A partir de ahí, la tendencia actual de los estudios de comunicación en abordar los fenómenos de la mundialización económica y la expansión estructural e ideológica de los sistemas de medios de comunicación, constituye un campo fértil para la renovación de la investigación comunicativa.

No menos influyente pueden ser considerados los aportes europeos sobre esta área de estudio encabezados por los teóricos británicos Peter Golding, Nicholas Garnham y Graham Murdock, quienes justamente polemizan con las posiciones idealistas de los culturalistas, estructuralistas y post-althusserianos, abriendo un profundo debate en torno a las condiciones materiales de producción simbólica e ideológica de los medios masivos de comunicación desde los fundamentos teóricos del materialismo histórico de Marx.

El proyecto programático de la corriente europea, bien puede estar expresado en la propuesta metodológica de Nicholas Garnham quien expresa en 1979 en la revista internacional “Media, Culture and Society”:

“Lo que este artículo presupone es la elaboración de una economía política de la cultura, en que la economía política de la comunicación de masas ocupe su lugar subordinado – de un modo importante aunque históricamente específico – en el marco más amplio del análisis del proceso de la producción y reproducción culturales.”⁵

De ahí en mas una amplia revisión de los análisis marxistas de la comunicación y la cultura existentes intentan superar el determinismo económico y la autonomía ideológica en la comprensión de la metáfora base / superestructura, retornando a las categorías de producción mental como procesos de producción capitalista, la forma mercancía de las “industrias culturales”, el tiempo de trabajo material y no-material abstraído en los productos culturales, la reproducción de las fuerzas productivas y tiempo de ocio.

En el intento de instalar un espacio institucional y académico conformado por distintos teóricos europeos, norteamericanos y latinoamericanos, pueden mencionarse tres momentos puntuales de encuentro que sientan antecedentes para una economía política de la comunicación y la cultura a saber:

Ámbito Internacional

► Programa Cultura de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Área Industrias e Iniciativas Culturales:

La Creatividad, parte importante de la identidad cultural de los seres humanos, se expresa de distintos modos. Reproducidas y multiplicadas mediante procedimientos industriales y difundidas mundialmente, las obras de la creatividad humana se convierten en productos de industrias

⁴ Muñoz, Blanca; Sociología de la Comunicación de Masas; Universidad Carlos III, Madrid; En la siguiente dirección electrónica:

<http://www.geocities.com/comunicacionymedios/Reflexion/teorias/sociologiamasas.htm>

⁵ “Contribution to a economy of mass-communications”; Artículo publicado originalmente en Media, Culture and Society, vol I, 1979.

*culturales como la edición de libros, revistas y periódicos, la edición musical de discos, la producción cinematográfica y videográfica y, más recientemente, la edición electrónica multimedia y otras nuevas industrias que están naciendo. Las industrias culturales pueden llegar a constituir un recurso económico muy importante para un país.*⁶

▶ Reunión anual de la International Communication Association - Washington D.C. – 1993. Sesión temática “Interrelaciones: cultura y estructura en la investigación de las comunicaciones” organizada por Marjorie Ferguson y Peter Golding.

“Reunir en un debate constructivo, las tradiciones opuestas de la investigación intelectual que hayan intentado, de forma crítica, tratar el cambiante carácter político y social de las comunicaciones”⁷

Ámbito Regional

▶ Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR - "La concentración de la propiedad y la participación social en las políticas de comunicación: un análisis de los bloques regionales" ⁸ - 2001.

“En las asociaciones nacionales e internacionales de Ciencias de la Comunicación, los grupos de Economía Política vienen asumiendo un importante papel en la organización de intelectuales de ese campo dedicados a un tema marginado hasta hace muy poco tiempo. Como resultado se ha creado un marco teórico propio, interdisciplinar y pertinente para la comprensión de la realidad actual, proporcionando un importante instrumental de análisis para fundamentar la acción de los actores sociales no hegemónicos en el campo de la comunicación. La escuela latinoamericana, por su parte, ha tenido la capacidad de desarrollar un aporte teórico original, y de incorporar las contribuciones de los autores anglosajones y europeos.”⁹

Debe reconocerse que la Economía Política de la Comunicación y la Cultura constituye actualmente un campo analítico en formación que “aspira a replantear el conocimiento de los propios sistemas productivos y a describir y comprender las características del ‘funcionamiento material de la cultura y de la comunicación’”.¹⁰

Y ese camino esta transitado por una multiplicidad de aportes disciplinarios que provienen de las teorías económicas clásica, críticas, neoclásica, keynesianas y shumpeterianas, que se imbrican con las teorías de la información y comunicación masiva – funcionalistas, culturalistas, estructuralistas, posmodernas, tecnologicistas- a

⁶ http://www.unesco.org/culture/industries/html_sp/index_sp.shtml

⁷ Ferguson, M.; Golding, P.; Economía Política y Estudios Culturales; p. 12

⁸ Organizado por el proyecto de Investigación UBACyT S070. Proyecto aprobado en el marco de la programación científica 2001-2002 de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires.

⁹ Carta de Buenos Aires - Mayo de 2001 - Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR: "Concentración y Convergencia en las Industrias Culturales" - EPTIC; Volumen III Numero 2, Julio a Agosto de 2001.

¹⁰ Millán Pereira, Juan Luis; La economía de la información: Análisis teóricos; Editorial Trotta.

fin de fundar un cuerpo teórico que de cuenta de la dinámica del sector de las comunicaciones en las sociedades postindustriales.

Por de pronto, la diversidad conceptual no ha podido establecer aún entre las aportaciones de la Economía y la Comunicación, un vínculo metodológico que defina con rigurosidad una disciplina de Economía de la Información. No obstante, dentro de ese espectro, la *Economía Crítica o Escuelas del Valor* –como las define Millán Pereira de manera taxonómica – resulta una corriente de investigación que “responde, en esencia, a la metodología y al modo de razonamiento propio de la Economía Política”¹¹.

Para Pereira, las Escuelas del Valor, “dan prioridad a la dimensión económica del fenómeno informativo en el contexto socio-político” en el que se desarrolla la lógica capitalista. Además expresa que: “el análisis en términos de valor, definido éste a partir de una visión expandida del beneficio, es considerada como la perspectiva analítica más apropiada para abordar un fenómeno como el informativo, que se caracteriza como uno de los que peor se ajusta a los principios liberales de funcionamiento de la economía”. [Millán Pereira: p. 130]

Resulta entonces que el paradigma de la Economía Política es el que mejor se ajusta a la comprensión del “todo social”: lugar en el que se manifiestan las relaciones sociales y las conexiones entre lo político y lo económico. Además, la Economía Crítica representa una alternativa teórica y epistemológica –en el campo de las ciencias sociales- a las teorías sociológicas de comunicación ya que guarda mayor coherencia con la perspectiva marxista, en oposición al paradigma neoclásico y positivista de la economía.

Fundamentos teóricos para una economía política de la comunicación y la cultura

El enfoque materialista de la comunicación, no tan solo ha sido considerado por sus detractores como determinista, sino que también ha debido soportar el olvido intencional del marxismo. Esta última afirmación se sustenta en la crítica que realiza Dallas Smythe al advertir que el estudio de los medios de comunicación masiva representan un “agujero negro” o bien “un punto muerto” en la literatura marxista.

Esta ausencia se debe - en términos metodológicos - a la explicación idealista que han realizado muchos estudios marxistas sobre la “industrias de la conciencia” y su capacidad de producir ideología, dejando de lado las condiciones materiales sobre las cuales se realiza dicho proceso de comunicación.

Sin embargo, debe reconocerse que las primeras preocupaciones por abordar los medios desde la economía crítica y la dialéctica materialista-histórica, estuvo contenida en el artículo inédito del filósofo alemán H. M. Enzensberger ¹², en donde propugnaba por una *teoría socialista de los media* ¹³ a fin de dar cuenta de las contradicciones de las “industrias de la conciencia” en el capitalismo monopolista.

Hasta aquí, el problema del enfoque materialista de los medios, constituye más bien una omisión metodológica determinada por el pensamiento de la época que, desde el campo teórico marxista, consideraba a los medios como productoras de ideología, en tanto que desde el campo del pensamiento político de la izquierda, los medios estaban relegados de una comprensión de su propia dinámica en términos de la producción de

¹¹ idem

¹² Constituents of a theory of the media; New Left Review, 1970; citado en Crítica de la Economía política del signo; Jean Baudrillard.

¹³ Para Enzensberger, - según señala Baudrillard – los medios de comunicación masiva representan para la izquierda un misterio social. Denuncia además la incapacidad de integrar los media a una teoría de la infra y de la superestructura.

base material infraestructural, por cuanto el análisis marxista clásico de las contradicciones entre formas productivas y relaciones de producción no pudieron extenderse hacia el “campo ciego de la significación y de la comunicación”.¹⁴

El debate sobre la dimensión económica de los medios en su capacidad de producir mercancías se inicia en la década del 70 a partir de las polémicas mantenidas entre Smythe, Garnham y Murdock en el marco internacional del llamado “Nuevo orden informativo mundial” que impulsara la UNESCO, momento en el cual Smythe consideraba que era necesario comenzar un debate a cerca del rol de los medios de comunicación masiva en el capitalismo monopólico.

En tal sentido D. Smythe plantea tres grandes interrogantes a disipar por los materialistas históricos y que constituyen las tesis fundacionales para una economía política de la comunicación masiva:

1. “La primera pregunta que los materialistas históricos deberían formular sobre los sistemas de comunicación de masas es a que función económica del capital sirven para intentar comprender su papel en la reproducción de las relaciones capitalistas de producción”.
2. “Necesitamos una descripción materialista dialéctica de la producción de la fuerza de trabajo”.
3. “Parecería que la teoría del trabajo necesita una reconsideración”

Como resultado de ello se tiene la propuesta de:

- A. Una teoría de la forma mercancía / público en el capitalismo monopólico.
- B. Una teoría marxista de la publicidad de mercancías con marcas en el capitalismo monopólico

Ambas teorías (A, B) operan en la esfera del consumo y reproducción de las mercancías, por cuanto los medios de comunicación, por su capacidad de producir públicos y crear necesidades a través de la publicidad en el nivel superestructural, simultáneamente están vinculados a la infraestructura en su última etapa en la que se produce la demanda de los bienes de consumo

Con respecto a la forma mercancía / público propuesta por Dallas Smythe, Nicholas Garnham, si bien considera que Smythe vuelve a orientar a los medios de comunicación en su función económica dentro del capitalismo, esgrime contra la tesis de Smythe cae en un “reduccionismo extremo” ya que “interpreta mal la función de la forma mercancía, no tiene en cuenta la función de las mercancías culturales directamente intercambiadas, no explica el papel del estado, no elabora lo bastante la función de la publicidad propiamente dicha en relación con el capital y, quizá lo más crucial, no relaciona el proceso de producción de públicos por parte de los medios de comunicación con los determinantes de clase y lucha de clases”.¹⁵

La economía política de la comunicación y la cultura en América Latina Un campo emergente en la historia de la investigación Latinoamericana

En la historia de las investigaciones en comunicación del continente, la economía política de la comunicación estuvo relegada de la agenda académica, aunque existen estudios de los '70 que bien pueden considerarse próximos a esta línea de

¹⁴ Baudrillard, Jean; op. cit. ; p. 195

¹⁵ “Contribución a una economía política de la comunicación de masas”

análisis. No obstante dichos estudios no fueron sistematizadas teóricamente como señala el investigador brasileño Bolaño y el argentino Mastrini.¹⁶

De alguna manera estas perspectivas seminales emparentadas con la economía política, surgieron como propuesta crítica al Nuevo Orden Internacional de la Información y Comunicación (NOMIC) y estuvieron vinculadas a las teorías económicas de la Dependencia.

A partir del informe Mc Bride, “Un solo mundo, voces múltiples”, que daba cuenta de los desequilibrios en el flujo informativo y tecnológico entre países desarrollados y periféricos, la investigación latinoamericana en comunicación abandonó el paradigma funcionalista dominante durante las décadas del '50 y '60 y desplazó sus estudios durante los '70 hacia un paradigma crítico que transitó por dos consideraciones principales: “cubrir todos los aspectos del proceso de comunicación considerado como fenómeno global, y situar el estudio de los órganos de información y del conjunto del procesos de comunicación dentro de un cuadro más vasto, que sea a la vez social, político y económico”.¹⁷

El enfoque crítico que asumieron los investigadores comprometidos políticamente con el pensamiento marxista, se centró en la relación triádica entre ideología, poder y comunicación. Sus estudios se sistematizaron en el seno de la renovada y autocrítica CIESPAL (Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) creado por la UNESCO, en Quito, Ecuador, y se conformaron diversos órganos de investigación de periodistas e investigadores de la comunicación que orientaron sus esfuerzos al diseño de políticas nacionales de comunicación, cultura y educación para la democratización de las sociedades.¹⁸

Los estudios más próximos a la economía política se realizaron en el interior del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) creado en 1975 en México, centro en el que se desarrollaron áreas de trabajo de estudios de comunicación y estudios económicos, conduciendo sus esfuerzos al análisis de los fenómenos comunicativos-culturales dentro de la estructura transnacional de poder.

Las líneas de trabajo estuvieron vinculadas a los estudios de la transnacionalización de las comunicaciones, el imperialismo cultural de los grandes trusts norteamericanos, la asimetría de los flujos de información internacional, la dependencia extranjera de innovaciones tecnológicas, la dominación comunicacional instrumentada por los países centrales (fundamentalmente EEUU) con los países periféricos.

El paradigma crítico fue el más efervescente para la producción intelectual de los '70, periodo en el cual los estudios semiológicos del discurso de masas y los estudios de las estructura de poder nacional y transnacional aportaron líneas de trabajo

¹⁶ Mastrini, Guillermo; Bolaño, César y Hersovici, Alain; Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación; p. 9

¹⁷ Tendencias de los estudios latinoamericanos en el análisis de los medios masivos; Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal

¹⁸ **ININCO** (Instituto Nacional de Investigaciones de la Comunicación), 1975, Venezuela. **FELAP** (Federación Latinoamericana de Periodistas). **ALAIC** (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), 1974. **FELAFACS** (Federación de asociaciones de Facultades de Comunicación social). **AIERI** (Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación). **CEREN** -Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Chile. **CELADEC** - Comisión Latinoamericana de Evangelización Cristiana - Perú, **Centro Gumilla** -Venezuela, **CEMEDIM** - Centro de Estudio de los Medios Masivos-, Cuba.

para el desarrollo original de los estudios de comunicación popular y alternativa en Latinoamérica.

No obstante, el proceso de imposición de gobiernos de facto a lo largo del continente, provocó un deterioro significativo de la investigación social y la intervención del poder militar en las Universidades generó un vaciamiento intelectual. El quiebre generacional y la ruptura del tejido social acaecido durante las dictaduras militares, sería recompuesto a partir de la llegada del periodo democrático a mediados de los '80 en el caso argentino.

La recomposición de la investigación en comunicación se realizó a partir de retomar la agenda de investigación truncada hacia fines de los '70 cuya temas centrales eran la comunicación popular, los procesos transnacionales de comunicación y la instrumentación de políticas culturales. Pero los embates de las políticas neoliberales de reestructuración de los estados latinoamericanos y el avance de la lógica del mercado, determinó un nuevo periodo que puede ser caracterizado como el paso de una "etapa denunciante e ideologista - *de la investigación crítica*- a una etapa de estudio centrada en el campo cultural y las mediaciones que intervienen en la comunicación.¹⁹

Estado actual de la investigación en economía política de la comunicación

En América Latina, los investigadores en economía política de la comunicación vienen desarrollando su tarea en entidades como INTERCOM (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación) de Brasil, creada en 1993, y en el seno de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), lugar donde se alberga el grupo de trabajo EPTIC (Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación) en consonancia con el grupo europeo de Economía Política que dirige Murdock Garham en IAMCR (International Association for Media and Communication Research) en el que participan investigadores como Vincent Mosco y Nicholas Garnham.

El grupo EPTIC se presenta como un espacio de investigación de los procesos de concentración económica de las telecomunicaciones y el impacto de las NTIC en el continente y en particular en los países que conforman el bloque regional del MERCOSUR, integrado en su mayoría por investigadores argentinos y brasileños, junto a la participación de académicos de Uruguay, México y Bolivia, y en este último caso, mantiene vínculos con el CIBEC (Centro Interdisciplinario Boliviano de estudios de Comunicación) con el que ha promovido la organización de importantes encuentros internacionales de comunicación en cuya agenda temática la economía política adquiere un papel central.

La producción académica de la Red de investigadores en economía política de las tecnologías de Información y Comunicación, se difunde a través de la revista electrónica internacional EPTIC On Line que reúne los aportes de investigadores europeos, canadienses y latinoamericanos (Canadá, Francia, España, Alemania, Reino Unido, México, Paraguay, Chile, Bolivia, Argentina y Brasil) cuya edición es bimestral a partir del año 2000.

En conjunto, las distintas instancias académicas y de difusión de la economía política en Latinoamérica, conforman una corriente que se posiciona frente a las teorías

¹⁹ Dra. Paulina Beatriz Emanuelli, 1999; Investigación de la comunicación en Argentina - Reflexiones sobre la investigación crítica, en Revista Latina de Comunicación Social, número 23, de noviembre de 1999, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>

sociológicas de la comunicación y la cultura anteriores, como una alternativa más “coherente” con Marx. En tal sentido sus principales impulsores sostienen:

“La resistencia a la tendencia hegemónica del pensamiento único, en el campo de las Ciencias de la Comunicación, no puede desconocer la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, entendida como un conjunto de enfoques críticos y heterodoxos, contrapuestos al llamado "main stream". (...) Como resultado se ha creado un marco teórico propio, interdisciplinar y pertinente para la comprensión de la realidad actual, proporcionando un importante instrumental de análisis para fundamentar la acción de los actores sociales no hegemónicos en el campo de la comunicación. La escuela latinoamericana, por su parte, ha tenido la capacidad de desarrollar un aporte teórico original, y de incorporar las contribuciones de los autores anglosajones y europeos.”²⁰

La corriente latinoamericana se nutre de los aportes internacionales de la economía política y produce una síntesis teórica que recupera para sí el activismo político del pensamiento económico y comunicacional que caracterizó a la investigación en comunicación de los 70 en América Latina, pero pretende superar en primera instancia el determinismo economicista propio de muchos de esos análisis setentistas y recuperar el análisis de la forma económica del desarrollo de las industrias culturales para vincularlo al estudio de los consumos. Pero también supone volver a presentar debate en torno a las políticas de medios y la organización democrática de la información y la cultura.

La necesidad de una rigurosidad epistemológica al interior de la economía política de la comunicación, fue tratada en el Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR (2001) durante la mesa “Discusiones conceptuales de la EPC” en la que se debatió la construcción de categorías metodológicas básicas para la economía política de la comunicación que avanzó en el análisis de la mercancía cultural y del trabajo intelectual, así como el problema de la creación de valor en las industrias culturales²¹.

En dicho encuentro, los participantes redactaron la "Carta de Buenos Aires" proponiendo la constitución de la Asociación Latina de Economía Política de la Comunicación, en la que manifiestan además su compromiso académico y social frente al “pensamiento único” dominante en la producción intelectual regional y su rol activo en los debates por la democratización de las políticas de comunicación y la cultura de los estados nacionales que ante el progresivo abandono de la esfera pública, libran las cuestiones de producción y distribución de bienes culturales a las fuerzas del mercado liberal, en detrimento del pluralismo comunicacional y el acceso al consumo cultural.

En particular, la corriente latinoamericana de economía política de la comunicación ha puesto énfasis en el estudio de las redes y las Nuevas Tecnologías de la Información, en tanto estas adquieren una relevancia política fundamental, en relación con las nuevas modalidades de exclusión social que se generan en la llamada “sociedad de la información”.

²⁰ Carta de Buenos Aires - Mayo de 2001 - Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR: "Concentración y Convergencia en las Industrias Culturales" - EPTIC; Volumen III Numero 2, Julio a Agosto de 2001.

²¹ Encuentro organizado por el proyecto de Investigación UBACyT S070 "La concentración de la propiedad y la participación social en las políticas de comunicación: un análisis de los bloques regionales", en el marco de la programación científica 2001-2002 de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad de Buenos Aires.

Por tanto, cobran importancia los temas ligados a la discusión sobre la convergencia entre los medios de comunicación masiva y las telecomunicaciones propiciados por las NTI en el marco del proceso de privatización emprendida por los estados nacionales de la región. Algunas de las cuestiones claves que plantea la agenda académica, dentro de una economía de las redes, resultan:

- Redefinición de la dicotomía público / privado a partir de la incorporación de las NTI en la esfera pública.
- Modalidades de distribución y acceso a los bienes culturales, que en una lógica de globalización, genera condiciones de exclusión social.
- El poder del mercado en la organización de las actividades ligadas a la distribución y tratamiento de la información como fuente de creación de valor agregado.

La economía de las redes es tan solo una de las vertientes de un amplio espectro de análisis de la economía política, por lo que no se agota en esta perspectiva el alcance de los estudios en Latinoamérica, tal como advierten sus fundadores a cerca del énfasis puesto en las NTI ya que las mismas se inscribe en un “contexto de cambio estructural del capitalismo en el que las tecnologías de la información y la comunicación han ganado una relevancia inaudita y en el que la industrialización de la superestructura adquiere niveles verdaderamente impresionantes”.

Bibliografía

- Carta de Buenos Aires - Mayo de 2001 - Primer Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR: "Concentración y Convergencia en las Industrias Culturales" - EPTIC; Volumen III Numero 2, Julio a Agosto de 2001.
- Emanuelli, Paulina Beatriz. Investigación de la comunicación en Argentina - Reflexiones sobre la investigación crítica, en Revista Latina de Comunicación Social, número 23, de noviembre de 1999, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>
- Ferguson, Marjorie y Golding, Peter. Los estudios culturales en tiempos cambiantes, en Economía Política y estudios culturales, Bosch, Barcelona, 1998.
- Mastrini, Guillermo y Bolaño, César (editores). Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Ed. BIBLOS, Bs. As., 1999.
- Mattelart, Armand y Piemme, Jean Marie. “Industria(s) cultural(es) Génesis de una idea”. Traducción Oscar Lucien.
- Muñoz, Blanca; Sociología de la Comunicación de Masas; Universidad Carlos III, Madrid; Consultado en <http://www.geocities.com/comunicacionymedios/Reflexion/teorias/sociologiamasas.htm>