



Comunicación y la Crítica de la Economía Política

Perspectivas teóricas y epistemológicas

César Bolaño (Org.), Armand Mattelart, Cesare Galvan, Gabriel
Kaplún, George Yúdice, José Marques de Melo, Maria Néida
Gonzalez, Raul Fuentes Navarro,
Roberto Follari, Ruy Sardinha, Toby Miller, Valério Brittos



Quito - Ecuador
2012

Comunicación y la Crítica
de la Economía Política:
Perspectivas teóricas y epistemológicas

Primera Edición

© César Bolaño (Org.)
300 ejemplares - Marzo 2012

ISBN: 978-9978-55-087-8
Código de barras: 978-9978-55-087-8
Registro derecho autoral: 038231

Portada y Diagramación
Diego Acevedo

Impresión
Editorial "Quipus", CIESPAL
Quito-Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Índice

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Prefacio a la edición castellana Raúl Fuentes Navarro | 7 |
| Prefacio a la edición brasileña José Marques de Melo | 13 |
| Introducción | 27 |
| Conocimiento, memoria, tecnologías: avances y retrocesos Cesare Giuseppe Galvan | 39 |
| Por una arqueología de la Sociedad de la Información Armand Mattelart | 59 |
| Por una Comunicación Popular y Alternativa en el Contexto de la EPC Ruy Sardinha | 83 |
| La centralidad de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en la construcción del campo académico de la Comunicación: una contribución crítica César Bolaño | 109 |
| Encuentros y desencuentros entre la Economía de la Información y de la Ciencia de la Información Maria Nélide Gonzalez | 127 |

¿Democratización electrónica o neoautoritarismo pedagógico? 161
Gabriel Kaplún

El Copyright: instrumento de expropiación y resistencia
donde se encuentran la economía política
y los estudios culturales 185
Toby Miller y George Yúdice

Lo cultural en su lugar dentro de lo social 205
Roberto Follari

La Economía Política de la Comunicación en Brasil
en perspectiva histórica 223
Valério Cruz Brittos

La Economía Política de la Comunicación en Brasil en perspectiva histórica

Valério Cruz Brittos

A partir de la antepenúltima década del siglo XX, hay un notorio avance de las lógicas capitalistas en el sector comunicacional, como demostrar las diversas alianzas que se multiplican entre el fin del siglo XX y el inicio del XXI. Este escenario amplía la importancia de la Economía Política de la Comunicación (EPC) como eje teórico-metodológico estratégico para comprender los movimientos mediáticos, en el ámbito de las Ciencias Sociales críticas y de los estudios volcados a ofrecer contribuciones alternativas a las comunidades. Acerca de la ampliación de la variable económica en la comunicación, que implica en la definición de la concentración como la tónica de los mercados, no siempre hay, de forma correspondiente, una mirada más atenta de estudiosos del área socio-mediática. Este cuadro viene siendo revertido paulatinamente, en el siglo XXI, con el aumento del interés por la EPC, y su decurrente fortalecimiento institucional, pero aún no en la intensidad correspondiente a su potencial.

El macro-sector de las comunicaciones ha sido demarcado por privilegios, caudillismos y otras aproximaciones, además de la sabida identificación de clase que demarcan las actividades empresariales

en el capitalismo, todo eso por la capacidad de la cultura de actuar sobre lo simbólico, lo que es reconocido por todos los agentes participantes de esos procesos de dominio y seducción. Delante de eso, es fundamental posicionar la EPC, especialmente en el campo de la Comunicación en Brasil, objetivo de este texto, por ser este un eje científico-explicativo no-hegemónico, que, comprometido con el rigor de los procedimientos, se posiciona en sentido contrario a la falsa despolitización del debate académico, al defender el compromiso social de la Ciencia. Detenerse a estudiar la dinámica de lo que se puede resumir como convergencia tecnológica, concentración empresarial y reajuste del papel del Estado en la definición de políticas públicas es uno de los más proficuos caminos para el encuentro de alternativas sociales realmente pluralistas y democráticas.

Así, es fundamental, en la EPC, el estudio de la propiedad y del control de los medios de producción, en el ámbito de las industrias culturales, donde entra la actuación del Estado y de la sociedad civil, pudiendo para eso dialogar con otros constructos que avancen en el análisis de los mercados y de la concurrencia, con la agregación de instrumentales como el neo-schumpeteriano, a fin de dar cuenta de elementos como la innovación tecnológica y las estrategias operacionales. También contribuyen los puntos de vista microeconómicos y centrados en el mercado, en las formas de concurrencia, debatiendo con otros substratos teóricos de forma no eclética. En esta medida, la Economía Política de la Comunicación se ha dedicado a la investigación de cuestiones inherentes a la práctica comunicacional en el capitalismo, como la concentración de las industrias culturales y la oligopolización de los mercados, el papel del Estado y la relación de los medios con el espacio público, pasando por la dinámica de valorización y las especificidades del trabajo cultural.

Se añade que el campo de las comunicaciones presenta un conjunto de especificidades, las cuales van a reflexionar en los cuadros conclusivos, permitiendo que se tenga una Economía Política de la Comunicación específica. Ajustada con la perspectiva crítica, la EPC tiene el legado marxiano como matriz estructuradora, partiendo

su análisis del método materialista histórico. Así, se consideran los procesos mediáticos contemporáneos dialécticamente marcados por la lógica del valor y por movimientos (incompletos) de subsunción del mundo de la vida por los capitales. El descubrimiento de las leyes de los fenómenos estudiados es una preocupación del pensamiento marxista, que pasa por el análisis de las continuidades, rupturas y conexiones, donde el hombre y su contexto ejercen un papel central. Se trata de un rumbo distinto de los métodos propios del pensamiento neoclásico de la llamada Economía, que imperan en la academia y en el mercado. A partir de eso, la EPC se revela como una fuente inagotable no solo de respuestas, sino también de cuestionamientos.

Cultura y subsunción

La autonomización de la cultura y de la comunicación, a partir de su integración a la esfera privada, coincidió con el avance del capitalismo. Pero esta autonomía con relación a otros campos y la definición de sus propias reglas de funcionamiento e instrumentos de sobrevivencia, también ha representado una continua conexión con el factor económico, lo que, si hoy se revela muy negativa, al comienzo de esta articulación era vista, ante todo, como mecanismo de viabilidad del papel mediador de la cultura, permitiendo, el surgimiento de un incipiente espacio público y generando una fuerte expectativa de movimientos emancipadores.¹⁵³ Este proceso, que puede ser posicionado como cultura moderna, tuvo inicio en las sociedades occidentales de los siglos XVII y XVIII y se relacionaba con cambios en los modos de ser, gustos y consumos, que forman parte de un cuadro más amplio, circunscrito a la transformación de la sociedad en sus diversas matices.

Los cambios ocurridos en la cultura, que se vuelve hacia los públicos, los cuales asumen un importante papel, están relacionados con la mudanza económica, el mercantilismo, la ascensión de una nueva categoría, la emergencia del capitalismo, la legitimación social en

¹⁵³ Mejor dicho, esta esperanza de apertura vuelve a repetirse, con contornos propios, en diversos períodos, como cuando vino la radio y, al final del siglo XX, ante las nuevas tecnologías informáticas y de telecomunicaciones.

la confrontación entre oferta y demanda anónimas, la asunción del liberalismo y las modificaciones políticas correspondientes. El ámbito literario, incluyendo lo que hoy se conoce como producción de ficción y prensa, tuvo un papel de mediación de todos los demás, en el sentido de que la discusión pública en torno del teatro, de las artes plásticas y de la música, por ejemplo, además de los temas no-artísticos, se ha hecho por intermedio de la escritura y lectura, algo similar con la postura asumida por la televisión a partir de los años 70 del siglo XX. Así, se ha delineado un espacio mediador entre los diversos actores sociales, el de la comunicación, sin el cual hoy la sociedad no funciona.

De esta forma, la presencia definitiva y definidora del mercado en el campo de la comunicación, como hoy atestan los movimientos de los capitales en torno de fusiones, asociaciones, acuerdos y transferencias de activos,¹⁵⁴ es progresiva, teniendo su origen en la propia constitución del campo, pero es al final del siglo XX que se da un avance substancial. Durante los años 80, las industrias mediáticas se transformaron en un importantísimo campo de valoración del capital. Organizadas para producir mercaderías bajo forma de telenovelas, películas, vídeos y discos musicales, y para distribuir las planetariamente, a través de las nuevas tecnologías de telecomunicaciones por satélite y cable, esas compañías, al mismo tiempo, reforzaron “el equilibrio de la cultura y, con eso, la homogenización de la demanda a ser atendida a nivel mundial”.¹⁵⁵ Para incrementar sus recetas, dinamizaron los sistemas productivos y distributivos específicos, de acuerdo con los públicos y su capacidad económica, con diversos resultados.

El redimensionamiento de la comunicación se debe al hecho de que las empresas de cultura pasaron a desempeñar un papel

154 Uno de los argumentos para justificar la existencia de una estructura económica sólida en el campo comunicacional es que esta es una de las condiciones necesarias a su autonomía, para que sea capaz de resistir a las influencias exteriores. Pero esta relación no se da sin perjuicios a la función de mediación de la comunicación, pues la tendencia capitalista es de que la instancia mediadora quede subordinada a intereses de los capitales, con pérdidas para la vida social. Al fin, tal concepción acaba legitimando todo el avance del capital sobre las instancias culturales en general.

155 Chesnais, François. *A mundialização do capital*. São Paulo: Xamã, 1996. p. 40-41.

no solo de unidades económicas de valorización del capital de sus titulares, cada vez más con origen en otros sectores, sino del mercado en general, teniendo en cuenta su posición clave en el proceso de diferenciación. Así, se revelan sobre valoradas las entidades productoras, programadoras y distribuidoras culturales, teniendo sus activos repuestos y recibiendo inyecciones de recursos. La comprensión del fenómeno de las corporaciones volcadas a la comunicación debe ser encarada considerándose la larga articulación entre comunicación mediática y capitalismo avanzado, sabiéndose que contemporáneamente las industrias culturales se relacionan con el propio funcionamiento de los mercados y es a partir de ellas que se establecen movimientos diferenciadores y disputas por posiciones, entre las organizaciones, y opciones de consumo, por parte de los públicos.

Es en como busca de comprensión de estas lógicas que se distingue la Economía Política de la Comunicación. Teniendo en cuenta la necesidad de replicar las orientaciones funcionalistas que predominaron en los estudios de la comunicación a partir de los años 50, sin caer en el reduccionismo de efectuar una transferencia mecanicista de los efectos de los medios, los estudios en EPC representan, en su conjunto, "una ruptura con ciertos análisis marxistas que, a partir de una aceptación no problemática del modelo base/superestructura, entienden los medios de comunicación como instrumentos de dominio de las clases en el poder".¹⁵⁶ La Economía Política de la Comunicación crece como fuente de explicación, en Europa, paulatinamente a partir de los años 80, cuando los procesos de privatización ponen en relieve el papel económico del principal medio, la televisión, un aspecto que ya era dominante en los Estados Unidos y en la mayoría de Latinoamérica. Se revierte la idea de la televisión como gran fuerza política, pero débil económicamente, llegando a este momento, en que su peso económico influye en la toma de decisiones.

156 Herscovici, Alain; Bolaño, César; Mastrini, Guillermo. "Economía Política de la Comunicación y la cultura: una presentación". In: Mastrini, Guillermo; Bolaño, César (Eds.). Globalización y monopolios en la comunicación en Latinoamérica: hacia una economía política de la comunicación. Buenos Aires: Biblos, 1999. p. 9-25. p. 12, 16.

La Economía Política de la Comunicación se legitima, entonces, como eje central de análisis de los fenómenos mediáticos, teniendo en cuenta la creciente importancia que los medios asumen en el contexto capitalista contemporáneo, como un lugar de destaque para inversiones. Se trata de un abordaje—actualmente con un fuerte legado en el patrimonio comprensivo de la comunicación, sus estructuras y movimientos, a partir de inúmeras contribuciones, distribuidas por varios continentes— que tiene su dimensión aumentada a la medida en que aumenta la integración de los medios comunicacionales en la estructura económica mundial.

Entidades supranacionales, gobiernos, asociaciones y empresas discuten el peso de las comunicaciones en la economía, mientras los propios medios dan mayor cobertura a las industrias culturales en su interface económica, a partir de los muchos negocios que se multiplican, principalmente incluyendo el audiovisual, y los consumidores, cada vez más invitados a pagar directamente por productos culturales, también identifican más claramente su componente económico.

En esta línea, entre las muchas posiciones posibles se considera que la definición de Mosco es la que mejor da cuenta de lo que ha sido efectivamente desarrollado, como investigación académica, en los marcos de la Economía Política de la Comunicación: “En sentido restricto, economía política es el estudio de las relaciones sociales, en especial de las relaciones de poder, que constituyen la producción, la distribución y consumo de recursos, incluyendo los recursos de la comunicación”.¹⁵⁷ Al pensar la realidad comunicacional y cultural delante de la Economía Política, en el centro está la conexión entre comunicación y capitalismo, o sea, la primera se insiere en el segundo, lo que no implica determinación directa de uno sobre el otro. Es que el capitalismo funciona como un todo, revelándose contemporáneamente globalizado, y en esta proporción la producción industrial cultural y sus corporaciones se globalizan. De igual forma,

157 Mosco, Vincent. “Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral”. *Comunicação e sociedade* 1 – Cadernos do Noroeste, Braga, v. 12, ns. 1-2, p. 97-120, 1999. p. 98.

la EPC se muestra como una vía de comprensión del capitalismo en la contemporaneidad, por el papel de la comunicación en el sistema y por la capacidad analítica de la propia Economía Política.

Pionerismo y relaciones

El libro inicial de la Economía Política de la Comunicación en Brasil es *Mercado brasileiro de televisão*,¹⁵⁸ la disertación de maestría de César Bolaño desarrollada en el Instituto de Economía de la Universidad Estadual de Campinas (Unicamp). Se trata de un abordaje en el plano de la historia económica de la televisión brasileña, mostrando cómo, de un mercado desconcentrado se llegó a la formación de un oligopolio, discutiendo barreras a la entrada y el papel de las industrias culturales en el capitalismo. El propio Bolaño avanza en esa relación comunicación y capitalismo en su tesis de doctorado, realizada en el mismo espacio académico y defendida en 1993. Publicado en el año 2000, el libro *Indústria cultural, informação y capitalismo*¹⁵⁹ trae una sofisticada discusión teórica, ofreciendo un modelo de análisis de los diversos medios en el sistema capitalista. Presenta las relaciones de la comunicación y de la cultura con el modo de producción capitalista, pasando por una discusión de elementos como teoría del valor, Estado y esfera pública, en articulación con autores de diversos orígenes, en especial franceses.

Cabe destacar que, antes de eso, en el inicio de los años 80, Sérgio Capparelli publicó *Televisión y capitalismo en Brasil*,¹⁶⁰ resultado de su tesis de doctorado, así como el libro de Bolaño de 2000. En el caso de Capparelli, a pesar del diálogo con la EPC (y de la gran contribución que da), se trata de una investigación con fuerte matriz sociológica y, en consonancia con su tiempo histórico, basada en las Teorías de la Dependencia Cultural (TDC). Se añade que, en este período, entre los años 70 e inicios de los 80 del siglo XX, Brasil se inserta en el debate acerca del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la

158 Bolaño, César. *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju: PEUFS, 1988. El libro fue posteriormente reeditado, en versión actualizada, como Bolaño, César. *Mercado brasileiro de televisão*. 2. ed. São Paulo: Educ, 2003.

159 Bolaño, César. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec, 2000.

160 Capparelli, Sérgio. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&PM, 1982.

Comunicación (NOMIC), fomentado en el ámbito de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Eso representó no solo la actualización del país con el debate internacional, sino aún un grado de politización del debate académico, que si mantenía prendido el fuego de criticidad de las Ciencias Sociales, reducida tras el fracaso de la NOMIC, presentaba como dato negativo una ideologización de la investigación, con perjuicios para el rigor científico.¹⁶¹

Teniendo en cuenta las diferencias de postura teórica, de desarrollo metodológico y de interpretación del pensamiento marxista, es fundamental diferenciar la Economía Política de la Comunicación de las Teorías del Imperialismo Cultural:

Es importante trazar esta genealogía porque, no pocas veces, se nota un equívoco entre los autores de fuera del campo de la EPC, o aun entre aquellos que han buscado ingresar en el campo recientemente, venidos de otras áreas y sin la formación básica en la materia, respecto de la relación entre Economía Política de la Comunicación y las Teorías de la Dependencia Cultural (TDC), con las cuales aquella comparte dudas y preocupaciones, además de un origen común, como vimos, pero tienden a discrepar en los diagnósticos y propuestas, inclusive porque, históricamente, una nace de la crítica interna de la otra, en el interior del campo común del Materialismo Histórico. Las TDC yerran especialmente al atribuir el origen de las desigualdades de los flujos de circulación de bienes esencialmente a la dominación externa [...] Se añade que la TDC ni siempre primó por el rigor metodológico, preocupada como estaba, las más de las veces, con la lucha política en los años 60 y 70 del siglo XX, un período de radicalización y lucha revolucionaria contra gobiernos dictatoriales, fruto del desplazamiento de la disputa por la hegemonía global, entre los dos bloques de poder

161 De forma no restricta a la investigación relativa a la Teoría de la Dependencia, Reboúças alerta sobre el riesgo de “dejar de lado la cientificidad”, en el ámbito de los estudios de “economía (y) política de comunicaciones”, “haciendo con que reflexiones sobre una temática tan rica acaban por llevar la ideología a tomar el lugar de la teoría y la polémica, el lugar destinado a la investigación”. Reboúças, Edgard. “Los estudios y prácticas de la economía (y de la política) de comunicaciones en Latinoamérica”. In: Sousa, Helena (Org.). Comunicación, economía y poder. Porto: Porto, 2006. p. 61-77. p. 67.

mundial, hacia la periferia, inclusive Latinoamérica, donde esos estudios se originan.¹⁶²

Entonces, separándose la EPC y las TDC, se establece el desarrollo de la Economía Política de la Comunicación a partir de fines de los años 80, abriéndose en el decenio de los 90 su período de mayor articulación institucional, sin sombra de dudas a partir de la creación, en 1992, del Grupo de Trabajo (GT) de Economía de las Comunicaciones de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (INTERCOM), después renombrado de Economía Política de las Telecomunicaciones, de la Información y de la Comunicación (EPTIC). El pionerismo de Bolaño se materializa también en este proceso de institucionalización de la Economía Política de la Comunicación en Brasil, en relación a Latinoamérica y Europa, en particular. Así, lideró la constitución del referido GT y fue el primer coordinador, de la reunión inicial, en los Congresos de 1993 a 1995, cuando asumió la vice-presidencia de la INTERCOM y pasó el cargo al profesor doctor Alain Herscovici, de la Universidad Federal del Espíritu Santo (UFES), que lo lideró hasta 2000, año de su extinción, sin el acuerdo de los investigadores de la EPC.¹⁶³

El papel de este GT debe ser considerado más allá de sus reuniones anuales, realizadas en los congresos de la Intercom, pues además han sido desarrolladas mesas en eventos de otras organizaciones, como Sociedad Brasileña para el Progreso de la Ciencia (SBPC), Asociación de los Cursos de Graduación en Economía (ANGE), Asociación Nacional de los Centros de Pos-Graduación en Economía (ANPEC), Sociedad Brasileña de Economía Política (SEP) y

162 Bolaño, César Ricardo Siqueira; Brittos, Valério Cruz. "Economía Política de la Comunicación en Brasil: el avance de la reflexión crítica". In: Marques de Melo, José. *El campo de la comunicación en Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2008. En el prelo.

163 Los GT de la Intercom desaparecieron en 2000, surgiendo en su lugar los Núcleos de Pesquisa (NPs), que se reunieron por primera vez en el Congreso de 2001. En este proceso, desaparecieron los GT de Economía Política de las Telecomunicaciones, de la Información y de la Comunicación y de Políticas de Comunicación. La solución del directivo de la Intercom, de crear un Núcleo denominado de Políticas y Estrategias de la Comunicación, no contempló los intereses científicos especialmente de los investigadores que actuaban bajo el GT EPTIC.

Sociedad Brasileña de Historia de la Ciencia (SBHC). Además, publicó dos compilaciones, expresando su diálogo nacional e internacional: *Economía política de las telecomunicaciones, de la información y de la comunicación*¹⁶⁴ y *Globalización y regionalización de las comunicaciones*.¹⁶⁵ Durante toda su existencia, el Grupo de la Intercom trabajó en coordinación con el colectivo de Economía Política de las Comunicaciones de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), que funciona desde 1995, bajo la coordinación de Bolaño, y editó el primero libro del GT de la entidad, *Privatización de las telecomunicaciones en Europa y Latinoamérica*.¹⁶⁶

Todo eso culminó con la creación, en 1999, de la Red de Economía Política de las Tecnologías de la Información, de la Comunicación y de la Cultura (EPTIC), direccionada a la articulación intelectual del área a nivel internacional. La EPTIC está vinculada formalmente al Observatorio de Economía y Comunicación (OBSCOM) de la Universidad Federal de Sergipe (UFS), creado en 1994. Si bien los miembros de la EPTIC se encuentran periódicamente en los diversos eventos de EPC, en diversas partes del mundo, es por Internet que el diálogo se realiza de forma más efectiva y rutinaria. El principal lugar de exposición y debate del grupo entre sí y con la comunidad académica en general es el portal EPTIC (www.eptic.com.br), cuyo principal locus es la revista académica cuatrimestral *EPTIC On-Line –Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación–*, evaluada como Nacional A por la Capes y que cuenta con un Consejo Editorial integrado por los más representativos nombres de la EPC mundial.

El portal EPTIC trae tesis, disertaciones, libros en línea y un boletín electrónico quincenal (EPnoTICias),¹⁶⁷ también se distribuye vía

164 Bolaño, César (Org.). *Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação*. São Paulo: INTERCOM, 1995.

165 Bolaño, César (Org.). *Globalização e regionalização das comunicações*. São Paulo: EDUC, 1999.

166 Bolaño, César (Org.). *Privatização das telecomunicações na Europa e na América Latina*. Aracaju: EDUFS, 1997.

167 En su génesis está el Boletim EPTIC, que comenzó a circular en 1993, en versión impresa.

e-mail, y se destaca en el conjunto de esfuerzos que permitió la creación de la Unión Latina de Economía Política de la Información, de la Comunicación y de la Cultura (ULEPICC), federación internacional constituida por capítulos nacionales estructurados hasta el momento en Brasil, España y Argentina, creada en 2002, en Sevilla (donde funciona su sede), tras un evento preliminar realizado en 2001 en Buenos Aires. En esta articulación internacional, se debe mencionar que los investigadores brasileños de EPC han participado activamente de otras entidades internacionales, en grupos más o menos reducidos, como la Federación Lusófona de Ciencias de la Comunicación (LUSOCOM), la International Association for Media and Communication Research (IAMCR) y la Asociación Iberoamericana de Comunicación (ASIBERCOM). Además, han desarrollado proyectos internacionales, inclusive con apoyo del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), además de otras oficinas brasileñas y de países socios.

Espacios y avances

En 2003 se creó la *Biblioteca EPTIC*, una colección sobre Economía Política de la Comunicación, para suplir el vacío de la baja cantidad de obras con este enfoque en el país, a través del lanzamiento de títulos colectivos (y en el futuro también individuales), de investigadores de Brasil y del exterior. Por su intermedio, se busca debatir cómo la esencialidad de la discusión del papel de los medios y del espacio público se eleva, en la medida en que aumenta la tendencia mundial de concentración de la propiedad cultural, asumiendo los medios una creciente y generalizada relevancia. Con esta iniciativa, la Red EPTIC renueva su compromiso con la evolución de los estudios académicos del campo de la comunicación, bajo la mira de la Economía Política, en la expectativa de que los conocimientos procesados generen propuestas concretas de democratización.

La *Biblioteca EPTIC* consiste en una instancia de fomento a la comunidad académica –y a la sociedad civil– para reflejar sobre los sectores mediáticos, alineada con metas de pluralidad y sumando colaboraciones a las investigaciones, en especial de Programas

de Pos-Grado en Comunicación, Ciencias Sociales, Ciencias de la Información y Economía.

El primero y el tercero volúmenes de la *Biblioteca EPTIC, Comunicación, información y espacio público: exclusión en el mundo globalizado*¹⁶⁸ y *Comunicación, hegemonía y contra-hegemonía*,¹⁶⁹ respectivamente, expresan los trabajos desarrollados en dos talleres sobre la realidad info-comunicacional en la contemporaneidad, realizados en el ámbito de las ediciones de 2002 y 2003 del Forum Social Mundial (FSM), ambas realizadas en Porto Alegre. Esos dos eventos también traducen el perfil de diálogo con la sociedad de los investigadores de EPC, no solo por el desarrollo de debates en un ambiente no directamente académico, sino por las sociedades con las cuales contaron para su implementación, ni todas de matrices universitarias, como el Sindicato de los Periodistas Profesionales del Rio Grande do Sul, la World Association for Christian Communication (WACC), el aún Centro de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Vale do Rio de los Sinos (UNISINOS), el Instituto Humanitas UNISINOS (IHU) y el Centro de Asesoría Multiprofesional (Camp).

El tercer volumen de la biblioteca reúne textos presentados en reuniones del Grupo de Economía Política de la ALAIC y de la ULEPICC,¹⁷⁰ mientras el cuarto contiene trabajos expuestos en el 1er. Seminario de Investigación CEPOS, relativo al Grupo de Investigación Comunicación, Economía Política y Sociedad.¹⁷¹ En el mismo cuadrante de libros colectivos, editados en Brasil, de debate de las cuestiones mediáticas contemporáneas, debe ser incluida la obra sobre los 40 años de la Red Globo,¹⁷² de gran repercusión en

168 Brittos, Valério (Org.). *Comunicação, informação e espaço público: exclusión en el mundo globalizado*. Rio de Janeiro: Papel Virtual, 2002.

169 Jambeiro, Othon; Brittos, Valério; Benevenuto Jr., Álvaro (Orgs.). *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*. Salvador: EDUFBA, 2005.

170 Jambeiro, Othon; Bolaño, César; Brittos, Valério (Orgs.). *Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder*. Salvador: EDUFBA, 2004.

171 Brittos, Valério (Org.) *Comunicação na fase da multiplicidade da oferta*. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.

172 Brittos, Valério; Bolaño, César (Orgs.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

el campo de la comunicación en el país, así como un volumen con algunas de las exposiciones presentadas en el 1er. Encuentro de la ULEPICC-Brasil, realizado en Niterói, en 2006.¹⁷³ El grupo brasileño participó también del desarrollo de una compilaciones de las más relevantes para la Economía Política, con capítulos de pensadores de diversos países, vinculados a la ULEPICC,¹⁷⁴ posteriormente traducido al inglés, con la finalidad de publicarlo por parte de la Hampton Pres, con apoyo de la IAMCR.

Después de un año del lanzamiento de la Colección Biblioteca EPTIC, en marzo de 2004, en Aracaju, se fundó el Capítulo Brasil de la ULEPICC, teniendo como una de sus metas fomentar el debate del área.¹⁷⁵ Su primer encuentro fue organizado por la Universidad Federal Fluminense (UFF), en Niterói, en octubre de 2006, mientras la segunda edición fue fijada para agosto de 2008, a cargo de la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) – Campus de Bauru. El primer directivo de la ULEPICC-Brasil fue compuesta por los profesores doctores Valério Cruz Brittos (UNISINOS – presidente), Othon Jambeiro (UFBA – vice-presidente), Anita Simis (UNESP – secretaria-general) y Álvaro Benevenuto Jr. (UCS), Fernando Mattos (PUC – Campinas), Verlane Aragão (UFS) y William Dias Braga (UFRJ), como vocales. En 2006, se eligió una nueva directiva con mandato hasta 2008, alterando el cargo de vicepresidente, que pasó a ser ocupado por el profesor doctor Laurindo Leal Filho (Cásper Líbero), y quedaron como vocales los profesores doctores Adilson Cabral (UFF), Leandro Ramires (UnC), William Dias Braga (UFRJ) y Suzy dos Santos (UFRJ, que, en 2007, asumió la tesorería). Al final de este mismo año la organización lanzó su sitio en internet (www.ulepicc.org.br).

No obstante todo este movimiento, los investigadores de EPC no lograron, hasta el presente, crear un programa de pos-grado (PPG)

173 Brittos, Valério; Cabral, Adilson (Orgs.). *Economia política da comunicação: interfaces brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

174 Bolaño, César; Mastrini, Guillermo; Sierra, Francisco (Orgs.). *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía, 2005.

175 ULEPICC-Brasil. "Quem somos". Disponible en: <<http://www.ulepicc.org.br/interna.php?c=41>>. Acceso en: 12 abr. 2008.

específico, volcado directamente a este abordaje, en Brasil. Por esta razón, lo que hay es la presencia de orientadores y orientados distribuidos entre las diversas maestrías y doctorados existentes en el área de las comunicaciones. Esa participación de la EPC en los PPG en Comunicación ha sido creciente, tanto que, en el proceso de reciclaje de la Asociación Nacional de Programas de Pos-Graduación en Comunicación (COMPÓS) de 2006 se aprobó la creación de un GT de Economía Política y Políticas de Comunicación (EPPC). La primera reunión del Grupo fue en 2007 y la segunda, en 2008, siempre en los encuentros anuales de la entidad, el primero en Curitiba, en la Universidad Tuiuti, del Paraná (UTP), y el segundo en São Paulo, en la Universidad Paulista (UNIP), en ambas ocasiones bajo la coordinación de este investigador. Por ser los GT de la Compós el espacio de exposición de la investigación pos-graduada, en la tabla siguiente se sintetiza la presencia de docentes de los programas de pos-grado en el Grupo,¹⁷⁶ sea apoyando formalmente su creación o presentando trabajos en una de las reuniones realizadas.

Tabla 1

Participación de profesores de PPG en Comunicación en el GT EPPC de la Compós

| Programa | Subscripción inicial | 1ª reunión | 2ª reunión |
|----------|----------------------|------------|------------|
| UNB | 03 | 01 | 01 |
| UNESP | 02 | – | – |
| PUCRS | 01 | 01 | – |
| USP | 03 | – | – |
| UNISINOS | 02 | 01 | 02 |
| UMESP | 01 | – | – |
| FACASPER | 01 | 01 | – |

176 Un segundo análisis permite constatar que la lista no corresponde a la totalidad de profesores de pos-grado involucrados con el GT. Por un lado, no están relacionados relatores invitados actuantes en PPG; por otro, hay docentes de programas de pos-grado en áreas afines, que, por el corte estipulado para el levantamiento, no fueron incluidos. Además, un profesor de PPG, aunque trabaje en el área, puede no haber participado hasta el momento del Grupo o no haber firmado el documento inicial, por varios motivos.

| | | | |
|-------|----|----|----|
| UFRJ | 01 | – | 02 |
| UFRGS | 01 | 01 | – |
| ESPM | – | 02 | 02 |
| UMESP | – | – | 01 |

Fuente: autor.

Otra construcción posible para contactarse al espacio de la EPC en la área de investigación del país, no necesariamente en el pos-grado, es la consulta al directorio de grupos de investigación del CNPq. Un estudio realizado en 2006, junto a esta herramienta, muestra que, ingresando con las palabras clave “economía política de la comunicación”, se encontraba 16 grupos de investigación en EPC en Brasil, sumando 122 investigadores, 149 estudiantes y cuatro técnicos, lo que significaba 275 personas involucradas directamente con el trabajo en el área.¹⁷⁷ Esos números deben ser tomados con cautela, no solo porque desde 2006 el cuadro ha variado, sino porque no todos los grupos de la lista necesariamente tienen la Economía Política de la Comunicación como eje articulador de sus proyectos, cuando se hace un análisis detenido de cada uno de ellos.¹⁷⁸ Además, no está en la lista un grupo como Ciencia, Tecnología y Desarrollo, de la UFS, creado en 1997, vinculado al OBSCOM, aunque actúe con liderazgo reconocido en el área, tanto que formalmente mantienen la Red EPTIC. No consta en el listado, aún, el Laboratorio de Políticas de Comunicación (Lapcom), de la UnB, liderado por Murilo Ramos, que trabaja con mérito reconocido en el área conexas de la EPC.

“En la división entre las áreas de conocimiento, ocho grupos están en Comunicación, tres en Sociología, dos en Ciencia de la Información, uno en Geociencias, uno en Servicio Social y uno en Planeamiento Urbano y Regional”.¹⁷⁹ Pasando por varias regiones del país, la relación de los nombres de los grupos de investigación y las respectivas

177 CNPQ. “Consulta grupos de investigación”. Disponible en: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/>>. Acceso en: 25 enero. 2007.

178 El propio modelo de levantamiento adoptado trae distorsiones intrínsecas, ya que, tratándose de una búsqueda automática, solamente son listados los datos en que las palabras-clave aparecen en el nombre del grupo, título y palabras-clave de la línea de investigación.

179 Bolaño, César Ricardo Siqueira; Brittos, Valério Cruz, op. cit.

universidades que los cedían está compuesta por: el Centro de Estudios Latinoamericanos sobre Cultura y Comunicación (CELACC); la Universidad de São Paulo (USP), Ciencia de la Geoinformación; el Centro Universitario La Salle (UNILASALLE), Ciencias Sociales e Interdisciplinaridad; la Universidad Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Comunicación, Economía Política y Sociedad (CEPOS); la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Construcción y Uso de la Información; la Pontificia Universidad Católica de Campinas (PUC-Campinas), Economía Política de la Comunicación y nuevas Tecnologías; la Universidad Federal Fluminense (UFF) y Educación, Sociedad y Desarrollo; y, la Universidad del Estado de la Bahia (Uneb).

La lista se completa con: el Grupo de Estudios de Media; Análisis e Investigaciones en Cultura, Procesos y Productos Mediáticos (GEMINI); la Universidad Federal del Rio Grande do Norte (UFRN), Grupo de Estudios de Políticas de Información, Cultura y Comunicaciones (GEPICCC); la Universidad Federal de Bahia (UFBa), Gestión y Políticas de Comunicación; la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Grupo de Análisis y Planeamiento Geocultural y Turístico; la Universidad Estadual del Centro-Oeste (UNICENTRO), Grupo de Estudios en Estado y Desarrollo; la Fundación Escuela de Sociología y Política de São Paulo (FESPSP), Laboratorio Territorio y Comunicación (LABTEC); la Universidad Federal del Rio de Janeiro (UFRJ), Núcleo Analítico de Variables en la Economía Política de las Comunicaciones (NAVE); la Universidad de Paso Fundo (UPF), Núcleo de Investigación en Políticas Públicas y Desarrollo Sustentable: Educación, Comunicación y Economía; y, la Fundación Universidad Federal del Tocantins (UFT), Grupo de Investigación en Política y Economía de la Información y de la Comunicación (PEIC) – UFRJ.

Consideraciones finales

Siguiendo además del tecnicismo y de la determinación infra-estructural directa, la EPC se inserta en el paradigma de la crítica de la Economía Política, propuesta por Marx, direccionada, por tanto, no para la justificación del sistema. Con eso, se distancia radicalmente de la Economía Política mientras ciencia de fundamentación burguesa, surgida como tentativa de sustentación del modo de producción capitalista. En esta perspectiva, la crítica de los media bajo el capitalismo ha sido la tónica de la Economía Política de la Comunicación, lo que la aleja de abordajes que buscan transformar los estudios comunicacionales en una ciencia neutra y objetiva, como si eso fuera posible. Las relaciones sociales –de poder, por tanto– constituyen las investigaciones propias de este abordaje, trabajando las alteraciones históricas, con sus dimensiones política, económica y cultural, y así relacionando la comunicación con el sistema que la controla, en una identificación de interpenetraciones complejas y dialécticas.

Ante eso, en Brasil la EPC también han enfrentado las reacciones al pensamiento crítico en general, en especial por entrar en el ámago del problema del funcionamiento del capitalismo, lo que la torna una meta prioritaria de combate del pensamiento hegemónico. Eso, no obstante, no ha impedido el avance de la Economía Política de la Comunicación en el país, en especial en el siglo XXI, lo que se debe, en gran medida, al esfuerzo teórico de sus investigadores. Al contrario, desde entonces ha habido un crecimiento del número de espacios académicos volcados a la discusión e investigación a partir de la EPC, lo que ha redundado en la disminución de su potencial teórico-metodológico, siempre en articulación con el debate internacional. Se llega a tal realidad teniendo en consideración la capacidad aglutinadora de la Economía Política de la Comunicación, en el ámbito de las Ciencias Sociales y Humanas, abriéndose para la interlocución cualificada perceptible con los demás abordajes del campo de la Comunicación, así como con la Sociología, la Economía, la Ciencia Política y la Historia, entre otras.

Este libro se terminó de imprimir
en Marzo de 2012, siendo
Director General del CIESPAL
Fernando Checa Montúfar
y jefe del Centro Editorial
Raúl Salvador R.

Comunicación y la Crítica de la Economía Política:

Perspectivas teóricas y epistemológicas

Once renombrados especialistas en Comunicación, bajo la coordinación de César Bolaño, hacen su aporte académico para recrear en esta publicación un territorio mental en el que la Economía Política de la Comunicación pueda dialogar con otras áreas del conocimiento, dentro y fuera de las llamadas Ciencias de la Comunicación, como una contribución al debate epistemológico en ese amplio campo de conocimiento al cual pertenece y dentro del cual, muchas veces, no llega a ser bien comprendido.

En palabras de Bolaño, no se pretende crear una identidad, institución, campo, estructura, sino simplemente un espacio de interlocución y trabajo, centrado en un conjunto de textos que, en sí, ya representa la materialización del diálogo realizado anteriormente en el interior de sus diferentes entidades, campos, estructuras y/o instituciones.

Además de César Bolaño, el lector encontrará en este libro el pensamiento que sobre este tema tienen autores como: Armand Mattelart, Cesare Galvan, Gabriel Kaplún, George Yúdice, José Marques de Melo, María Nélide Gonzalez, Raúl Fuentes Navarro, Roberto Follari, Ruy Sardinha, Toby Miller, Valério Brittos.

ISBN: 978-9978-55-087-8



9789978550878