

Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias

**Francisco Sierra Caballero
(Universidad de Sevilla)**

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y TEORÍA CRÍTICA. APUNTES Y TENDENCIAS

POLITICAL ECONOMY OF COMMUNICATION AND CRITICAL THEORY. NOTES AND TRENDS

Francisco Sierra Caballero
(Universidad de Sevilla)

I/C - Revista Científica de
Información y Comunicación
2009, 6, pp149-171

Resumen

Las actividades de información-comunicación constituyen una parte esencial de la base económica en la que se fundamenta el modelo tardocapitalista, también denominado Capitalismo Cognitivo. Superando el tradicional desinterés de la academia por esta realidad, en el último lustro han tenido lugar en Iberoamérica diferentes experiencias que apuntan la posibilidad de recuperación del pensamiento crítico emancipador. La Economía Política de la Comunicación o del Conocimiento debe ser capaz de imaginar *otra comunicación posible*.

Abstract

Information-communication activities are an essential part in the economic basis on which late-capitalism model, also called Cognitive Capitalism, is based. Exceeding the usual lack of interest of academia in this fact, different recent experiences in Latin America focus on chances of recovering critical thinking. Political Economy of Knowledge must be able of imagining another possible communication.

Palabras clave

Economía Política de la Comunicación / Sociedad de la Información / Tardocapitalismo / Obrero Social / Iberoamérica.

Keywords

Political Economy of Communication / Information Society / Late-Capitalism / Social Worker / Latin America.

Sumario

1. Introducción.
2. Sociedad de la información y subsunción.
3. Pensar el cambio social. Teoría crítica y materialismo.
4. Historia y progreso de la economía política de la comunicación regional.
5. Cultura de investigación y giros epistemológicos.

Summary

1. *Introduction.*
2. *Information Society and plunge.*
3. *Thinking social change. Critical Theory and materialism.*
4. *History and evolution of political economy of regional communication.*
5. *Research culture and epistemological turns.*

1. Introducción

El complejo comunicación-industria, según explica Hamelink, es una nueva exigencia de la actual estructura económica del mundo, dominada por el control financiero, la centralización de la industria del marketing y el control de la tecnología. De ahí la incidencia de los elementos informativos en el proceso de *financiarización* de la economía (Hamelink 1981, 27). "Tanto en términos de *hardware* como de *software*, la comunicación internacional es una rama importante de la actividad industrial. Las empresas que poseen intereses considerables en la comunicación internacional figuran entre las mayores empresas industriales del mundo"¹.

Por otra parte, se percibe una progresiva concentración de la amplia variedad de servicios y bienes de comunicación pública en un reducido número de grupos multimedia, desde la fase de producción a la distribución de productos que actualmente estructura el comercio internacional. Justamente, cabe entender en este contexto el papel jugado por el sector financiero en las aceleradas fusiones de las compañías locales de información. La banca transnacional se ha convertido, en este proceso, en elemento clave de la industria multimedia y de telecomunicaciones. El nuevo complejo comunicación-industria está hoy orientado, en este sentido, por los intereses privados de la industria y la banca transnacional. Las telecomunicaciones constituyen *de facto* parte vital de las actuales estrategias financieras. Los flujos invisibles de datos son uno de los factores

¹ Pese a la creciente determinación sobre los movimientos bursátiles de grandes grupos económicos como Dow Jones o la agencia Reuters en el desarrollo de la economía real, la investigación sobre la influencia de estos grupos multimedia ligados a los grandes operadores financieros prácticamente brilla por su ausencia.

tecnológicos que explican el actual nivel de concentración del sistema bancario. La necesidad de transmitir grandes volúmenes de información en tiempo real prioriza la apropiación tecnológica como condición indispensable para hacer efectivas las posibilidades de expansión de los movimientos de capitales (Hamelink 1981, 103). En cierto sentido, los flujos internacionales de información amplían las posibilidades de evadir cualquier tipo de control público sobre los flujos internacionales de capital.

Como señalamos, el control de la tecnología es hoy uno de los principales instrumentos para el dominio económico mundial. Más aún, el control oligopólico de las nuevas tecnologías de la información constituye el principal factor de sostenimiento de las actuales relaciones económicas. A través del poder financiero, las corporaciones transnacionales invierten grandes sumas de dinero en políticas de I+D, privatizando el uso y explotación productiva de las innovaciones tecnológicas. De tal modo que la progresiva especialización de los mercados y la expansión transnacional del capital financiero introduce una nueva división internacional del trabajo en torno al desarrollo de las redes telemáticas de comunicación. Sin ningún ánimo reduccionista, puede decirse que las nuevas tecnologías de la información estructuran decisivamente el nuevo orden económico internacional, pasando los estados nacionales a ser dependientes de las prácticas y flujos del capital transnacional.

El concepto clave de esta novedosa realidad informativa es el de la sinergia empresarial como estrategia de los emporios transnacionales en ilimitada expansión comercial. Lo característico de la creciente integración en las fuerzas productivas de la información como materia prima es su desarrollo paralelo a la desregulación liberalizadora, acompañada de la superconcentración tanto vertical como horizontalmente, no ya sólo de las ramas de esta industria, sino además de sectores ajenos a la naturaleza de esta mercancía.

A todos los niveles, nacional e internacionalmente, el control de la información es una necesidad estratégica de la economía. "La información como propiedad y el uso y control de la misma para defender la propiedad son características distintivas del capitalismo en los años finales del siglo XX" (Schiller 1993, 70). Las corporaciones transnacionales en gran medida se han vuelto dependientes de los flujos de información para garantizar la circulación de bienes y servicios en el mercado mundial. Es por ello que la producción y las finanzas necesitan una mayor integración de la infraestructura de comunicaciones. El equilibrio del mercado depende cada vez más de la explotación intensiva de la calidad simbólica. Mientras "la producción ampliada y las capacidades de distribución han incrementado la ganancia en la producción cultural" (Schiller 1993, 48).

Tenemos así que las actividades de información-comunicación constituyen una parte esencial de la base económica en la que se fundamenta el modelo tardocapitalista. La sociedad de la información es de

hecho definida como esquema interpretativo de la denominada nueva economía, a raíz de la creciente participación de algunos segmentos de la industria sobre el flujo de la comunicación internacional. La economía de la información se identifica así con la tendencia posindustrial en la medida en que ésta modifica las relaciones sociales a través del progreso y desarrollo tecnológico. En términos económicos, la expansión de las industrias culturales es concebida como:

- a. Un mayor estímulo del comercio internacional, que aumenta la demanda de líneas de producción más completas, relacionadas con el sector informativo.
- b. Un incremento de las inversiones en las industrias vinculadas con la información.
- c. La formación de una red de transferencias tecnológicas en el sector electrónico que vincula firmas de diferentes países mediante acuerdos sobre licencias e intercambio de patentes².

Como resultado de esta lógica discursiva y material, la distribución y ejercicio del poder social se relaciona cada vez más con los recursos e instrumentos de control de la información. La economía se volatiliza y estructura en relaciones inmateriales sus estrategias de valorización. Aunque las diferencias y correlaciones existentes entre descalificación de la mano de obra y la creación de nuevas funciones laborales ha dado pie a confrontadas interpretaciones, lo cierto es que la economía de la información se ha convertido hoy en el sector con mayores utilidades mientras la producción y procesamiento estratégico de información constituye la clave de la productividad en un contexto económico progresivamente informacional. La sociedad se transforma así en un elemento de producción. "El desarrollo no es ya una consecuencia solamente de la acumulación del capital. El desarrollo se da como resultado de un conjunto de factores sociales, entre los cuales el conocimiento (bajo la forma de investigación científica y técnica, de formación profesional o permanente, de difusión de actitudes favorables a la transformación continua de los factores de producción, etc...) ocupa un lugar cada vez más importante" (Díaz Rangel 1985, 113). Por lo que conviene tomarlos en cuenta en cualquier estrategia de evaluación alternativa a las actuales políticas de desarrollo social.

² . Cfr. OCDE, El papel de los bienes de servicios de información en el comercio internacional, París, 1979.

2. Sociedad de la información y subsunción.

Si siguiendo la teoría del "obrero social" que desarrolla Negri, podemos llegar a la conclusión de que ya no es el obrero el eje productor hacia el que se orientan los saberes de la megamáquina del Capital. No es el individuo social el objeto de la nueva crítica marxista, puesto que él es la nueva, paradigmática, singular y creativa potencia productiva. Asumiendo plenamente las consecuencias de los procesos de automatización industrial y de informatización de la sociedad, Negri esboza la hipótesis del obrero social como el análisis de la figura social del trabajo productivo en cuanto subjetivización del proceso de producción. La nueva fase de subsunción de lo real por el capital, que ya analizara en los setenta Tronti, significa, según esto, la extensión del proceso productivo a la totalidad de la sociedad, incluso a los mecanismos considerados reproductivos, y la mercantilización de cualquier actividad social mediante la transformación de la composición de clase del conjunto de los asalariados desde el modelo de obrero masa (el obrero de los grandes complejos industriales, de la cadena de montaje) a la figura del obrero social (el asalariado terciario, de alta cualificación y a veces sin embargo dependiente de la economía sumergida).

La creciente socialización del proceso productivo sitúa así en las singularidades creativas de la fuerza colectiva de trabajo la posibilidad del desarrollo de las fuerzas de producción, del saber social acumulado. Por ello, cobra vital importancia comprender la realidad transversal de todos los procesos productivos. Luego, en resumen, la industria de recursos humanos actualiza el papel de los trabajadores intelectuales. La acumulación de plusvalía depende directamente del saber y del conocimiento: información + saber-hacer. Por ello, el hombre, el profesional liberal en general, o el informador en particular, son la materia prima fundamental de la explotación capitalista, que lógicamente por la ley del mercado pauperiza, objetivándolo, las potencialidades creativas de su *background* intelectual. Hacia él justamente se dirige el nuevo discurso de la Calidad Total, y sobre él, como no podía ser de otro modo, se diseñan conflictivamente las estrategias de reingeniería productiva.

La nueva metodología del control se apoya en el despliegue de un amplio dispositivo de técnicas de comunicación para que el flujo de información sea consecuente con los flujos de poder que establece como condición la circulación y valorización del capital. La comunicación interna se conforma, en este proceso, en el emblema por antonomasia de las empresas. Como señala Coriat, la empresa tardocapitalista parece atrapada en un frenesí de comunicación tanto más cautivador cuanto que da la ilusión de actuar allí donde las cosas son apreciables. La comunicación en la empresa ha pasado a convertirse, de manera progresiva, en materia estratégica para la acumulación de plusvalías. Cada vez más, la función propia del poder gerencial se identifica con la política de promoción

comunicativa. Es decir, la comunicación tendría esencialmente un efecto y un cometido movilizador, orientado a tres objetivos principales: forjar una identidad fuerte y valorizada de la empresa; ayudar al surgimiento de una nueva gestión del trabajo; y participar en la modernización de la producción.

La función de forjar una identidad corporativa es quizás el principal objetivo comúnmente aceptado por los especialistas en esta disciplina. Cabe subrayar, en este sentido, que a través de la imagen externa la empresa ha sido capaz de redefinir los términos tradicionales de relación con la sociedad, instaurando un nuevo sentido de responsabilidad comercial como ejercicio de retrospectión sobre los orígenes del capitalismo. Este uso estratégico de la comunicación que elimina las fronteras entre sociedad/mercado y la organización productiva se perfila en los estudios de comunicación organizacional de manera unificada. Jaeger y Rallet señalan que la novedad de las nuevas redes de comunicación aplicadas al trabajo consiste en su capacidad de enlace entre las partes de la empresa, y entre éstas y la sociedad. "La red no induce un modelo de organización social, mientras que el remodelaje tayloriano de las tareas implicaba intrínsecamente un modo de reorganización funcional" (Miège 1992, 54).

Como resume Dieterich, "la relación entre el *hardware* capitalista - la tecnología de los imperativos de ganancia - y su *software* (complemento) humano, es decir: el paradigma antropológico que hace operativo lo primero, tiene que adquirir en la sociedad global un perfil diferente al de la etapa fordista, básicamente por tres nuevas realidades: a) las empresas transnacionales, tanto en lo financiero como lo productivo y mercantil, aparecen como las entidades dinámicas formativas determinantes en la economía nacional e internacional (...), b) para las entidades formativas de la sociedad global, el mercado nacional deja de ser la plaza primordial de reproducción de capital y c) los medios electrónicos de imágenes se vuelven globales y hegemónicos frente a las sociedades nacionales" (Dieterich 1995, 135-136).

Desde una perspectiva estructural, Mattelart ha sido hasta el momento el único autor que ha sabido destacar las implicaciones de esta mutación social y económica en curso. Considerando la lógica social de la economía política, "las redes, y más generalmente las NTIC, se inscribirían así, con absoluta naturalidad en esta corriente de la gestión de las empresas, que, levantando acta del agotamiento de la organización científica del trabajo, pone el acento sobre todo en la producción de información como condición de la supervivencia económica de la empresa: tanto en la imagen social de la misma, como en la continua formulación de proyectos de empresa, en la experimentación permanente de los métodos de producción y en la elaboración de productos que integra mucho creatividad" (Miège 1992, 54). La ilusión del fetichismo tecnológico que la mayoría de autores expresan, al aislar la variable "nuevas tecnologías" en

la interpretación de las transformaciones del sistema productivo, resulta solidaria de las pretensiones demiúrgicas de las técnicas de la comunicación que muchos "managers" sostienen como supuesto en la aplicación de sus políticas de Calidad Total.

Miège distingue, a este respecto, dos fundamentos básicos en la justificación de este nuevo modelo:

- 1°. La confianza en que el éxito económico en el mercado sólo es factible actualmente logrando una fuerte cultura de empresa.
- 2°. La creencia de que su compromiso en el proyecto civilizador garantiza la estabilidad y buena consecución de los fines económicos.

En consecuencia, la comunicación contribuye, según esto, a la modernización de las empresas, de tres formas distintas:

- 1°. Mediante el acceso a la información estratégica.
- 2°. Reorganizando las condiciones de producción.
- 3°. Insertando a la empresa en un conjunto complejo de redes, servicios y tecnologías de la información, que garantiza el aprovechamiento de las alternativas de mercado.

En la práctica, la aplicación del nuevo saber-hacer gerencial consiste en la movilización de todos los recursos de la comunicación interna para lograr la adhesión de la fuerza de trabajo a los objetivos fijados de antemano por la empresa (mejorar la productividad, perfeccionamiento de la calidad de la producción, búsqueda de nuevos mercados, etc...). "Lo propio de la gestión empresarial participativa y de las demás formas de organización del trabajo más informatizadas es, efectivamente, desarrollar un agudo sentimiento de responsabilidad ante la organización y, de ahí, incluso de culpabilidad, si no se alcanzan los objetivos fijados, paradójicamente sin posibilidad de echar sobre el prójimo las dificultades" (Miège 1992, 58). "En los llamados talleres de la Nueva Era, el entrenamiento está diseñado para intensificar los sentimientos de trabajo en equipo, lealtad a la compañía y autoestima... La mayoría de los programas comparten una sencilla meta común: aumentar la productividad por medio de la conversión de la apatía del trabajador por la lealtad corporativa" (Schiller 1993, 11).

Parafraseando a Negri, nos encontramos en el punto sin retorno según el cual todo comportamiento vital es producto y, por consiguiente, toda singularidad, definida en el *Umwelt* de la explotación, lucha por la

libertad de vivir. La transversalidad informativa que favorecen a nivel interno las redes de la empresa para comprender y controlar todo el proceso productivo en su conjunto entra de lleno en la trama contradictoria del ser como potencia, haciendo inviable el dominio de la comunicación y sus dinámicas transversales en el ámbito de lo social:

Desde el punto de vista de los procesos de subjetivación, la alternativa se resuelve con celeridad: para vivir debemos comunicar, para comunicar debemos liberarnos del control de la comunicación. El tema revolucionario, que es el mismo que el de los procesos de subjetivación, es la toma de posición de la comunicación como ámbito creativo de la multitud de las singularidades; es, por consiguiente, la afirmación ontológica de la comunicación liberada. La comunicación se convierte en horizonte humano en la que es el contexto de un proceso de liberación (Negri 1981, 22).

La contradicción entre el fomento de una lógica participatoria - que no participativa - y la identificación del trabajador con el organismo corpóreo de la empresa (luego inane y por tanto automático, en cuanto automatizado) forma parte constituyente de las dinámicas contradicciones existentes entre por ejemplo las demandas del sector productivo y la dinámica de la enseñanza formal, que guía actualmente el desarrollo de la comunicación educativa, o entre la necesidad de conocimiento para el desarrollo social y la dirección economicista de las políticas de ciencia y tecnología. El sector de la industria cultural y, en general, la economía de la información vive hoy atenazadas sus potencialidades emancipatorias, sometidos como están al marco reduccionista del cientificismo económico/tecnológico que se traduce, a nivel micro, en una inconsistente aplicación de las potencialidades técnicas de las nuevas tecnologías de la información frente a la expresividad requerida al nuevo trabajador posindustrial en su creatividad dentro de los islotes de producción.

En definitiva, el viejo proyecto positivista del padre negado, aunque está originariamente en el trasfondo sustancial del modelo fordista de producción, también fundamenta en la actualidad el paradigma toyotista reduciendo la complejidad de lo humano en la era del obrero social según supuestos claramente organicistas. Ese fue el origen de las ciencias de la comunicación y explica el hecho de que la flexibilidad laboral halle hoy su contrapeso en la rigidez de la norma, y en una educación integral contemporizada por la homogeneización individualista. Por eso el nuevo modelo productivo de organización horizontal y de participación de los trabajadores en la gestión de la empresa se reduce a la asunción automática de los valores, rituales y objetivos de la organización, por influjo directo de la mercadotecnia y la comunicación corporativa; por eso la

educación tecnológica consiste en una educación reproductora, moderadamente reformista, de progreso en orden, según la lógica de una física social - tal y como la entendía Comte, o como en su día describió Moles al hablar del nuevo muro de la comunicación - , y por eso, también, hoy la comunicación, la educación y la economía tienen por objetivo fundamental en sus políticas de Investigación y Desarrollo aprender a medir para tomar medidas: *urbi et orbi*.

3. Pensar el cambio social. Teoría crítica y materialismo.

Hasta aquí hemos descrito las tendencias y lógicas sociales del nuevo Capitalismo Cognitivo. La cuestión, desde un enfoque crítico, es QUÉ HACER.

Cuando en la era de las redes globales de información y comunicación, las políticas culturales tienen una función estratégica en relación al proceso de desarrollo social, parece lógico pensar, primero, la necesidad y pertinencia que adquiere todo análisis y concepción, por teórica que esta sea, de los procesos de información, comunicación y cultura, desde un punto de vista económico-político, pues de un modo u otro contribuimos con ello a dar forma y determinamos el marco global de las transformaciones mundiales en esta materia, más aún en un tiempo de mudanza e inestabilidad como el que vivimos.

En el nuevo proceso de cambio global en curso, observamos sin embargo cómo el desarrollo de estructuras informativas y mercados culturales emergentes está alterando de forma significativa la organización del sector de la comunicación y la cultura sin que, de momento, la investigación, y menos aún los responsables públicos, aborden las complejas consecuencias de la actual dinámica del mercado y de las economías de escala, en especial en regiones vulnerables y periféricas como América Latina, y en general, aún con matices, en el espacio cultural iberoamericano. El análisis comparado de las políticas nacionales e internacionales de implantación de las redes telemáticas y la crítica del impacto que estas transformaciones están teniendo en las esferas micro de los espacios y sistemas institucionales de organización social no ocupan hasta la fecha el interés que se merece por la comunidad académica iberoamericana, entre otras razones por la falta de suficiente estructuración del campo científico, y su baja potencia y poder de impugnación y cuestionamiento crítico de la realidad de la globalización informativa tras dos décadas de conservadurismo funcionalista e idealismo sociocultural de la *intelligentsia* regional, debido en parte a un inadecuado aislamiento nacionalista marcado por la falta de miras y organización de la Academia. Sabemos no obstante que Iberoamérica, el espacio regional de referencia de nuestras culturas mestizas y subalternas, es en verdad el único ámbito desde donde

sin duda se pueden ofrecer criterios consistentes de evaluación, basados en una ética responsable de la comunicación, ante el actual desarrollo de los nuevos medios de interacción social y de codificación que experimentan nuestras culturas. La perspectiva iberoamericana debería constituir sin duda alguna el alfa y omega, la condición inexcusable para fundar un nuevo pensamiento comunicológico, y desde luego un nuevo proyecto político-social para los pueblos que habitan y resisten culturalmente los embates diarios de la sociedad global en nuestra región. Desde este punto de vista, Iberoamérica significa no sólo la mirada necesaria de un nuevo horizonte de progreso. Constituye además, de hecho, el punto de observación preciso desde el que auspiciar un nuevo proceso instituyente que haría y hace posible la cooperación y resolución regional de los problemas más graves que afectan a su vasto territorio, así como la comprensión integral de multitud de problemas que afrontan nuestros países en el actual contexto histórico, favoreciendo un mayor compromiso epistemológico de los estudiosos de la comunicación y una nueva agenda de investigación social. En esta línea, el primer paso prioritario para el desarrollo de la Comunicología iberoamericana es comenzar a discutir y repensar la centralidad económica, política y cultural de la Sociedad de la Información. Tema, como decimos, determinante pero que en Latinoamérica, España y Portugal apenas ha sido desarrollado, en buena medida porque las economías y los Estados débiles – en términos de Negri y Cocco – no han propiciado el conocimiento e inteligencia necesarios para salir de esta paradoja, concentrándose actualmente el esfuerzo inversor de la Administración Pública en I+D, con relación a este rubro, en proyectos netamente tecnológicos o de clara orientación instrumental, mientras las Ciencias de la Comunicación se debaten en la perplejidad del cambio digital sin apenas capacidad de reacción e iniciativa, y desde luego sin los recursos necesarios para pensar y dirigir el cambio estratégico asociado a esta “migración” tecnológica. Ahora bien, como en todo periodo de mudanza, soplan también vientos de otra intensidad y dirección.

En el último lustro, han tenido de hecho lugar en la región diferentes experiencias locales y alternativas potencialmente movilizadoras que apuntan la posibilidad de reordenamiento y recuperación de la palabra y el pensamiento crítico emancipador perdidos. Es el caso por ejemplo del denominado movimiento Ibercom, o específicamente el de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), propuestas que, con más o menos acierto, vienen dejando en evidencia la necesidad de estudios comparados, de plataformas supranacionales de encuentros y espacios de interlocución compartidos por investigadores, profesionales y organizaciones cívicas a uno y otro lado de ambos continentes con un similar objetivo: Pensar y transformar las formas de comunicación, a partir del conocimiento crítico-reflexivo de los diversos problemas históricos, tecnológicos, cognitivos, ideológicos y culturales de los

nuevos medios y mediaciones informativas que se discuten en el campo de las Ciencias de la Comunicación; un trabajo o tarea intelectual que debe ser capaz de propiciar una política común en nuestro espacio regional entre diferentes tipos de actores del campo de la comunicación y la cultura. La iniciativa, ciertamente, no es nueva, pero sí necesariamente revitalizada hace relativamente poco tiempo, tras un paréntesis de renuncia al pensamiento crítico y al diálogo cultural que bien ha ocupado desde hace años muchos de los encuentros de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) y de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) centrados en torno a la identidad cultural y al espacio de integración política y económica de nuestros países.

4. Historia y progreso de la economía política de la comunicación regional.

Páginas más arriba, reseñábamos la importancia de movimientos de integración iberoamericana en la revisión de las agendas de investigación y de la propia teoría comunicacional. Respecto al tema que nos ocupa, destacábamos el papel que ha asumido, en los últimos años, la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC). A efectos del pensamiento emancipador en comunicación, no sería justo resumir el presente diagnóstico del campo comunicacional sin destacar la aportación de la Red EPTIC, germen de la actual Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC). Todos los investigadores latinos somos conocedores de la potencia y calidad científica de la comunidad investigadora brasileña, pero es justo y necesario recordar la trascendental contribución científica de muchos de los investigadores agrupados en el Observatorio de la Comunicación de la Universidad Federal de Sergipe, en Aracaju, así como otros tantos estudiosos de la economía política de la comunicación de Brasil y América Latina, que preservaron el legado de la teoría crítica y el capital intelectual acumulado en los proyectos emancipadores de la región, por más que durante más de dos décadas, los agentes y programadores de la memoria colectiva trataron, en instituciones como la UNESCO, de borrar, materialmente incluso, toda referencia o tentativa de construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Pocas organizaciones y colectivos académicos mantuvieron viva, en efecto, esta idea, entre ellas precisamente la Organización Católica Latinoamericana y del Caribe en Comunicación (OCLACC) y la WACC, hoy nuevamente patrocinando, como no podía ser de otra manera, encuentros internacionales que contribuyen a refundar un proyecto emancipador y democrático de la comunicación en el nuevo siglo, mientras tratan de alentar y mantener vivo lo

que algunos autores hemos dado en llamar el “espíritu McBride”. Y esta, a nuestro entender, no es una tarea menor.

Pero si tuviéramos que hacer una historia sintética del desarrollo y progreso de la Economía Política de la Comunicación regional es preciso tratar de ser más detallista, entre otras razones porque la historia de la investigación en comunicación en América Latina nos muestra recorridos de amplia variedad temática. En esta trayectoria o secuencia, no deja de llamar la atención el escaso lugar que se le ha otorgado a los estudios de Economía Política de la Comunicación. A diferencia de los Estados Unidos y Europa, donde poseen una cierta tradición, en Iberoamérica, pese a la explosión y crecimiento de las carreras de Ciencias de la Comunicación, los estudios de Economía Política han quedado en la mayoría de los casos marginados de la agenda curricular. Situación paradójica cuando destacados investigadores como Raúl Fuentes señalan que el origen de la investigación comunicológica latinoamericana viene marcada por la importación de los enfoques económico-políticos de Herbert Schiller y la escuela crítica de Frankfurt surgidos como réplica a las orientaciones funcionalistas que predominaban en los estudios de comunicación desde los años 50. La decisiva influencia de la llamada “escuela norteamericana”, partiendo de Dallas Smythe y Herbert Schiller, junto a la importación de los conocimientos de la academia británica y francesa vinculados a la producción intelectual de Nicholas Garnham, Peter Golding y Graham Murdock, por un lado, y Patrice Flichy y Bernard Miège, por otro, terminarán determinando así la agenda de investigación en América Latina. Tal legado intelectual habría sin embargo de perdurar un corto periodo de tiempo, y salvo contadas excepciones no lograría permear las mallas curriculares y las culturas académicas de formación e investigación universitarias.

A modo de esquema didáctico de visualización del desarrollo académico del pensamiento crítico y económico-político en comunicación, podríamos hablar de tres grandes etapas en la Academia Iberoamericana:

1. El nacimiento de una identidad y programa iberoamericanos de comunicación. Frente a la prevalencia y hegemonía del funcionalismo estadounidense, en los años sesenta, se hace visible y manifiesto un movimiento potente de cuestionamiento y crítica teórica del modelo hegemónico de teorización y praxis comunicacional. En el marco de la teoría de la dependencia y del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, la Economía Política se reconoce como matriz de referencia obligada para pensar críticamente las mediaciones del imperialismo angloamericano. Pero este discurso terminará por ser dominado por un enfoque keynesiano y desarrollista derivado del protagonismo de la CEPAL en la que autores como

Oswaldo Sunkel, Celso Furtado y Aníbal Pinto formulan algunas de sus principales aportaciones. El legado marxista actualiza no obstante en este período lecturas innovadoras sobre el papel del indigenismo, el campesinado y las relaciones desequilibradas centro-periferia no sólo de la economía internacional, sino en el interior mismo de las economías dependientes. Por otra parte, autores como Luis Ramiro Beltrán formulan críticas epistemológicas sustanciales al paradigma informacional, proponiendo modelos de comunicación y desarrollo sostenibles y democráticos, frente al modelo de difusión de innovaciones. Al mismo tiempo, en el marco del debate sobre el NOMIC, se definen por vez primera las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que en Latinoamérica abonarán el terreno a la formulación teórica de nuevas propuestas y matrices de conceptualización del campo de la comunicación y la cultura.

2. La reacción conservadora. En la década de los 80, tras la publicación del Informe McBride, el contexto de recesión y reorganización del capitalismo monopolista terminará arrinconando los discursos y formulaciones políticas democratizadoras al fragor de las activas campañas liberalizadoras de la revolución conservadora. No sólo quedaron en papel mojado las propuestas del NOMIC y de las PNC en el seno de la UNESCO, sino que además, a escala global, los mercados experimentarán un intensivo proceso de concentración y liberalización que, en el plano de la teoría, llevará aparejado la derrota de la teoría crítica y toda pretensión reformista en la Academia y las políticas públicas regionales. En este marco, el discurso del imperialismo y la dependencia cultural son relegados al olvido en virtud de una praxis teórica funcional a los intereses relativistas y funcionales del mercado. Un síntoma de este desplazamiento en la agenda y epistemología de la comunicación es la prevalencia del enfoque cultural y subjetivista de investigación en comunicación, con un énfasis destacado en la audiencia y los procesos de consumo cultural que en poco o nada cuestionarán la estructura dominante de comunicación.
3. La emergencia de la memoria comunicológica. En los años noventa, especialmente en la segunda mitad, asistimos, tras más de una década de políticas neoliberales, a una recuperación de la memoria histórica y del pensamiento crítico emancipador, que vuelve a situar en el debate público los problemas estratégicos del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Al calor de movimientos como el Foro Social Mundial de Porto

Alegre, investigadores fundamentalmente brasileños, argentinos y españoles, vuelven a plantear la necesidad de una nueva agenda política internacional en materia de comunicación y cultura. Surgen en este contexto iniciativas como ULEPICC que, junto a la activación de organizaciones tradicionales como OCLACC o la WACC, comienzan a tratar de articular la voluntad decidida de caminar en una nueva dirección política.

En este escenario, hoy asistimos a la emergencia de un polo de contestación y crítica social a los supuestos indiscutidos —que no indiscutibles— del proyecto civilizador del neoliberalismo, tras dos décadas de hibernación, cuando no de acoplamiento y repliegue social de la izquierda, que permitieron los proyectos de concentración y privatización intensiva de sectores estratégicos para el desarrollo nacional en materia de comunicación. Desde el Primer Encuentro Contra el Neoliberalismo y por la Humanidad, celebrado en Chiapas, al último Foro Social de Porto Alegre (FSM), el proceso de reconstrucción de las fuerzas de progreso ha sido desde entonces más que significativo, favoreciendo la articulación de redes asociativas incluso entre aquellos investigadores que, desde una visión democrática y económico-política crítica, hoy están ya en condiciones de comenzar a definir propuestas constructivas trascendentales para el campo de la comunicación y la cultura regional.

A diferencia de la década de los sesenta y setenta, el reto hoy sería contribuir a reforzar la política de articulación de los necesarios y deseables vínculos entre investigadores críticos de la comunicación, estudiantes de licenciatura y postgrado, colectivos profesionales y organizaciones cívicas y movimientos sociales de democratización cultural, reunidos en foros de referencia como el FSM para reorientar los debates públicos, las agendas de investigación y, claro está, las políticas comunicacionales.

En este empeño, cabe destacar sobremanera el intento de una serie de investigadores hoy agrupados en la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC), que tratan por todos los medios de recuperar el análisis de la producción de las industrias culturales en forma articulada a partir de la teoría del valor-trabajo. Para el colectivo de autores integrados en esta asociación, la investigación en comunicación debe recuperar el análisis de la forma económica del desarrollo de las industrias culturales para vincularlo al estudio de los consumos y abrir el debate en torno a las políticas de medios y la organización democrática de la información y la cultura, como en su momento trató de plantear el movimiento internacional del NOMIC.

Desde esta perspectiva, y atendiendo al marco de desarrollo de la Sociedad de la Información, hoy en ULEP-ICC entendemos que la Economía Política de la Comunicación enfrenta tres tareas básicas. En primer lugar, la

teoría materialista de la comunicación debe tratar de recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios, a la vez que procura trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación luchando por un contexto internacional más justo en la distribución de los recursos y flujos de información. En este sentido, cada vez más aparece como impostergable la tarea de actualizar los diagnósticos sobre la propiedad de los medios nacional e internacionalmente, más aún cuando la concentración y desigualdades superan con creces los pronósticos más pesimistas de los años '70. En segundo lugar, creemos que es imprescindible sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de las industrias culturales. Para comprender su lógica, no sólo es preciso realizar el estudio macroeconómico de los medios, su participación en el proceso de acumulación del capital y la participación del Estado, sino contemplar además las formas particulares de producción, las características de las mercancías culturales y la valorización de capitales en cada sector. Y, en tercer lugar, la Economía Política de la Comunicación debe plantearse un programa de intervención que vincule nuevamente la academia con las prácticas y las organizaciones sociales a diferencia del aislamiento vivido en la década de los setenta entre teoría crítica y movimientos populares, que terminó por convertir las demandas de democracia informativa en coartadas políticas de los gobiernos de turno y en subterfugios retóricos para una más profunda y radical liberalización de la estructura monopólica u oligopolista de los medios de comunicación.

En el cumplimiento de estos objetivos, la Economía Política de la Comunicación debe cómo es lógico reformular sus supuestos y puntos de partida teóricos desde una perspectiva regional.

5. Cultura de investigación y giros epistemológicos.

Si la principal aportación del método materialista histórico es la construcción del conocimiento y la teoría social desde la realidad concreta, el modo de concebir e interpretar el mundo debe adaptarse a su configuración cambiando en cada momento. Cada realidad necesita su teoría, pues conforme la historia avanza y la realidad social cambia, nuestro conocimiento del mundo no puede permanecer inalterable. El método y la sustancia, la forma y el contenido del conocimiento deben pues guardar correspondencia en todo momento. Hoy por ello, la Economía Política de la Comunicación debe replantear regionalmente sus fundamentos para comprender en su totalidad la hegemonía de la producción inmaterial que, cualitativamente, está transformando la economía, las formas de vida, y desde luego la propia comunicación y la cultura. Concebida como Economía Política del Conocimiento, nuestra disciplina debe pensar la relación entre trabajo y valor a partir del reconocimiento del carácter

común y colectivo de toda producción inmaterial. Más aún, “el trabajo y el valor se han hecho biopolíticos, en el sentido de que vivir y producir tienden a hacerse indistinguibles. En tanto que la vida tiende a quedar completamente absorbida por actos de producción y reproducción, la vida social misma se convierte en una máquina productiva” (Negri/Hardt, 2004: 179). La constatación de esta idea exige, por consiguiente, una reformulación de nuestra perspectiva de estudio.

Tenemos por delante problemas urgentes como la inclusión digital, el pluralismo y la diversidad cultural en los medios y, más allá aún, el sentido mismo de ser ciudadano en un mundo global abierto y culturalmente con/fuso. Cómo abordar con garantías de éxito estas cuestiones apremiantes para los estudios de comunicación, desde un enfoque transformador, democrático y dialógico; cómo construir democracia, democratizando el conocimiento comunicológico no resultan cuestiones menores que puedan ser despachados sin más en un artículo. No es objeto desde luego de estas breves notas al margen dar respuestas acabadas, pero sí al menos apuntar una idea que se puede traslucir de la lectura del conjunto de elementos planteados en este artículo y de algún modo implícitos en estas notas, a saber: Es necesario recuperar el pasado y, con este legado, pensar los derechos y problemas políticos de la comunicación en nuestro tiempo. Es necesario, en fin, pensar el problema de la ciudadanía desde la comunicación reactualizando el legado de la teoría crítica latinoamericana y su cultivo de temas, problemas y conceptos de referencia. Desde su diversidad de planteamientos y objetos de estudio, las contribuciones de la Economía Política de la Comunicación pueden en esta línea reactivar su voluntad de cambio contribuyendo a la democracia política, económica y cultural que hoy la estructura dominante de información cercena o realimenta, en función de las clausuras o aperturas institucionales de orden práctico, sirviendo el enfoque económico-político de la Comunicología una caja de herramientas con la que articular nuevas propuestas y modelos de mediación, también teóricamente por supuesto. De la digitalización audiovisual al modelo de desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y su inserción socioeducativa, el problema de la ciudadanía en la era de la comunicación total sitúa claramente claves económico-políticas fundamentales con las que comprender y perfilar críticamente, en un sentido prospectivo, la lógica dominante de las industrias culturales.

El problema, sin embargo, paradójicamente, es cómo el pensamiento y la teoría crítica pueden articular, en este tiempo de colonización de la ciencia, un discurso y pensar “otro” que religue y actualice la potencia intempestiva de la teoría como praxis emancipadora y que, en nuestro caso, contribuya a un diagnóstico y transformación radical del universo de la comunicación, fundando las bases de una nueva mirada crítica en el contexto general de informatización y colonización de los

espacios de vida y de agudización de las desigualdades y de la división internacional del trabajo intelectual.

Como decimos pocas respuestas pueden ser formuladas a priori. Sí parece claro, no obstante, que este trabajo, de orden práctico, debe ser sostenido sobre las bases de un nuevo conocimiento sociopolítico de las lógicas sociales de la comunicación, acometiendo, desde el punto de vista académico, al menos cuatro líneas de reflexión:

- La genealogía crítica de las políticas públicas en materia de comunicación para sistematizar y redefinir nociones sustantivas como la de servicio público, poco o nada sistematizadas en el campo de la comunicación, cuando no excluidas del debate público por el imperio de las políticas liberales, especialmente a lo largo de las dos últimas décadas.
- El análisis comparado entre bloques regionales y experiencias locales de creatividad social que capitalicen el saber-hacer, las políticas generativas y emancipadoras de organizaciones y colectivos sociales a uno y otro lado del continente donde mayor desarrollo han experimentado los medios y las políticas públicas de comunicación.
- La apropiación social de las nuevas tecnologías de la información exige multiplicar y expandir en el espacio social los foros de debate sobre la Sociedad Global de la Información bajo liderazgo del Tercer Sector, impulsando dinámicas de trabajo, propuestas de articulación y políticas públicas transformadoras de lo local a lo global. En este sentido, parece prioritario investigar y conocer el papel de los movimientos sociales a lo largo de las últimas décadas: qué políticas informativas organizan la acción colectiva y de conflicto social de los movimientos emancipadores, su papel en el espacio local y regional, las formas de intervención en las políticas culturales de base nacional y transnacional, su capital cognitivo, la historia de las luchas y la potencia generativa que les identifican para un nuevo programa de organización del sector desde las experiencias acumuladas por las fuerzas históricas de transformación.
- Y, desde esta experiencia práctica concreta, el diseño de una nueva agenda de investigación, evaluando las políticas públicas en la materia y el estado del arte del conocimiento científico en comunicación, desde una perspectiva crítica que analice en

detalle la lógica, ética y retórica política de las iniciativas contemporáneas que se vienen implementando a nivel transnacional.

En definitiva, el campo de la Economía Política de la Comunicación está hoy situado en un tiempo-encrucijada que nos plantea como reto urgente mirar desde nuevas posiciones y estilos de pensamiento el reto de la transformación de las ecologías de vida cultural en el Sistema-Mundo definiendo, prioritariamente, una agenda informativa ciudadana con capacidad de redefinir los tópicos públicos y avanzar – como en parte está haciendo la campaña CRIS – los ejes del problema de las políticas públicas en materia de comunicación y la diversidad cultural, partiendo de un diálogo y un trabajo de coordinación productiva entre organizaciones sociales, academia, ciudadanía y poderes públicos, tal y como apuntábamos páginas más atrás. Partimos en este sentido con una ventaja.

La hipótesis del colectivo de investigadores que participan de esta idea en ULPEICC es que tal proyecto es viable preferentemente desde la periferia del sistema hegemónico de comunicación. Desde los países dependientes de América Latina y otras regiones del Sur es más consistente y proyectiva la crítica general del modo de producción informativa en la denominada Sociedad del Conocimiento. Y, en tal sentido, los trabajos desarrollados en el seno de ULEPICC dan cuenta de tal posibilidad y del potencial creativo por explorar al margen de la investigación y los programas instituidos en la cultura académica dominante del neofuncionalismo angloamericano o del idealismo culturalista de la “nueva crítica humanista posmoderna”. La tradición económico-política y dialéctica del campo latino de la investigación en comunicación no ha alcanzado sin embargo la madurez y volumen suficientes para revertir los paradigmas hegemónicos en la academia y el ámbito profesional de los comunicadores hasta el momento (Bolaño/Mastrini/Sierra 2005, 17-31).

Si la Economía Política de la Comunicación, o más ampliamente la Economía Política del Conocimiento, aspira a proyectar formas de habitar e imaginar el mundo diferentes, ecológicamente potentes y articuladas, integradas socialmente y productivas desde el punto de vista cultural, la teoría crítica y la izquierda deben para ello acometer al menos tres tareas estratégicas en su programa de trabajo, aún pendientes de conclusión:

1. Identificar, a modo de “lectura sintomática” (Althusser *dixit*) la trama de problemas y teorías con las que se conciben las realidades persistentes del nuevo entorno informativo: la red de discursos, tendencias y construcciones conceptuales que la definen a fin de reconocer el campo de luchas y voces que hoy enmarcan los límites de la acción y el pensamiento emancipadores. En este empeño, el concepto-fetiché de “globalización” constituye hoy el principal referente teórico que determina el debate político e

intelectual en el campo de la comunicación. El modo de tratar estos cambios y sus implicaciones ideológicas es, como sabemos, divergente. Por lo general, como resultado del alcance de las modificaciones experimentadas en la cultura, la trama compleja y contradictoria de los efectos socioculturales producidos por la globalización ha dado pie a reeditar recurrentes formas de reduccionismo del fenómeno globalizador poco ilustrativos a la hora de desentrañar prospectivamente posibles tendencias de futuro. Esta cultura de investigación ha condicionado en las dos últimas décadas incluso el trabajo científico de reputados y comprometidos analistas de la comunicación, de tal manera que hoy prácticamente son marginales las propuestas que, desde una visión global y totalizadora, pretendan dar cuenta de la lógica de la mundialización informativa a partir de la crítica económico-política de la comunicación. Antes bien, el peso de la mayoría de los análisis de la globalización mediática recae en el factor tecnológico, actualizando fórmulas deterministas cuestionadas hace años por su visión limitada de la lógica comunicacional. Los estudios sobre la naturaleza informada de la sociedad contemporánea en el pensamiento social dibujan así, en nuestro tiempo, un escenario contradictorio, y relativamente indeterminado, según la inercia de las propias máquinas de informar. La lógica transversal de los procesos informativos contemporáneos como base de los sistemas de valor del nuevo modelo de regulación social rompe no obstante las fronteras y los sistemas de valor del nuevo modelo de regulación social, y comienza a hacer cada día más visible las contradicciones sociales que traslucen los discursos científicos y las políticas públicas que articulan el proceso de cambio acelerado de la llamada por Bauman “modernidad líquida”.

2. Para que estas contradicciones sean dialécticamente productivas, parece conveniente, en la actual crisis y marginalidad de los estudios económico-políticos o, genéricamente, crítico-materialistas de la comunicación, un análisis genealógico de reconstrucción histórica, a modo de retrospectión disciplinaria, que haga comprensible las contradictorias condiciones sociales, académicas y político-culturales que determinan el alcance del pensamiento emancipador en comunicación desde el punto de vista de los temas, métodos, problemas y saber acumulado de la realidad social en las nuevas formas de mediación. El primer reto, sin duda, es la reconstrucción histórica de la formación de nuestros objetos de conocimiento. Y es vital que este proceso se haga en regiones culturales como Latinoamérica precisamente

por su situación periférica en el sistema global de información, puesto que la mirada excéntrica y excluida de la teoría crítica latinoamericana es la que mejor puede favorecer la reconstrucción de las lógicas incluyentes de la Sociedad Global, haciendo explícitos, discursivamente y en la práctica cultural, las reglas, formas de control y dispositivos reguladores del modelo dominante de globalización informativa no sólo a nivel de las industrias de la conciencia, sino más allá aún respecto a las lógicas de producción del conocimiento comunicacional que determina la actual división internacional del trabajo intelectual. Máxime si consideramos que el campo de la producción, circulación y consumo acelerado de mercancías culturales, pero también el de la producción mediatizada de la vida, de los procesos biológicos y cognitivos, constituyen el núcleo de control y desarrollo de la sociedad global. De modo que el estudio de los problemas convencionales de la Economía Política de la Comunicación no pueden ya circunscribirse a la dimensión social de la comunicación sino que han de tratar de concebir y religar tales procesos socioculturales con la producción industrial de las mentes y los cuerpos en el trabajo humano (en un sentido antropológico) y el problema estratégico del conocimiento en la valorización y reproducción de la vida social y humana y los sistemas de reproducción sociocultural.

Los principales sectores estratégicos de la economía industrial, influidos por el desarrollo de las tecnologías informacionales y la gestión del conocimiento, hoy demuestran la constitución de una nueva e intensiva lógica de subsunción del trabajo intelectual. Este es el elemento central de la actual reestructuración productiva. El plusvalor hoy se produce en torno a la extracción de las energías mentales de los trabajadores, mucho más que de sus energías físicas. Un proceso generalizado de intelectualización de la producción y del consumo incide sobre las capacidades cognitivas de los hombres y mujeres, formando un extendido "intelecto general" que caracteriza, según Marx, una situación en la que la dominación capitalista se muestra anacrónica, señalando la posibilidad concreta de superación, ligada al carácter esencialmente informático y comunicacional de la nueva estructura del capitalismo, dependiente de dos factores nucleares del proceso de cambio tardocapitalista: la virtualización de los espacios sociales y los mundos de vida y su colonización y, paralelamente, la extensión de la lógica biopolítica con la aceleración del proceso de valorización de la ciencia y la tecnología, que hoy convierte directamente, ya no de forma indirecta, el dominio del conocimiento un campo

estratégico para la ampliación del sistema de producción del capital y de conformación de sentido en el control y gobierno del cambio social.

3. Finalmente, el programa de trabajo de la Economía Política de la Comunicación no puede ser epistemológicamente coherente con su lógica científica si esta forma de “triangulación recursiva” no es acompañada por el cuestionamiento de las formas de posicionamiento y compromiso social de la teoría con la praxis de los movimientos sociales de la región en su proyección histórica, religando la actividad investigadora con la mirada y el afán emancipador de estos colectivos. De lo contrario, se terminaría reeditando el fracaso del NOMIC y del aislamiento social, y en definitiva político, de la teoría crítica, como ya sucediera hace décadas. Si bien las contradicciones fundamentales de este nuevo orden imperial pueden parecer imperceptibles por el control totalitario del mando informacional, mostrándose ilocalizables, invisibles y elusivos los puntos de articulación y transformación liberadoras, las alternativas de cambio y movilización colectiva proliferan y se multiplican en los pliegues del sistema. Así, las formas reticulares de lo espectacular integrado no sólo organizan los procesos de reproducción sino también las formas de cooperación y comunicación social dentro y fuera del sistema. Ahora, ¿desde qué bases y perspectivas puede activar el poder de la crítica sus dispositivos emancipadores?, ¿qué alternativas tenemos para la acción transformadora?, ¿cómo pueden ser reorientados los medios y tecnologías de la información en un sentido democrático?, ¿qué líneas y ámbitos de actuación son prioritarios para el diseño alternativo de una Sociedad de la Información, en verdad, para todos?

De nuevo no tenemos respuestas concluyentes. Pero desde luego, en este proceso, como en otros, no se puede partir de cero. Las redes cívicas, los telecentros comunitarios o las plataformas públicas altermundialistas están generando formas innovadoras de apropiación y uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que deben ser exploradas y asumidas conceptualmente en la revitalización de los procesos creativos de organización y desarrollo social hasta la fecha apenas consideradas por la teoría crítica. Los movimientos sociales demuestran hoy una gran capacidad de innovación y creatividad social, además de un grado de conocimiento y conciencia comunicacional, mucho más elevada que hace décadas, al disponer de herramientas de reflexividad y autoorganización de gran potencia y complejidad en la evaluación de sus acciones y

transformación del entorno. Las organizaciones sociales son hoy, en otras palabras, comunidades inteligentes dispuestas para la acción y el cambio social. Y este es, a nuestro modo de ver, la principal aportación de las NTIC, que nos lleva a pensar la comunicación vinculada a la acción, al desarrollo y necesidades radicales de los sujetos y conjuntos humanos. Posibilidad que el propio desarrollo tecnológico del sistema capitalista aporta, pero que no puede realizar en el interior del mismo, sin la acción transformadora y creativa de autoorganización de los sujetos, de los trabajadores intelectuales o intelectualizados del nuevo capitalismo electrónico. Ante esta limitada socialización de la información, el conocimiento y los nuevos medios de expresión y reproducción cultural, la comunidad académica de la comunicación debe hacer frente a las insuficiencias teórico-conceptuales y metodológicas de una cultura investigadora que abstrae las condiciones reales de construcción del saber y anula la potencia creativa y autónoma de lo social, desvinculando física, material y mentalmente los nodos de la red que nos produce y hace hoy potencialmente viable la transformación del mundo del capital.

De la asunción de una cultura común reflexiva y crítica vinculada a las redes sociales antiimperiales depende, en este sentido, el futuro de la alternativa democrática a la Sociedad Global de la Información. La Economía Política de la Comunicación puede ser el punto de partida para entender, en este proceso, las relaciones sociales desde una perspectiva abierta, no reduccionista y crítica. Este es el espíritu de la Carta de Buenos Aires y el origen de la actual ULEP-ICC, una red emergente de investigación internacional que, en los últimos cinco años, viene trabajando en la articulación, agrupamiento y promoción de la investigación y el desarrollo al servicio de un proyecto de construcción colectiva de un Nuevo Sistema Mundial de Comunicación y Democracia a partir de la crítica de los desniveles, apropiaciones y desigualdades que imperan en el modelo de dominación informativa mundial.

Sabemos que el camino por recorrer es largo y los desafíos científicos, como las políticas, múltiples. Sólo esperamos que nuestro esfuerzo colectivo, por lo pronto, dé testimonio de la emergencia de un “saber otro” y contribuya al debate público y académico sobre la nueva Sociedad Global de la Información demostrando que no hemos renunciado a nuestra “imaginación comunicológica”, que podemos, en fin, imaginar otra comunicación posible, que podemos, una vez más, imaginar el futuro, porque, entre otras razones, no hemos perdido nuestra memoria histórica.

Bibliografía básica

- BOLAÑO, César (2000): *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, Sao Paulo: Hucitec/Pólis.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (Eds.) (2005): *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires: La Crujía.
- BOUTANG, Y. Moulrier et al (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- DÍAZ RANGEL, Rafael et alii, (1985): *Estudios de comunicación social*, Monte Avila Editores, Caracas.
- DIETERICH, Heinz, (1995): “Globalización, educación y democracia en América Latina” en Noam Chomsky y Heinz Dieterich, *La sociedad global*, Joaquín Mortiz Editores, México.
- ESTEINOU, Javier (1990): *Economía, política y medios de comunicación*, México: Editorial Trillas.
- HAMELINK, Cees, (1981): *La aldea transnacional*, Gustavo Gili, Barcelona.
- HERMAN, Edward y Robert McCHESNEY (1999): *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid: Cátedra.
- HERMAN, Edward (1999): *The myth of the liberal media*, Nueva York: Peter Lang.
- JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valerio; BENVENUTO, Álvaro (Orgs.) (2005): *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*, Salvador de Bahía: UFBA.
- MARX, Karl (1976): *Contribución a la crítica de la economía política*, México: Ediciones de Cultura Popular.
- McCHESNEY, Robert (1999): *Rich Media, Poor Democracy*, Urbana: University of Illinois Press.
- MIÈGE, Bernard (1992): *La sociedad conquistada por la comunicación*, ESRP/PPU, Barcelona Bernard.
- MOSCO, Vincent (1996): *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*, Londres: Sage.
- MURDOCK, Graham (1988): *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, México: Premiá Editora.
- NEGRI, Antonio (1981): *Del obrero masa al obrero social*, Barcelona, Anagrama, 1981.
- SCHILLER, Herbert, (1993): *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, Universidad de Guadalajara, México.
- SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- SIERRA, Francisco (2006): *Comunicación y desarrollo social*, Madrid: UNED.
- TORRES, Juan (1985): *Economía de la comunicación de masas*, Madrid: Grupo Zero.
- ZALLO, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid: Akal.