

Fundación de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura-Sección España (ULEPICC-España)

Fernando Quirós

Presidente de ULEPICC-España

Sumario

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. La Carta de Buenos Aires | 3. A modo de conclusión |
| 2. Actividades | 4. Bibliografía |

Un numeroso grupo de profesores e investigadores de distintas universidades españolas se reunieron el 24 de septiembre de 2004, en el Salón de Grados de la Universidad Complutense (Madrid), para fundar la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura-Sección España (ULEPICC-España). El encuentro, que tuvo lugar a lo largo de toda la jornada, sirvió para debatir los Estatutos que guiarían el funcionamiento de la Asociación y designar su Junta Directiva¹. Los investigadores presentes se marcaron como objetivos:

- 1) Contribuir a la reflexión crítica y plural sobre los problemas emergentes de la comunicación, la información y la cultura.
- 2) Promover el intercambio de ideas y experiencias entre investigadores y docentes, favoreciendo el perfeccionamiento y la revitalización intelectual de sus socios.
- 3) Incidir y participar en la agenda pública y en las políticas de comunicación para la democratización del espacio social.

1. Fundadores: Ángel Badillo, María Isabel Fernández, Trinidad García Leiva, Juanjo Bas, Jordi Pérez, José M^a Sanmartí, Luis Albornoz, Aurora Labio Bernal, Carles Llorens, Marcelo Martínez, Marcial Murciano, Fernando Quirós, Ramón Reig, Ana Segovia, Francisco Sierra Caballero, Raquel Borreguero, CIDACOM Junta Directiva: Presidente: Fernando Quirós (Universidad Complutense de Madrid); Secretario: Luis Albornoz (Universidad Calos III de Madrid); Tesorera: Ana I. Segovia (Universidad Complutense de Madrid); Vocales: Aurora Labio (Universidad de Sevilla), Carles Llorens (Universitat Autònoma de Barcelona), Marcelo Martínez (Universidad de Santiago de Compostela), Juan José Bas (Universidad Cardenal Herrera-CEU de Valencia).

Nuestra asociación tiene su ámbito de actuación prioritario en España pero, al mismo tiempo, se ubica en la federación de asociaciones ULEPICC, creada, en 2003, con ocasión del III Encuentro de Economía Política de la Comunicación celebrado en Sevilla. España creó su sección a renglón seguido de la de Brasil; les siguieron Venezuela y Argentina; mientras que el proyecto está muy avanzado en Bolivia.

1. La Carta de Buenos Aires

Nuestro texto fundacional es la Carta de Buenos Aires (www.ulepicc-es.org/carta.htm), firmada en 2001 con ocasión del I Encuentro de Economía Política de la Comunicación del MERCOSUR, donde se entiende la Economía Política de la Comunicación (en adelante EPC) como una línea de pensamiento emancipadora a partir de las siguientes consideraciones:

1. Las tecnologías de la información y la comunicación han adquirido un papel fundamental en el modo de producción y en todos los sectores de la vida social como expresión de una nueva situación estructural del capitalismo, producto de la crisis de transición del siglo XX al XXI.
2. El desarrollo científico y tecnológico —especialmente en lo referente a las TIC, las biotecnologías y el desarrollo de nuevos materiales— demuestra el extraordinario grado de socialización de la producción y la potencialidad que ha alcanzado el conocimiento humano, lo que abre inmensas posibilidades liberadoras y de bienestar a la sociedad. Pero el sistema económico y de poder que llevó a esos desarrollos impide, al mismo tiempo, que aquellas posibilidades se realicen, profundizando, al contrario, en el individualismo, la miseria y la violencia.
3. Los sistemas de comunicación de masas reflejan esa situación y sirven para mantener y perfeccionar los mecanismos de alienación, reduciendo las posibilidades de comunicación democrática y liberadora a un tipo de interactividad en que el sujeto social está cada vez más preso del consumismo y la enajenación, como resultado de la exacerbación del sistema mercantil.
4. Todos los sectores de la comunicación, apoyándose en la convergencia que propician las TIC, pasan por una brutal concentración y centralización apoyados por el poder estatal, mientras que, por otro lado, ese mismo poder dificulta al extremo la acción de aquellos actores no hegemónicos que podrían representar una alternativa democrática y progresista de organización de los sistemas de comunicación como el movimiento de las radios y TV comunitarias y todos los sectores de servicio público, cada vez más arrinconados y desfigurados, imposibilitados de competir contra los poderosos intereses económicos oligopólicos.
5. Frente a esta situación y muy influenciados por lo que se ha llamado «pensamiento único», se han hecho dominantes en las ciencias de la comunicación los estudios de carácter tecnocrático e instrumental, desprovistos de cualquier dimensión crítica o alternativa. Así, los enfoques críticos de la

comunicación de los años setenta han cedido el lugar hegemónico a teorías apartadas de los graves problemas concretos que afectan a nuestras sociedades. Esta situación es particularmente grave en América Latina y otras regiones del Tercer Mundo.

6. Una de las consecuencias es que la formación de los profesionales en comunicación se muestra inadecuada para el enfrentamiento de los problemas concretos de las sociedades contemporáneas, puesto que su función de mediadores sociales exigiría no simplemente el conocimiento formal de las técnicas y tecnologías informáticas y comunicativas sino, principalmente, el espíritu crítico y la capacidad de comprensión amplia de su papel en el mundo.
7. Esto no impide que la rebeldía de la juventud se manifieste en una postura crítica y una acción política y cultural que intenta convertirse en contra-hegemónica. Tampoco impide que diferentes sectores sociales se organicen para reivindicar y practicar otro tipo de comunicación. Pero la efectividad de esos movimientos se ve profundamente dificultada, entre otras razones, por la orfandad teórica que padecen.
8. Los problemas no se limitan al campo de la comunicación. La actual reestructuración capitalista, al poner en relieve la subordinación del trabajo intelectual a la lógica actual de acumulación, exige un cambio profundo en todos los sectores de la enseñanza, investigación, ciencia y tecnología. Se pretende que los laboratorios universitarios se transformen en centros de producción de conocimientos directamente vinculados y al servicio de determinadas cadenas productivas y reducir el papel de la universidad pública a simple formadora de la nueva clase trabajadora del siglo XXI. En todos los campos, y a pesar de los avances efectivos en el intercambio y la construcción colectiva del conocimiento, el pensamiento crítico se ve marcadamente reducido y estigmatizado.
9. La resistencia a la tendencia hegemónica del pensamiento único, en el campo de las Ciencias de la Comunicación, no puede desconocer la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, entendida como un conjunto de enfoques críticos y heterodoxos, contrapuestos al llamado «main stream». En las asociaciones nacionales e internacionales de Ciencias de la Comunicación, los grupos de Economía Política vienen asumiendo un importante papel en la organización de intelectuales de ese campo dedicados a un tema marginado hasta hace muy poco tiempo. Como resultado se ha creado un marco teórico propio, interdisciplinar y pertinente para la comprensión de la realidad actual, proporcionando un importante instrumental de análisis para fundamentar la acción de los actores sociales no hegemónicos en el campo de la comunicación. La escuela latinoamericana, por su parte, ha tenido la capacidad de desarrollar un aporte teórico original, y de incorporar las contribuciones de los autores anglosajones y europeos.

Lógicamente nuestra asociación se reconoce en los textos de los «padres fundadores» de la EPC: Dallas Smythe y Herbert Schiller —en los Estados

Unidos—; Peter Golding, Graham Murdock, Nicholas Garnham, Armand Mattelart y Bernard Miege —en Europa—. Pero, al tiempo, entiende que la EPC se enmarca en el contexto más amplio de la Teoría Crítica, donde los trabajos de la Escuela de Frankfurt; la corriente crítica latinoamericana que trabajó sobre las Políticas Nacionales de Comunicación y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), en los años setenta o investigadores como Halloran, Hamelink, Varis, Nordestreng, etc., son referentes obligados para nuestro trabajo.

1.1. Posicionamiento epistemológico

Nuestro punto de partida es que es preciso situar el análisis de la comunicación de masas en el contexto más amplio de la teoría social, escogiendo entre las opciones teóricas posibles el materialismo histórico. Esto significa situar en el fondo el análisis del capitalismo incluyendo el desarrollo de las fuerzas y relaciones de producción, la mercantilización y la producción de plusvalías, las relaciones de clase, la lucha de clases y las contradicciones de los movimientos de oposición. En otras palabras: se trata, como afirma Mosco, de *descentralizar* el estudio de los medios de comunicación de masas². Dicho con otras palabras: recogemos la propuesta que, hace nada menos que veinte años, hicieran Peter Golding y Graham Murdock ante el plenario de AIERI/IAMCR: ni la aproximación funcionalista ni la ilusión culturalista articulan un contexto teórico relevante³, para la formación de investigadores y docentes capaces de hacer algo más que formar a la clase trabajadora del siglo XXI. Ni el modo ahistórico y descontextualizado del Funcionalismo ni los *estudios micro* propios de los Estudios Culturales pueden entender el fenómeno de la globalización donde los sistemas de comunicación de masas sirven para mantener y perfeccionar los mecanismos de alienación, reduciendo las posibilidades de comunicación democrática y liberadora a un tipo de interactividad en que el sujeto social está cada vez más preso del consumismo y la enajenación, como resultado de la exacerbación del sistema mercantil, agudizado por el desarme de los estados que han pasado de garantizar el Estado del Bienestar a garantizar la libre circulación de capitales. Por ello, la actual convergencia de todos los sectores de la comunicación, incluyendo la informática y las telecomunicaciones, han producido una brutal concentración y centralización privada. Deliberadamente, unos y otros ignoran las amenazas a los medios de servicio público y las tendencias legislativas e industriales que erosionan la pluralidad de los medios de comunicación y la diversidad democrática⁴.

2. Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage Publications.
3. Golding, P.; Murdock, G. (1977). «Theories of Communication and Theories of Society». *Communication Research*. Versión española: (1985). «Teorías de la Comunicación y Teorías de la Sociedad». *Cuadernos del TICOM*, 33.
4. Ferguson, M. y Golding, P. (1996). *Economía Política y Estudios Culturales*. Barcelona: Bosch, p. 16.

Para nosotros, como dijera Herbert Schiller el punto de partida más importante es que prestemos mucha atención, aunque no exclusivamente, a los factores económicos. Al mismo tiempo estos factores económicos deben ser interpelados en una dimensión superior a la estrictamente económica. Por lo tanto, la Economía Política de la Comunicación trabaja constantemente en la infraestructura y en la estructura y señala que no reconocer que existe una clase dominante basada en su propiedad y en su capacidad de tomar decisiones fundamentales es perder la capacidad de clasificación⁵.

1.2. ¿Por qué Refundación?

En España, como en general en el panorama internacional, los que seguimos el enfoque de la EPC hemos sido tradicionalmente los *outsiders* de la investigación comunicativa. Los trabajos de Bustamante y Zallo (1988) sobre las industrias culturales españolas; Murciano (1992) sobre la estructura y dinámica de la comunicación internacional; Miguel (1993) sobre los grupos multimedia, y el mío (1998) sobre el poder mediático en la era de la globalización, parecían islotes en medio del mar embravecido del «pensamiento único»⁶. Sin embargo, casi en paralelo a la firma de la Carta de Buenos Aires, una nueva generación de investigadores ha desbrozado la senda abierta por estos textos, culminando, precisamente, con la fundación de ULEPICC-España. Es el caso del libro colectivo *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, aparecido en 2001. Bustamante, por su parte, en 2000 y 2003 ha coordinado una espléndida investigación sobre la comunicación y la cultura en la era digital. Luego, en nuestro primer año de funcionamiento hemos colaborado activamente en Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana⁷. Todos estos textos proporcionan sólidas reflexiones teóricas y herramientas de análisis, que permiten comprender los problemas centrales de la economía

5. Mosco, V. (1983). «Entrevista con Herbert Schiller». *Telos*, núm. 34; p. 117-135.

6. Bustamante, E. y Zallo, R. (1988): *Las Industrias culturales en España: (grupos multimedia y transnacionales)*. Madrid: Akal.

Miguel, J. C. de (1993). *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch.

Murciano, M. (1992): *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosh.

Quirós, F. (1998): *Estructura internacional de la información*. Madrid: Síntesis.

7. Quirós, F.; Sierra, F. (2001 [directores]). *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla: Ediciones y publicaciones: Comunicación social.

Bustamante, E. (2003 [coordinador]), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, E. (2002 [coordinador]), *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

Bolaño, C. y Mastrini, G. (editores). *Globalización y monopolios e la comunicación en América Latina. Hacia una Economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Biblio, 1999.

política de la comunicación y la cultura en el cúmulo de transformaciones introducidas con la revolución digital.

Recientemente he tenido ocasión de elaborar un *perfil bibliográfico* para el número 64 de la revista *Telos*, donde pongo de relieve que en estos primeros años del siglo XXI, la Economía Política de la Comunicación iberoamericana está aportando, en el marco más amplio de la teoría crítica, un buen número de publicaciones teóricas y análisis de casos que sus integrantes están poniendo a disposición de la comunidad científica. Esto es de gran importancia porque los textos están circulando ante toda la comunidad científica latinoamericana y en ellos participan prácticamente todos los miembros de ULEPICC-España, o investigadores de otras secciones que se han doctorado o están a punto de hacerlo en universidades públicas españolas⁸.

2. Actividades

A lo largo de 2005 la Asociación es conocida, no ya por su mera existencia nominal, sino por su participación en congresos, seminarios y eventos académicos de todo tipo en los que ha participado como organizadora o patrocinadora:

- 1) La Asociación dio su primer paso académico el 9 de mayo de 2005 organizando una conferencia a cargo del prof. Dr. Martín Becerra, titulada «A 25 años del Informe McBride: del NOMIC a la Sociedad de la Información». Martín Becerra es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ, Argentina) y ha sido catedrático UNESCO de Comunicación 2005 en el Instituto de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). (<http://www.ulepicc-es.org/hemeroteca.htm#>)
 - 2) Participó activamente en el III Congreso Panamericano de Comunicación. Integración regional o diálogo cultural ante el desafío de la Sociedad de la Información. El congreso fue organizado por la Universidad de Buenos Aires y se celebró entre el 12 y 16 de julio de 2005 en la capital federal.
 - 3) Co-organizó junto a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y el Centro Iberoamericano de Comunicación Digital, el I Encuentro Iberoamericano de Políticas de Comunicación y Cultura, celebrado en Sevilla el día 3 de octubre de 2005. La conferencia de clausura fue pronunciada por el secretario de ULEPICC-España, Dr. Luis Albornoz, bajo el título «Políticas públicas e industrias culturales: el desafío de la diversidad en la era digital».
 - 4) Co-organizó el encuentro El Tercer Sector del Audiovisual y la Comunicación, que reivindicó un espacio protegido para medios comunitarios y alternativos. Centrado en el análisis del llamado Tercer Sector Audiovisual y de la Comunicación (TSAC), el Foro da Ciudadanía e da Comunicação, celebrado en Santiago de Compostela a principios de
8. Quirós, F. (2006). «La Economía Política de la Comunicación iberoamericana: un enfoque en alza». *Telos*, núm. 64 (en prensa).

noviembre, evidenció la necesidad de un marco regulador para los medios comunitarios y alternativos. La conferencia inaugural «Medios de comunicación y sociedad civil» fue pronunciada por el autor de estas líneas. (http://www.ulepicc-es.org/tercer_sector.htm)

- 5) Participó en el V Encuentro Latino de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura que tuvo lugar los días 9, 10 y 11 de noviembre, en la ciudad de Salvador, de Bahía (Brasil). (www.gepicc.ufba.br/enlepicc). Cerca de 200 estudiosos y profesionales de la comunicación se inscribieron para participar de este encuentro internacional que contó con la participación de investigadores provenientes de España, América Latina, Portugal y Francia, y fue organizado por los programas de postgrado de la Universidad Federal de Bahía en Comunicación y Culturas Contemporáneas, y en Ciencias de la Información.
- 6) Finalmente va a organizar su I Congreso Nacional Pensamiento Crítico, Comunicación y Cultura el próximo 17 de noviembre en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Sevilla. Este encuentro científico se desarrollará en paralelo al desarrollo del IX Congreso IBERCOM, (www.imultimedia.pt/ibercom/ix/programa_ix_ib_e.doc), donde también están previstas intervenciones de miembros de la Asociación.

3. A modo de conclusión

Desde ULEPICC-España consideramos que toda nuestra acción académica y nuestro propósito de participar en el debate sobre las políticas públicas de comunicación reposa sobre tres pilares⁹:

- 1) Identificar el concepto *fétiche* de la globalización como principal referente teórico que determina el debate político e intelectual en el campo de la comunicación.
- 2) La Economía Política de la Comunicación es una línea de pensamiento emancipadora, pero es vital que se reconstruya la formación de sus objetos de estudio.
- 3) Es imprescindible que la teoría desde la que se explica la Sociedad Global se ligue a los movimientos sociales emergentes, ligando la actividad investigadora con el afán emancipador de estos colectivos.

En esta época de «McDonalización de la cultura», como diría Hamelink, donde el proceso creativo está sujeto a imperativos económicos, es necesario recuperar el *espíritu McBride*, ligando economía y comunicación. Es necesaria una política integral, coherente y duradera, que garantice la participación de los movimientos sociales en los medios. Comunicación para la libertad mejor que libertad para la comunicación.

9. Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra F. (2005, coords). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.

4. Bibliografía

- BOLAÑO, C. (2000). *Indústria Cultural, Informação e capitalismo*. Sao Paulo: Hucitec-Polis.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G. (1999, editores). *Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblio.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G.; SIERRA, F. (2005, coords.). *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.
- BECERRA, M. (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Norma.
- BUSTAMANTE, E. (2003, coordinador). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- (coordinador). *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- BUSTAMANTE, E.; ZALLO, R. (1988). *Las Industrias culturales en España: (grupos multimedia y transnacionales)*. Madrid: Akal.
- FERGUSON, M.; GOLDING, P. (1996). *Economía Política y Estudios Culturales*. Barcelona: Bosch.
- MASTRINI, G. (2005, editor). *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.
- MIGUEL, J. (1993). *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch.
- MOSCO, V. (1983). «Entrevista con Herbert Schiller». *Telos*, 34, p.117-135.
- MURCIANO, M. (1992). *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosh.
- PASQUALI, A. (1995). «Reinventar los servicios públicos». *Nueva Sociedad*, 140.
- QUIRÓS, F. (1998). *Estructura internacional de la información*. Madrid: Síntesis.
- QUIRÓS, F.; SIERRA, F. (2001 directores). *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla: Ediciones y publicaciones. Comunicación social.
- SIERRA, F. (2002). *Comunicación, educación y desarrollo: apuntes para una historia de la comunicación educativa*. Sevilla: Ediciones y publicaciones. Comunicación social.
- TRÉMBLAY, G. (2004). «Redes de Comunicación, Aprendizaje y Sociedad». En: Covi, D. (coordinadora). *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. México: UNAM.