

Desde la Economía Política a la producción simbólica: Reflexiones para una investigación de la concentración de la propiedad y los contenidos de los medios de comunicación en Chile

Claudia Soto Cabello¹
[Descargar PDF] - [Descargar SWF]

Resumen: En tiempos donde sólo pareciera posible reflexionar sobre políticas económicas, la Economía Política de la Comunicación es una perspectiva que nos posibilita el acceso a conceptos esenciales para entender la actual situación de los massmedia en nuestro país. Entendemos el sistema capitalista de acumulación como contexto determinante de la tendencia mundial monopolista del capital, en donde las industrias culturales no han estado ajenas a esta situación. En este sentido, el presente trabajo aspira a reflexionar sobre los aportes de la Economía Política de la Comunicación en la investigación de la concentración de la propiedad de los medios. En el entendido que los medios de comunicación son la principal fuente de in-formación para la mayoría de la población, creemos necesario dar una mirada a los dueños de las representaciones sociales. Mas aún, dado el creciente proceso de concentración de la propiedad el mundo posible que se nos presenta se construye desde una reducida y hegemónica óptica

Palabras Clave: Economía Política, Marxismo, Comunicación

"La economía política en cuanto ciencia de las condiciones y las formas en que las distintas sociedades humanas han producido e intercambiado y, en consecuencia, en las que han sido en cada ocasión distribuidos los productos, la economía política con esta amplitud está todavía por hacer"
Friedrich Engels

Pensar en la Economía Política de la Comunicación es sin duda pensar en la pertinencia y, por lo tanto, en la validez de los conceptos planteados por el marxismo, este ejercicio se hace necesario en la medida que sectores de la academia han querido eclipsar este pensamiento a partir de una crítica muchas veces desvirtuada de las experiencias de los llamados socialismos reales. Tras la caída del bloque del Este, los precursores del capitalismo se apresuraron en plantear el colapso de las ideologías, llegando incluso a decretar el fin de la historia.

Economistas y pensadores del libre mercado pretendiendo exorcizar el aporte de Marx, en los variados ámbitos de las ciencias humanas y por cierto de la política, desarrollaron diversos tipos de conceptos para otorgarle una connotación negativa a todo lo relacionado con dicha perspectiva, o sencillamente tergiversaron sus planteamientos.

Sin embargo, las grandes contradicciones inherentes a la producción capitalista plantean la urgencia de retomar esta mirada. En el contexto de extirpación del pensamiento crítico marxista, son las nuevas generaciones, quienes no arrastran los lastres de la proclamada "derrota de la izquierda", las que deben desarrollar los conceptos desde la amplia dimensión que utilizó Marx para caracterizar el momento en que desarrolló esta teoría. Y que dan cuenta con gran precisión, la realidad que nos compete en la actual fase del capitalismo; en ello se expresa su vigencia.

Una de las consecuencias que podemos observar a partir de esta situación radica en la necesaria discusión que amplios sectores de la población debieran desarrollar en torno a los problemas económicos. Este debate se ha reducido a cual política económica es pertinente aplicar, en determinadas coyunturas de los vaivenes de la economía, clausurando toda posibilidad de pensar la Economía Política y cuestionar así las bases de este modelo: "hasta (en los planteamientos de) Alfred Marshall, creador de la Economía neoclásica, la que hoy día es el sustento primario del neoliberalismo, no se hablaba de economía a secas se hablaba de Economía Política. En determinado momento de la década del '80, se despoja a estos análisis del sufijo político" (Ortega, 1998:3). Es decir, la discusión es posible sobre una clara demarcación, más allá de esos límites es insostenible.

Otro efecto, ha sido posicionar las temáticas económicas como problemas que le competen a un sector reducido de la sociedad, sólo los expertos serían capaces de entender la economía: los economistas, un grupo de hombres alejados de la sociedad y expertos en cálculos y formulas matemáticas. La paradoja es que el capitalismo necesita sustentarse en una amplia base social para perpetuarse, tanto para la producción, como para el consumo de sus productos.

Más trágico aún es cuando este reduccionismo se traslada a la política: sólo expertos hacen política, o políticos que por todos los medios posibles tratan de no parecerlo.

En este contexto, cobra sentido la necesidad de retomar la investigación académica de la Economía Política de la Comunicación. Guillermo Mastrini sostiene la imposibilidad de soslayar "esta perspectiva de análisis que integra el estudio de las relaciones de poder expresadas en el sistema de producción económico y en el nivel cultural." (Mastrini, 1999: 10) Puesto que se necesita una perspectiva "que rescate los estudios sobre las relaciones de poder, reinstale el problema de la estratificación y las desigualdades de clase y que, en términos generales, no se desentienda del análisis de las condiciones de producción, distribución e intercambio de la industria cultural" (Mastrini, 1999:11)

Lo cual es reafirmado por Fernando Quirós "Partimos de la tesis de que los procesos histórico-materiales que se inscriben en el desarrollo de las diversas formaciones sociales tienen como fundamento explicativo las determinaciones estructurales de la producción material" (Quirós, 2001:36).

Y entendemos la actual producción material, como una formación socioeconómica condicionada por la tendencia monopolista del capital inaugurada en el siglo pasado, sólo que en la actualidad se han desarrollado nuevos mecanismos que han hecho más eficiente su acumulación, "Los mayores grupos de escala internacional han reforzado sus lanzamientos globales, apoyados en su control de las redes de distribución y en su dominio del marketing y de la promoción para lograr una explotación extensiva en el espacio y acelerada en el tiempo." (Bustamante, 2004:9)

En este escenario el aporte de pensadores de la Economía Política de la Comunicación, como Herbert Schiller, radica principalmente en indagar sobre la importancia de la comunicación para las operaciones del capital transnacional, y el rol de los medios en la superación de las crisis de acumulación del capitalismo. Sus investigaciones sobre el Imperialismo cultural se tornan muy pertinentes cuando el estudio se emprende desde los países que actúan como semicolonias de estos imperialismos. La industria cultural en nuestro país "está conectada como consumidora de las redes de producción mayormente de los Estados Unidos y en menor medida de Europa." (Portales, 2003: 15)

El fenómeno de la concentración del capital tiene su expresión en las industrias culturales que operan en nuestro país. Aunque se ha realizado en términos generales dicha investigación, es importante aportar en la caracterización en detalle del sistema de propiedad y la concentración mediática.

Concentración de la propiedad en Chile

Una de las investigaciones recientes que se ha desarrollado con respecto al tema es el trabajo de los profesores G. Sunkel y E. Geofrey, su principal conclusión radica en entender que: "La peculiaridad del caso chileno es que estos procesos económicos (de concentración) van acompañados de un marcado "monopolio ideológico". Según los autores esto se explica en las características del empresariado chileno: "ideológicamente homogéneo, educado en una matriz económica neoliberal y en un conservadurismo valórico donde quienes se salen de este esquema constituyen excepciones a la tendencia general" (Sunkel, 2001:115).

En este punto cabe señalar la necesidad de reconocer a quienes están construyendo las representaciones sociales, y en ese sentido pensar en el mundo que nos presentan como real y posible. Se trata de entender "cómo la globalización toca la estructura interna de las diversas formas comunicacionales y culturales a través de las cuales la sociedad construye sentido" (Ford 1999:85)

De ahí la importancia de emprender la tarea de especificar la estructura de propiedad de los medios para sumar a este esquema el análisis de los productos simbólicos asociados. Pues, "el tema de las mediaciones es fundamental en cuanto son dispositivos de construcción de hegemonía" (Ford, 1999:48) y en definitivo de control y dominación social, bajo un sistema que por cierto, coarta las potencialidades humanas, minimizándolas a la expresión de funcionalidad y rentabilidad para el beneficio de los grandes capitales.

Es imprescindible constatar la irrupción de los capitalistas extranjeros en la composición del Sistema de propiedad de medios en Chile, "la industria cultural tiene un componente fuertemente internacional en la realidad chilena y latinoamericana" (Palacios, 2003:14) y las implicancias de la lógica de la rentabilidad con la cual ingresan esos capitales en nuestro país en detrimento de todo otro objetivo que debieran proponerse las empresas ligadas a las comunicaciones. Rolando Palacios hace la advertencia "Llama la atención que la revista Condorito, emblema nacional, sea publicada por la Editorial Televisa. Esto significa que la industria cultural no dependen en casi ningún aspecto de las lógicas ligadas al patrimonio cultural" (Palacios, 2003:15)

El rol del Estado

Mucho se ha comentado, la falta de política comunicacional de los gobiernos de la Concertación. Sin duda, contrasta frente a la intervención y coacción que se ejerció en la dictadura hacia los medios de comunicación. Sin embargo, eso no debe hacernos olvidar que al plantear que "la mejor política de comunicación es que no existe", nos entrega un planteamiento típico del liberalismo económico, con una clara política en donde la libertad de expresión, el pluralismo -amparados en la "libre competencia"- serían regulados por la misma mano invisible. Sin duda, que en un contexto en donde la producción cultural transita a paso firme a la monopolización de la producción, la libre competencia se convierte en un eufemismo que tristemente deben sortear las industrias más pequeñas.

Conclusiones

La Economía Política de la Comunicación como perspectiva depositaria del materialismo histórico, se valida en la medida que se construye al amparo de la historia y del análisis de la situación concreta, "la fortaleza de la Economía política como posición teórica y metodológica reside precisamente en que siempre ha sido capaz de mantener el análisis de los medios dentro del análisis global del capitalismo" (Quirós, 2001:40) Y puesto que proviene de la práctica social no tiene problemas de consistencia cuando la volvemos a azotar una y otra vez contra ella en cada investigación que se emprende.

Los índices del sufrimiento humano tipificados en Informes como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) nos muestran la cara ruda de los alegres cánticos globalizadores.

La irracionalidad de las contradicciones sociales y la deshumanización que evidencian esas cifras llevan a plantearse con urgencia los temas en que la Economía Política de la Comunicación nos interpela. A partir de nuestro presente, académico y ciudadano delineamos el mañana social, "la necesidad de comer hoy restringe las posibilidades de elegir racionalmente entre distintas opciones, un pobre actúa como si no hubiera futuro pues su principal problema es la supervivencia en el presente." (Meller, 1996:334). Y más aún, porque como ha quedado laxamente expresado en la Historia, el marxismo es teoría, pero es sobretodo praxis, acción.

Referencias bibliográficas

Bustamante Enrique (2004) "El futuro de la cultura y la comunicación, el modelo de sociedad: la concentración multimedial en la era digital". FAMECOS, 24 de julio. Porto Alegre, pp. 7-12

Ford, Anibal (1999) La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentrenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires, Norma.

Matrini, Guillermo y Bolaño César (1999) Globalización en la comunicación en América Latina. Buenos Aires, Biblos.

Meller, Patricio (1996) Un siglo de Economía Política 1890-1990. Santiago, Andrés Bello

Ortega, Luis (1998) "Apuntes de clase Historia de Chile V", Universidad de Santiago de Chile.

Palacios, Rolando (2003) "Sistema de propiedad de medios de comunicación en Chile: contexto y vínculos internacionales" en GITTCUS, <http://www.cica.es/aliens/gittcus/Palacios.htm>.

Sierra, Francisco y Quirós Fernando (2001) Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Sevilla, Comunicación Social.

Sunkel G. y E. Geofrey (2001) Concentración Económica de los medios de comunicación. Santiago, LOM.

Notas

1 Claudia Soto Cabello, es estudiante de periodismo de la Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación de Chile y es ayudante de la cátedra de Teoría de la Comunicación.