

Introducción

En el actual proceso de globalización capitalista, el desarrollo de estructuras y mercados culturales emergentes está perturbando de forma significativa la organización del sector de la comunicación y la cultura, así como el conjunto de la sociedad, afectando sobremanera a los anclajes y formas de reproducción de los lugares y espacios de convivencia. Las complejas mediaciones socioculturales de la actual dinámica del mercado y de las economías de escala impulsados al calor del proceso de modernización tecnológica alteran los mundos de vida capitalizando y desterritorializando las señas de identidad y el diseño del hábitat; y agudizan las contradicciones entre innovación científico-técnica y cultura pública.

¿En qué consiste hoy ser sujeto de derechos, en qué consiste y puede diferenciarse la denominada revolución digital de otras transformaciones de largo alcance desde una perspectiva genérica? A partir de una lectura más amplia del malestar de nuestro tiempo, hay que repensar el problema en términos normativos y especialmente de la crítica de la filosofía de la imagen proyectada por el discurso triunfalista sobre la sociedad de la información y/o del conocimiento.

La era de la cultura global es, en definición de Manuel Castells (1997), la era de la sociedad-red y el gobierno de las máquinas inteligentes. Tan determinante es el papel de las nuevas tecnologías de la información que hoy por hoy puede decirse que constituye el objeto y marco estratégico

del que preferentemente tienden a ocuparse las instituciones y políticas públicas, tanto a nivel internacional como a escala del Estado nación y/o el desarrollo regional. Desde la década neoliberal de los ochenta, las NTIC han marcado en buena medida los principales debates en los organismos internacionales de regulación (Unesco, OMC, UIT, etc.) a partir del desacuerdo acerca del estatus de la cultura como bien público o como servicio sujeto a los principios mercantiles, así como el papel mediador de las TICs en el marco de desarrollo de la llamada, equívocamente, *nueva economía creativa*. Es en este contexto donde cobra carta de naturaleza la centralidad de los estudios sociales, políticos y culturales sobre la cultura digital y la indiscutible relevancia y aportes de la investigación socio crítica sobre el papel de la comunicación en la construcción del espacio público y la cultura dominante que imprimen los procesos de innovación, creatividad y transformación productiva del trabajo inmaterial asociados a la modernidad tardocapitalista.

En este marco, hemos comprobado que la alteración revolucionaria de los medios y dispositivos de ampliación del espacio público, experimentada con la Sociedad Global de la Información, define, en nuestro tiempo, un nuevo marco político de cooperación y formación de la ciudadanía, basado en la centralidad de las industrias culturales, y en general, en la determinación de los procesos de desarrollo social por el capital simbólico y el llamado trabajo inmaterial (v. Cocco, 2001; Sierra, 2017).

La deriva dominante del sistema-mundo y las políticas públicas de los distintos niveles de gobierno se han traducido, en nuestro tiempo, en formas asimétricas de integración y exclusión social, marginando a amplios contingentes de población y territorios, que, como resultado, han dado lugar a la emergencia de diversas iniciativas locales y comunitarias que, frente a la lógica segregacionista de lo que Scott Lash (2001) denomina capitalismo desorganizado, han tratado de articular nuevos espacios para la demo-

cracia y modelos equilibrados y sustentables de desarrollo endógeno.

Como advirtiera ya Mattelart (1979: 7-28) en pleno auge de la salida de la crisis con las nuevas tecnologías, estas han propiciado una mayor centralización del aparato del Estado y un despliegue mayor, en la esfera de lo cultural, de las formas imperialistas de colonización de las culturas e imaginarios locales.

Como útiles herramientas de intercambio, las redes sociales, la galaxia Internet, pueden ciertamente multiplicar los espacios de comunicación, facilitando el derecho de acceso y la representación plural de las identidades diversas que conviven y pueblan nuestra sociedad, con herramientas y técnicas que permiten una nueva configuración de las mediaciones sociales. Más aún, las nuevas tecnologías de la información facilitan condiciones de vinculación e interdependencia con las que los actores locales pueden aprender a definir mejor sus estrategias y participar activamente en la vida pública estrechando los vínculos recíprocos de sociabilidad desde la autonomía y la producción mancomunada de nuevas condiciones de reproducción.

En definitiva, con el cambio de soporte material de la cultura (de los medios analógicos a los sistemas digitales), la creación de nuevos espacios y formas de interacción públicas y el *uso difusionista* del poder distribuido de las redes telemáticas han generado nuevas lógicas de mudanza que afectan transversalmente al conjunto de la vida en común, lo que exige una consistente crítica económico-política para comprender el mundo que habitamos. Las actuales condiciones de desigualdad y exclusión digital, particularmente en territorios o ciudades periféricas, plantean problemas neurálgicos a nivel social en una dinámica de la mediación que, a decir de Manuel Castells (2001), distribuye y reproduce las formas de poder de acuerdo a la lógica de flujos, haciendo necesarias nuevas cartografías y análisis del estado del arte a este respecto. Más que nada porque la introducción y aplicaciones de las NTIC se en-

frentan, diariamente y bajo la presión de la aceleración del cambio y la innovación social, al reto de dar respuesta a tales carencias de forma inmediata. Por ello resulta tan importante tomar la debida distancia y abordar, desde una visión integral y prospectiva, los desequilibrios y cambios implícitos en esta transformación estructural del sistema mediático, a fin de garantizar una lectura otra, distinta al pensamiento establecido sobre la revolución digital y explicar mejor la conformación de la ecología de medios y el modelo de desarrollo y mediación social que la nueva matriz ideológica del capitalismo informacional o cultural ha impuesto como entorno natural de organización.

Frente a la proliferación y saturación desconcertante de los discursos sobre la Sociedad de la Información y la cultura digital, la mirada de la Economía Política de la Comunicación propone actualizar el conocimiento y experiencias locales de experimentación e innovación social en la materia, desde la realidad concreta de los sujetos y culturas mediatizadas, con la firme voluntad crítica de proyectar alternativas democráticas en el decurso de la transformación del sistema tecnológico.

Siendo, como hemos indicado, conscientes de que tratar esta complejidad exige de la investigación una reconstrucción y revisión crítica, un ejercicio de apertura de un nuevo espacio teórico, redefiniendo las tradicionales distinciones modernas de lo público y lo privado, de lo individual y lo colectivo, a fin de tratar en todo momento de desarrollar la cultura republicana, la comunidad política en la que se manifiesten las formas de negación de la vida sumisa, el intelecto público, la política, en fin, de lo común. El modo de pensar en nuestro tiempo la comunicación y el desarrollo normativo de la democracia en la era digital resulta, desde el punto de vista de la ciudadanía, un factor, a nuestro juicio decisivo, en los procesos de reestructuración y transformación del *nuevo espíritu del capitalismo*.

Si bien podemos hablar de apropiación social de las nuevas tecnologías o de socialización de los nuevos medios

y mediaciones culturales en la era digital, tales procesos tienen lugar a partir de las contradictorias y conflictivas sobredeterminaciones de los procesos de subsunción de la sociedad entera por la lógica del capital. Este es el marco que orienta y da sentido a la lucha por la ciudadanía frente a las actuales asimetrías y desigualdades constituyentes del campo cultural por la celebración triunfante de la narrativa *ordoliberal* (escuela de pensamiento económico, vinculada a la Escuela de Friburgo).

En esta línea, Armand Mattelart apunta la necesidad de perfilar una arqueología de las doctrinas y prácticas de construcción de las hegemonías basadas en el poder extensivo de los medios de producción y transmisión de conocimiento que anticipara la actual arquitectura de las redes.

«La creencia utópica en una sociedad mundial construida gracias a la repartición de los conocimientos y el acceso universal al saber está presente desde los primeros pasos de la formalización científica de los conceptos de documento y documentación, o sea, mucho antes de que la noción cibernética de información fuera definida, coincidiendo, de hecho, con dos nacimientos: el de una asignatura científica o campo de estudios conocido actualmente como sociedad de la información y la noción de mundialización» (Mattelart, 2012: 60).

Es en esta forma de abordaje teórico que podemos reconocer las verdaderas dimensiones y alcance del terremoto cultural que impulsa la revolución digital y desde donde es posible ilustrar el sentido de las contradicciones entre el superávit de información y la ausencia de derechos en la era del control y la videovigilancia global.

Algunas tesis apocalípticas sobre el uso de las TICs tratan a partir de un vacío histórico el problema de la transformación cultural en la era Instagram, eludiendo cuestiones sustantivas sobre el poder, el acceso y control de la mediación. Así, el argumento de que la cultura digital da

lugar a procesos psicológicos de dependencia y alienación tiende a relegar el dominio del tiempo y la experiencia de los sujetos en el marco general de valorización y captura de la riqueza como antaño era habitual entre las clases pudientes el control de la memoria y el borrado y reescritura de los archivos. No viene al caso profundizar en este dilema epistemológico. Remitimos al lector a ejemplos, narrativamente tan clarificadores, como el filme *Inside Job* y la relectura de la crisis financiera internacional para situar el problema *foucaultiano* de la economía política del conocimiento en el centro de la crítica del poder de representación en la era digital (Mattelart, 2009).

Interesa poner en evidencia que la galaxia Internet, y el gobierno del complejo Silicon Valley, proyecta en nuestras culturas un espacio virtual colonizado, por la intensiva mercantilización que imponen empresas como Google, Apple o Microsoft, las GAFAM, que son las corporaciones oligopólicas —en algunos casos virtuales monopolios— que cercan y vulneran derechos fundamentales de la ciudadanía.

La utopía defendida por el Open Rights Group de defensa de los derechos digitales del ciudadano plantea nuevos retos, desde el punto de vista de la Economía Política, en el paso de los *new media* a los *more media* garantizando cuando menos espacios de esperanza y libertad con los conceptos de *free the bits*, *free the information* y *free the media* (liberen a los bits, a la información y a los medios).

En el actual contexto de crisis del modelo tradicional de mediación y de transición y convergencia digital de las industrias culturales, las políticas de comunicación tienen ante sí el reto y función estratégica de proyectar nuevas estructuras y modelos de organización, contribuyendo desde las instituciones y políticas públicas a promover procesos de rearticulación de solidaridades y la autonomía cultural necesarias en pro de salidas liberadoras de la crisis que pasa por el reforzamiento del dominio público y las libertades, hoy por hoy subsumidas por las empresas proveedoras de ser-

vicios y de tecnologías. La centralidad de la comunicación digital en las nuevas formas de sociabilidad y de desarrollo de la cultura pueden, de hecho, contribuir a nuevos procesos de desenvolvimiento y construcción colectiva frente a las formas asimétricas de globalización y mercantilismo si se asume que el campo de los videojuegos, el intercambio y producción de contenidos propios en red o el *whatsapp* no son cuestiones privadas de ocio y consumo sino infraestructuras, como la red vial, de encuentro y socialización. Las dimensiones y complejidad del actual proceso histórico demandan para ello articular las bases del pensamiento marxista en comunicación y cultura asumiendo, con perspectiva histórica, el análisis del contexto y condiciones materiales del actual desarrollo de la revolución digital, a fin de comprender las prácticas y procesos concretos de apropiación que determinan el alcance del acceso y control de los nuevos dispositivos y equipamientos de reproducción social.

La apuesta por una concepción socializadora y materialmente productiva de las nuevas tecnologías y los procesos de comunicación social resulta no solo una alternativa pertinente y más que perentoria, sino además un compromiso inexcusable para el desarrollo social general desde la visión propiamente materialista de la Teoría de la Mediación. En un camino de ida y vuelta, de la economía política a la teoría crítica y la estética de la recepción, para volver a la geopolítica de la cultura, tratar de abordar el amplio campo de la producción simbólica que hoy por hoy determina poderosamente las formas de vida colectiva se torna un compromiso ineludible.

Dar cuenta del pensamiento más avanzado en la materia, a fin de formular una crítica teórica fundamentada, así como análisis innovadores sobre las emergencias y alternativas democráticas de progreso que han de ser pensadas geopolíticamente en la comunicación y la cultura, a partir de nuevas matrices y herramientas analíticas, es pues una condición básica, y la razón de ser, de acuerdo a esta filosofía, de la Unión Latina de Economía Política de la

Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), un proyecto colectivo de investigadores creado para contribuir a las mudanzas políticas, económicas y culturales contemporáneas a partir del conocimiento teórico crítico que incorporen elementos para la reflexión y la conciencia emancipadora en materia de comunicación y cultura. Es en este marco que deben leerse las preocupaciones expresadas en este libro: *Economía política y medios digitales*.

Este libro es fruto del trabajo en el *Seminario de Economía Política de la Comunicación* alojado en el CETMECS y que se reúne cada primer miércoles del mes para presentar y discutir asuntos relacionados con el desarrollo de las industrias culturales, la digitalización y las nuevas formas que adoptan los medios en los tiempos del capitalismo contemporáneo. A fines de 2017 decidimos que era tiempo de dar a conocer algunos trabajos e ideamos realizar un Coloquio. Este se llevó a cabo en las instalaciones de la FCPYS de la UNAM los días 10, 11 y 12 de octubre de 2018. El volumen contiene los artículos presentados en dicho coloquio al que titulamos *Economía Política y Medios Digitales*.

El primer capítulo de Florence Toussaint se refiere a los cambios en el capitalismo y cómo éstos impactan a los medios, que a su vez modifican la manera de vivir el tiempo, el espacio y lo social. Nuevas identidades e incertidumbres aparecen, todo se mueve tan rápido que cuesta mucho adaptarse a las realidades emergentes. Por tanto también la teoría de la economía política debe enfrentar el reto de reconvertir sus instrumentos de análisis.

Por su parte Francisco Sierra Caballero aborda desde la economía política, la ideología neoliberal y la teoría del valor, cómo analizar la revolución digital. Señala: «El ciberespacio no es un problema tecnológico sino un ámbito en construcción, un lugar habitado que cabe reconocer más allá del interfaz tecnológico, al tratarse de un problema de intercambio y producción, de un proceso comunicológico y cultural.» Agrega: «Y no hablamos de un tiempo, *per se*,

de cambios —la modernidad capitalista siempre fue eso— sino más bien de un cambio de época que atraviesa el conjunto social reformulando las formas de reproducción, el sentido y legitimidad de las instituciones y las formas de acceso y control.» Por ello hay que hablar de poder, de su distribución desigual «como un problema neurálgico para la reproducción del capitalismo en la lucha por el código».

Graham Murdock reflexiona sobre el impacto que la proliferación de los dispositivos digitales ha tenido sobre el medio ambiente debido al creciente uso de electricidad generada por el carbón, el petróleo y el gas. Desde una perspectiva histórica señala cómo nunca hubo una tajante división entre comunicación y transporte. Tal integración se repitió con las transmisiones televisivas que usan el espectro radioeléctrico y ahora con internet. El autor se refiere al impacto en la vida social del consumo individualista de los medios. Ejemplifica: se necesita mucho más petróleo para impulsar 50 autos que transportan a un solo individuo que para hacer marchar un autobús que transporta a 50 o más personas. Además de acrecentar la crisis ambiental, los dispositivos móviles se han convertido en elementos centrales que exacerban el derroche hasta llevarlo a una cultura de híper consumismo. Y agrega, todas las economías son morales en el sentido de que cualquier transacción nos liga, lo sepamos o no, a la vida de aquellos cuyo trabajo ha creado los productos y servicios que usamos, a las comunidades cuyas tierras contienen los recursos naturales y energéticos para su producción. Destaca la presión de los corporativos que usan la nube y los dispositivos digitales sobre el recurso energético —petróleo, gas y carbón— que se transforma en electricidad.

Enrique Sánchez Ruíz señala la necesidad metodológica de «concebir la interacción compleja entre las biografías, las instituciones y las estructuras sociales, en el devenir histórico. Básicamente, lo que hoy está de moda referir como la dialéctica entre agencia y estructura, en el proceso de estructuración social». Y agrega: «si la realidad social es

compleja y cambiante, no hay un solo punto de vista, una teoría o una visión disciplinaria única que pueda dar cuenta de toda ella. Hoy, las certezas neoliberales (y las dudas posmodernas en la razón) han entrado en crisis ante la crisis del capitalismo global.» Directa o indirectamente, los medios, las tecnologías de información y comunicación, y las industrias culturales, participan en y contribuyen a la constitución de este mundo red altamente interconectado, aunque plagado de desigualdades y exclusiones. Participan centralmente en los procesos económicos y en los políticos, y son soportes y vehículos de la cultura más o menos compartida globalmente, que se enfrenta e interpenetra cotidianamente con las culturas e identidades particulares y locales.

Carlos García Méndez presenta un ensayo que explora «los principales horizontes sobre los cuales versan las resistencias a un mundo hiper-tecnológico. Esboza sobre las imágenes de la utopía tecnológica (o tecno-utopía), sus más recurrentes formas que integran una narrativa idealizada de la digitalización y sus instrumentos de poder». Ofrece algunos datos duros relacionados con el consumo de medios digitales en México y sus proyecciones globales. Finaliza con una revisión de 6 líneas de acción que «actualmente encontramos en diferentes escenarios. El conjunto de estos gestos, aparentemente aislados, conforman lo que entendemos como vectores de resistencia digital».

Dardo Neubauer indaga sobre una de las maneras en que el capitalismo actual impulsa el consumo y expolia a los usuarios. Señala cómo «la obsolescencia programada marca un parámetro en torno a las formas de producción y reproducción tanto de la mercancía como del capital». Es parte indispensable del proceso cíclico de fortalecimiento y expansión del capitalismo, y se lleva prácticamente a todos los procesos productivos. En el ámbito de las TIC, guarda particularidades específicas que es necesario profundizar. Señala que «la convergencia empresarial, de plataformas y dispositivos tecnológicos en conjunto con

las redes de telecomunicaciones, los contenidos audiovisuales, multimediales y desarrolladores de software trazan un escenario altamente interrelacionado, con una sinergia de crecimiento económico con fuertes implicaciones en el orden político, social y simbólico». Partiendo de estas premisas muestra las formas que adquiere la obsolescencia programada en la telefonía móvil, particularmente en los dispositivos iPhone de la empresa Apple.

Fernando Cruz Quintana aborda un tema poco estudiado en el ámbito de los trabajos sobre concentración: la producción del libro. Indica que «la industria editorial había estado al margen de los fenómenos de concentración empresarial que han ocurrido con la mayoría de las industrias culturales alrededor del mundo. No obstante esta situación, desde la segunda mitad del siglo XX comenzó un fenómeno de expansión muy fuerte por parte de algunos consorcios editoriales. Aunado a ello, la nueva realidad tecnológica también ha presentado retos, así como el surgimiento de nuevos ejemplos de concentración, pero ahora de empresas tecnológicas». En su trabajo aparecen evidencias empíricas de lo que está sucediendo con esta industria en América y especialmente en Europa, cómo los grandes consorcios tienden a comprar editoriales pequeñas pero con prestigio y un gran catálogo para que formen parte de un grupo trasnacional.

Lorena Treviño se ocupa de exponer las características del video en línea o *streaming* y muestra un conjunto de empresas que han incursionado en lo que se denomina (*Over the top*) OTT. Registra los números, las ganancias, los lugares desde donde operan y muestra cómo se trata de un negocio que prospera en cuanto se encuentra asociado a otros negocios, sea de producción de contenidos, sea de telecomunicaciones o radiodifusión. En este sector aún hay competencia pues existe un número enorme de firmas, sin embargo la tendencia es, como en casi todas las demás áreas de las industrias culturales, a la concentración mediante acuerdos, compras, fusiones.

Abordando el tema del video en línea o *streaming* desde el punto de vista de los usuarios o consumidores, Mario Zaragoza afirma que cuando la oferta le dice algo al público, éste aprecia y consume el programa. De ello se valen las industrias de la cultura para obtener beneficios y crear un mercado amplio. Gracias a internet «la oferta global llena las pantallas y más allá de un resurgimiento del consumidor latinoamericano, la conexión a internet sólo le da la posibilidad de tener mayor apertura y consumir productos culturales que no se limiten a los tradicionales melodramas o a las industrias culturales locales». Y agrega: «Un rasgo característico de estas sociedades modernas de consumos exacerbados está en el estatus y las identidades que se delimitan a partir de ciertas marcas y de algunos productos culturales que se consumen por los grandes públicos.»

César Rodríguez Cano se ocupa de un fenómeno actual que tiene que ver con la circulación de las noticias y el control de los medios. Señala: «la relación entre medios, gobierno y anunciantes está sujeta a un proceso de manufactura del consenso, propaganda basada en el control de la agenda pública explicada por mecanismos como la lógica mercantilista de los grandes medios, el poder de los anunciantes para condicionar los pagos a cambio de favores económicos o políticos, el suministro de noticias por parte del Estado y la capacidad de inducir represalias a los medios que escapan a la aprobación oficial. En los tiempos de Internet, hace falta un análisis en profundidad para actualizar esta perspectiva. A la luz de lo ocurrido durante la movilización de #YoSoy132 en el contexto electoral mexicano de 2012, confirma que al igual que en el sistema de medios tradicional, no hay nada inherentemente democrático en las tecnologías digitales; por el contrario, los ciudadanos se enfrentan a sofisticadas técnicas de control y represión mediante una versión algorítmica de construcción del consenso acompañada de estrategias de sabotaje artificial del disenso.»

Isabel Noguez aborda las realidades actuales de la televisión y su relación con la moderna tecnología. Afirma:

«La pantalla y los contenidos que la acompañan continúan como elemento principal en un ámbito en el que el acceso a la red convive y modifica el consumo y presencia de la televisión.» Aporta datos que indican que si bien el consumo de contenidos en red ha aumentado, no por eso la televisión abierta ha perdido su público. Este permanece fiel. Relaciona también la preferencia con la posibilidad de acceso. La pantalla chica tiene una cobertura de 92% de los hogares.

Dayana Barrera aborda también la televisión abierta para explicar las cualidades expresivas de la pantalla cubana cuando selecciona temas y crea programas que difundirán el arte contemporáneo. Desde la perspectiva de los objetivos generales de la política pública, la televisión tiene como objetivo primordial formar, educar a los públicos. Tales programas cumplen mal ese cometido, señala la autora, en la medida en que no se explican con profundidad los asuntos retratados, ni se actualizan las técnicas de puesta en pantalla.

Esperamos que, con estos aportes, el lector pueda ir perfilando una carta de navegación para cuestionar y comprender los procesos en curso. Esta ha sido la intención tanto del Coloquio de ULEPICC-FCPYS como de la voluntad de los editores de difundir los valiosos conocimientos expuestos en cada uno de los trabajos. Quisiéramos agradecer, en este sentido, el sostén de la UNAM y del equipo humano y académico de la Universidad Autónoma Metropolitana de Cuajimalpa (UAMC) por el apoyo brindado los días del encuentro, así como a los centenares de colegas que, día a día, en el seno de ULEPICC siguen pensando e imaginan OTRA COMUNICACIÓN POSIBLE.

Referencias bibliográficas

- Castells, Manuel (2001): *La galaxia internet*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Castells, Manuel (1997): *La era de la información*. Vol. 1. Madrid: Alianza Editorial.
- Cocco, Giuseppe (2001). *Trabalho e Cidadania. Produção e direitos na era da globalização*. São Paulo: Cortez Editora.
- Lash, Scott (2001): *Economía de signos y espacios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Mattelart, Armand (2009): *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, Armand (1979): «Notas al margen del imperialismo cultural» en *Revista Comunicación y Cultura*, número 6, UAM-X, México, pp. 7-28.
- Sierra, Francisco (ed.) (2017). *Capitalismo Cognitivo y Economía Social del Conocimiento*. Quito: CIESPAL.

Florence Toussaint
Francisco Sierra