

En este primer volumen, dedicado a los autores y escuelas de la investigación de las comunicaciones de masas, el lector tendrá la oportunidad de conocer los principales enfoques teóricos de la Sociología de la comunicación de masas, tanto por lo que se refiere a la tradición más conservadora, como a los distintos esfuerzos por construir una teoría crítica de los medios y de la cultura de masas. Así mismo, el estudioso podrá reconocer el lugar que este enfoque sociológico ha tenido y puede tener en el panorama más amplio de la investigación sobre las comunicaciones de masas, cuyo rigor se plantea necesariamente en un campo multidisciplinar.

Sociología de la comunicación de masas es una recopilación cuya principal finalidad es la de ofrecer un instrumento de trabajo a los estudiantes, profesionales e interesados en la comunicación de masas, facilitándoles un contacto directo, y al mismo tiempo crítico, con los grandes clásicos de la investigación en esta materia.

Esta tercera edición se presenta en cuatro volúmenes dedicados respectivamente a *Escuelas y autores* (vol. I), que el lector tiene ahora en sus manos; *Estructura, funciones y efectos* (vol. II), *Propaganda política y opinión pública* (vol. III) y *Nuevos problemas y transformación tecnológica* (vol. IV), cuya presencia constituye la más importante novedad de esta tercera edición.

Miquel de Moragas Spà, catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona. Decano de la Facultad de Ciencias de la Información en dos periodos (1978 a 1980 y 1982 a 1984). Es autor de *Semiótica de la comunicación de masas* (1976) y *Teorías de la comunicación* (1981, 1984²).

GG MassMedia

UNIVERSIDAD DE CHILE



3560 1005823624

M. de Moragas (ed.) **Sociología de la comunicación de masas**

I. Escuelas y autores

Sociología
de la comunicación de masas

M. de Moragas (ed.)

MassMedia

GG

301
M. 8
V. 1

GG MassMedia



Contribución a una economía política de la comunicación de masas*

Nicholas Garnham

Nicholas Garnham es profesor en la School of Communication de la Polytechnic Central London. Autor de diversos estudios sobre política económica de la comunicación, es director de la revista Media, Culture and Society.

* Artículo publicado originalmente con el título «Contribution to a political economy of mass-communication», en *Media, Culture and Society*, vol. I, 1979, pp. 123 a 146, por Academic Press Inc. Ltd., Londres. Se trata de una versión resumida del original por el propio editor, previa expresa autorización por parte del autor.

Introducción

En nuestros días, los principales sistemas de comunicación en las sociedades capitalistas avanzadas son instituciones de tan evidente importancia que requieren, al menos en principio, una atención semejante a la que se presta a las instituciones de producción y distribución industrial [...]. Estas instituciones requieren un análisis en el contexto del imperialismo moderno y el neocolonialismo, en cuyo marco se inscriben decisivamente.

Además de sus resultados empíricos, dichos análisis obligan a la revisión teórica de la fórmula base/superestructura, y de la definición de fuerzas productivas, en un campo social en el que hoy son inseparables la actividad económica capitalista y la producción cultural a gran escala. A menos que se cumpla esta revisión teórica, hasta el mejor empeño de los empíricos radicales y anticapitalistas se verá asfixiado o absorbido por las estructuras teóricas específicas de la sociología cultural burguesa (Williams, 1977: 136).

En este artículo me propongo realizar una profunda revisión de la teoría cultural, dar cuenta de la necesidad de dicha revisión y comenzar a explorar algunas de sus consecuencias.

Así, lo que este artículo presupone es la elaboración de una economía política de la cultura, en que la economía política de la comunicación de masas ocupe su lugar subordinado —de un modo importante aunque históricamente específico— en el marco más amplio del análisis del proceso de la producción y reproducción culturales. La necesidad de esta economía política es sumamente práctica: surge de cambios reales en la estructura del capitalismo contemporáneo a medida que realiza lo que ha sido etiquetado como «industria cultural» y de la relación de ésta con el Estado. En todo el mundo capitalista desarrollado pueden observarse síntomas de los urgentes problemas prácticos planteados por tales cambios. Es posible encontrar informes, problemas y debates semejantes en

todos los países miembros de la OCDE. En el campo internacional, sólo es posible comprender correctamente en este contexto los recientes debates en la UNESCO y la permanente actividad diplomática que rodea el concepto de un «nuevo orden informativo mundial». Ante tales acontecimientos resulta palpablemente inadecuada la ultimísima investigación y teorización de los medios de comunicación de masas [...].

Un retorno necesario a los fundamentos

Antes de referirnos a ejemplos concretos de los problemas que intenta analizar una economía política de la comunicación de masas, es necesario —justamente a causa del dominio del idealismo en el análisis de la cultura y de los medios de comunicación— hacer una inevitable digresión teórica con el propósito de basar firmemente la posterior discusión dentro de la necesaria perspectiva materialista histórica. Al reclamar una orientación materialista histórica en la investigación de los *mass-media*, afirmamos un orden de prioridades que es una jerarquía de determinantes históricos y materiales concretos en el mundo real y, al mismo tiempo, un orden de prioridades de investigación. De modo que nos vemos enfrentados al problema de asimilar un proceso histórico real que en sí mismo contiene, de forma concreta, determinantes estructuralmente ordenados en los que la producción material es en última instancia determinante, lo que vuelve materialista nuestra teoría, mientras simultáneamente hay un número limitado de investigadores con recursos materiales limitados —entre los que incluyo el tiempo— que se ven obligados a escoger, desde la totalidad compleja del proceso social e histórico, el examen de aquellos aspectos del proceso que probablemente conducirán a la más clara comprensión de su dinámica y, a través de esa comprensión, a su control humano.

En el modo de abstracción del propio Marx subyace,

precisamente, esta cuestión de la elección. Así, en oposición a la corriente lacaniana post-althusseriana que ha sido peligrosamente dominante en la reciente investigación marxista británica en la esfera de los medios de comunicación, uno no afirma que el problema de la subjetividad carezca de interés, sino que tiene menos interés que el de clase o el de acumulación de capital. Más aún, no afirmamos que el interés por tal jerarquía de determinantes históricos de la investigación sea universal, que exista una teoría de primera categoría de los medios de comunicación, sino que corresponden a la verdadera jerarquía históricamente específica de una formación social concreta. O, como dice el propio Marx: «mi método analítico [...] no parte del hombre, sino del período social analíticamente dado».¹

O sea, que lo económico es determinante bajo el capitalismo, porque el capitalismo es un modo de organización social caracterizado por el dominio de un sistema abstracto de relaciones de cambio. Más aún, la relación específica entre lo abstracto y lo concreto, o entre «formas fenoménicas» y «relaciones reales», o entre ideas y materia —peculiar del modo de análisis materialista histórico del capitalismo—, surge de la relación real entre lo abstracto (relaciones de cambio) y lo concreto (experiencia individual vivida, trabajo real, etc.), dentro de la formación social propiamente dicha. En una formación social en que las relaciones sociales no fuesen abstraídas en una relación de cambio, se mantendría una relación teórica distinta entre lo abstracto y lo concreto.

Todavía más, lo abstracto no tendría que ser opuesto a lo concreto, de igual manera que las formas fenoménicas no tendrían que ser opuestas a las relaciones reales. Cada una es, precisamente, una forma de la otra. De modo que la relación de cambio tiene una realidad material concreta bajo la forma de dinero, letras de cambio, tarjetas de crédito, bancos, etcétera, pero su modo de operación, y

1. Véase Marx, «Notas sobre Adolph Wagner», en Marx (1975). Citado en Corrigan y Singer (1978), quienes presentan una versión ampliada de esta discusión metodológica.

junto con éste la reproducción de la formación social capitalista, depende de su abstracción, del hecho de que opera «a espaldas del ser humano» y así «puede determinarse con la precisión de las ciencias naturales». Pero sólo puede determinarse con tal precisión en tanto sea un proceso social supraindividual. Este postulado es tanto metodológico como histórico. Es decir, que para una formación social capitalista es condición necesaria la existencia de una dominación más o menos universal de las relaciones sociales mediante la dominación de cambio; verbigracia: una economía de mercado. Toda vez que tal dominación se ve desafiada (y en este sentido no percibimos ni hemos percibido nunca una formación social capitalista «ideal») por una acción política explícita, por la voluntad y la razón humanas, también se verá desafiada la lógica del capital. Por tal motivo el Estado es una forma necesariamente contradictoria.

Así llegamos al concepto de ideología, que tan fuertemente domina nuestro campo de estudio, y al problema central dentro de la teoría cultural, concretamente a la relación base/superestructura. El postulado fundamental del materialismo histórico sostiene que el hombre, como organismo biológico, debe emprender un constante intercambio material con la naturaleza, y este intercambio es lo que se denomina *trabajo*. En la historia, la relación trabajo/naturaleza ha estado cada vez más mediatizada por modos de producción específicos, tornando así más difícil el análisis de dicho vínculo. A causa de esta dificultad se presenta la posibilidad del error y, por ende, de la ideología. Pero no deja de ser un hecho material que, en última instancia, la producción material en este sentido directo es determinada, en el sentido de que sólo el excedente producido por este trabajo es lo que permite que se persigan otras formas de actividad humana. Así, la superestructura sigue siendo dependiente *de* y determinada *por* la base de la producción material.

Evidentemente, cuanto mayor sea el excedente con respecto a las necesidades inmediatas de reproducción física, mayor será la autonomía de la superestructura, y sin

duda mayores la variación y diversidad posibles dentro de la organización superestructural, siempre que el modo de producción material sea tal que garantice el necesario superávit. En este importante sentido, la superestructura cultural está y permanece subordinada y secundaria, y las cuestiones cruciales son las relaciones entre el modo de extracción y distribución del excedente material por un lado (por ejemplo, las relaciones de clase), y por el otro, la adjudicación de este excedente material dentro de la superestructura (por ejemplo, el problema del gasto público, entre otros). Pero aunque históricamente la superestructura se ha vuelto más autónoma, siguen existiendo restricciones industriales desarrolladas. Todos tienen que comer, dormir y mantenerse a una temperatura corporal dada en determinados ciclos temporales. Así, como señaló el propio Marx, toda economía es una economía de tiempo (Marx, 1973), razón por la que tiempo/trabajo es una categoría analítica tan crucial. La reproducción cultural aún está directamente regida por estos determinantes materiales, en el sentido de que siguen siendo limitados el tiempo y los recursos de quienes tienen que vender su fuerza de trabajo al capital, dentro de las restricciones tiempo/trabajo impuestas por el capital, y todavía utilizan la proporción más significativa del tiempo y los recursos materiales de que disponen con el propósito de asegurarse la reproducción material y biológica.

Lo material, lo económico y lo ideológico

Ninguna economía política de la cultura puede eludir la discusión sobre la relación base/superestructura, pero para hacerlo debe evitar dos trampas: la del reduccionismo económico y la de la autonomización idealista del nivel ideológico. El problema central con la metáfora base/superestructura, como con su correspondiente, la dicotomía cultura/sociedad, es que siendo una metáfora de polaridad, esencialmente binaria en su forma, no puede

encarar adecuadamente el número de distinciones necesarias, en este caso entre lo material, lo económico y lo ideológico. Estos no deben considerarse tres niveles, sino momentos analíticamente distintos, pero co-términos tanto de prácticas sociales concretas como de análisis concreto. Más aún, toda economía política debe atenerse constantemente a la historicidad de las articulaciones específicas entre estos momentos.

Así, la pertinencia o significado de cualquier categoría analítica, tal como base y superestructura, por expresar como expresa una relación, se modificará a medida que se modifique la realidad histórica que explica. De manera similar, podríamos decir que el propósito de una economía política de la cultura consiste en dilucidar lo que Marx y Engels apuntaron en *La ideología alemana* como «control de los medios de producción mental», acen tuando que el significado que adjudicaban a la expresión era claramente histórico, y por tanto mutable, y nunca estuvo destinado a ser congelado en una simple dicotomía, como con tanta frecuencia ha ocurrido en posteriores escritos de carácter marxista. Además, la economía política de los medios de comunicación de masas es el análisis de una fase histórica específica de este desarrollo general, vinculado a modalidades históricamente distintas de producción y reproducción culturales.

En su análisis sobre base y superestructura en *Marxismo y Literatura*, Raymond Williams señala que, al acen tuar la determinación de la base contra el idealismo burgués, una versión de la teoría cultural marxista ha sido acusada de «materialismo vulgar», tanto por críticos burgueses como marxistas, aunque «la verdad es que nunca ha sido lo bastante materialista». A continuación, Williams escribe:

Lo que toda noción de un «orden autosuficiente» suprime es el carácter material de las fuerzas productivas que producen tal versión de producción. Por cierto, a menudo es una forma de suprimir la conciencia plena de la naturaleza misma de tal sociedad. Si «producción» en la sociedad capitalista es la producción de mercancías para un mercado, se encontrarán términos diferentes pero engañosos para cualquier otro

tipo de producción y fuerza productiva. Lo que con mayor frecuencia se suprime es la producción material directa de «política». Empero, toda clase dominante dedica una parte significativa de la producción material al establecimiento de un orden político. El orden social y político que mantiene un mercado capitalista, como la lucha social y política que lo creó, es necesariamente una producción material. De castillos, palacios e iglesias a prisiones, asilos y escuelas; de armas de guerra a una prensa controlada: toda clase dominante, en formas variables aunque siempre materialmente, produce un orden social y político. Éstas nunca son actividades superestructurales. Son la producción material necesaria en la que sólo puede mantenerse un modo de producción aparentemente autosuficiente. La complejidad del proceso resulta especialmente notable en las sociedades capitalistas avanzadas, donde no tiene absolutamente nada que ver con aislar «producción» e «industria» de la producción material comparable de «defensa», «orden público», «bienestar», «entretenimientos» y «opinión pública». Al no aprehender el carácter material de la producción de un orden social y político, este materialismo especializado (y burgués) tampoco comprendió, y en este caso más patentemente, el carácter material de la producción de un orden cultural. El concepto de la superestructura no era, entonces, una reducción, sino una evasión (Williams, 1977: 92 y 93).

El acento que aquí pone Williams en la materialidad del proceso cultural es una corrección necesaria al idealismo burgués y a sus variantes marxistas post-althusserianas. Pero esta formulación también adolece de un reduccionismo engañoso al no distinguir entre lo material y lo económico. De hecho es una formulación materialista más que materialista histórica. La ausencia de esta distinción necesaria está contenida en la frase aparentemente insignificante pero crucial, «en formas variables aunque siempre materialmente», pues son precisamente las articulaciones específicas de estas formas variables las que caracterizan diversas etapas de desarrollo precapitalista y capitalista, las que también caracterizan el significado cambiante de lo que Marx y Engels denominaron «control de los medios de producción mental», cambios cuyo trazado y análisis han de ser el propósito fundamental de una economía política de los medios de comunicación. Sin duda una prensa autorizada y una prensa comercial «libre» son materiales, pero las diferencias económicas entre estas dos formas de control «político» constituyen la diferencia entre una forma capitalista y una forma preca-

pitalista. De manera similar, la diferencia entre la estructura económica de la educación privada y la pública, constituye, dentro de la misma materialidad, la esencia de la lucha «política». Mientras que la materialidad de la política —es decir, su mantenimiento en base al excedente social global de la producción material— es un fenómeno general y universal, las formas en que dicho excedente es extraído y distribuido y la relación de esta forma económica con lo político son históricamente distintas y específicas, de modo que en el presente la cuestión de los subsidios a partidos políticos o a la prensa se vuelve un objeto de lucha «política», para modificar formas económicas y, al hacerlo, modificar estructuras «políticas».

Del mismo modo, aunque Williams acierta al acentuar la materialidad de todas las prácticas sociales, desde una perspectiva económica, no puede decirse que no sea pertinente aislar «producción» e «industria» de la producción material de «defensa», etcétera, cuando a menudo lo que está en cuestión al considerar la relación entre estas diversas prácticas sociales no es su materialidad comparada, sino, por el contrario, su articulación económica significativamente diferente [...].

Esta confusión entre lo material y lo económico es corriente y vale la pena detenerse brevemente en la naturaleza de su diferencia. En tanto el materialismo histórico es materialista, se basa en el postulado que Williams esboza. Pero en tanto es histórico, se ocupa de analizar los modos específicos y cambiantes de esta relación material fundamental, todos ellos formas de dicha relación. En particular, se postula que toda forma de relación social ampliada depende de la extracción y distribución de excedentes materiales, y así los medios a través de los cuales éstos se logran es la característica determinante de toda formación social. Tales modos de producción e intercambio social son culturales, de ahí el auténtico problema de establecer una diferenciación sociedad/cultura sin reducir la definición de cultura, de manera que sólo incluya aquellos elementos de interacción social que implican un nivel secundario de abstracción, específicamente la represen-

tación de relaciones materiales concretas en formas *simbólicas*. Así, debemos distinguir dos tipos de formas: una social, o sea, una serie de relaciones materiales que, en tanto que operan de manera inconsciente, pueden ser analizadas y determinadas abstractamente con la precisión de las ciencias naturales, y una forma cultural que, aunque supone un sustento material, no es material en sí misma y tiene una relación esencialmente mediatizada con la realidad material que representa.

La economía es una forma histórica específica de las relaciones sociales de producción y distribución. Es la forma que adquieren estas relaciones en una formación social en la que el intercambio de mercancías es dominante. En consecuencia, es posible argumentar que lo económico es superestructural en relación con la base o estructura material, que de hecho podría verse como el nivel dominante de la superestructura. Porque lo que Marx dice en *El Capital*, es que la verdadera transición histórica al capitalismo implica un tránsito de un sistema de relaciones y dominación sociales basado en el control físico directo de la propiedad de la tierra y del pueblo a uno basado en el control cada vez más indirecto a través del intercambio de mercancías y, en especial, del intercambio de la mercancía de la fuerza de trabajo; y que este proceso histórico real es un verdadero proceso de abstracción social, que por tanto exige una adecuada abstracción teórica para proceder a su análisis. En virtud de que lo económico es la forma más abstracta y fundamental de la relación social dentro del capitalismo, es primario tanto teórica como prácticamente, pero como una representación históricamente específica de una relación material predeterminada.

Es la existencia real de este nivel económico abstracto de producción ampliada de mercancías la que permite el desarrollo de una creciente división del trabajo y, por tanto, el desarrollo de las formas superestructurales específicas del capitalismo. Así, la autonomía relativa de la superestructura es una característica real y crecientemente central del capitalismo, pero en sí misma queda

determinada al nivel de lo económico, y en última instancia es una forma, a dos niveles de mediación, de una relación material que también permanece determinante *en y a través de* lo económico.

Las insuficiencias de la teoría marxista actual

Desde esta perspectiva, las teorías materialistas históricas disponibles son inadecuadas para el tratamiento de los auténticos desafíos prácticos que enfrentan, sobre todo porque ofrecen explicaciones reduccionistas que favorecen un simple determinismo económico o una autonomía ideológica, por lo cual dejan de analizar y explicar precisamente aquello que vuelve centralmente significativo el objeto de análisis, concretamente la relación entre lo económico y lo ideológico. O sea, que nos ofrecen lo siguiente:

a) Una aceptación incondicional del modelo base/superestructura extraído de una lectura parcial de *La ideología alemana*, aceptación que se limita a declarar sin discusiones que los medios de comunicación de masas son instrumentos ideológicos de la dominación de la clase dirigente, ya sea mediante la propiedad directa o, como en el caso de la *broadcasting*, a través del control del Estado por parte de la clase dirigente. Tal posición deja de lado los efectos específicos de la subordinación de la producción y reproducción culturales a la lógica general de la producción capitalista de mercancías y, al mismo tiempo, las especificidades de las relaciones variables y cambiantes entre los niveles económico, ideológico y político en los momentos históricos concretos. En *Marxism and Politics*, Milliband expone una versión clásica de esta teoría:

Cualquier otra cosa que la inmensa producción de los *mass-media* intente alcanzar *también* intenta contribuir a impedir el desarrollo de la conciencia de clase en la clase trabajadora y a reducir tanto como sea posible cualquier anhelo que pudiese experimentar de una alternativa

radical al capitalismo. [...] «La clase que tiene a su disposición los medios de producción material» posee «al mismo tiempo el control de los medios de producción mental» e intenta utilizarlos para el debilitamiento de la oposición al orden establecido (Milliband, 1977: 50).

En este punto debe notarse que a pesar de todo su culteranismo filosófico, la posición althusseriana sobre los aparatos ideológicos representa muy poco o ningún progreso de esta posición (Clarke, 1977).

b) En segundo lugar, y como reacción parcial contra esta explicación marxista clásica de los medios de comunicación, se nos ofrece una elaboración de la relativa autonomía de la superestructura y, dentro de la superestructura, de los niveles ideológico y político. En su esfuerzo por rechazar el economismo o, como dice Althusser, «la idea de una contradicción “pura y simple” no sobredeterminada», todas estas teorías también han eliminado en mayor o menor grado la determinación económica, o sea, que como también dice el mismo autor, en dichas teorías «la hora solitaria de la “última instancia” nunca llega» (Althusser, 1969: 113). Esta posición general ha desarrollado acertadamente las ideas de la Escuela de Frankfurt sobre la importancia de la superestructura y de la mediación, descuidando perjudicialmente al mismo tiempo un componente fundamental de la posición original de dicha Escuela, concretamente el hecho de que bajo el capitalismo monopólico la superestructura se vuelve precisamente industrializada.

En nuestra época, la tendencia social objetiva está encarnada en el propósito subjetivo oculto de los directores de empresa, entre los cuales los más importantes se encuentran en los sectores más poderosos de la industria: acero, petróleo, electricidad y química. En comparación, los monopolios culturales son débiles y dependientes. No pueden permitirse el lujo de descuidar su sumisión a los verdaderos tenedores del poder, para que no sufra una serie de purgas su esfera de actividad en la sociedad de masas (Adorno y Horkheimer, 1977: 351).

La verdad de esta idea original queda demostrada mensualmente, a medida que firmas del sector cultural se ven absorbidas en grandes conglomerados industriales y sometidas a los vaivenes de su lógica comercial. En reali-

dad, la verdadera debilidad de la posición original de la Escuela de Frankfurt no fue su incomprensión de la importancia de la base o de lo económico, sino el no haber tomado lo bastante en cuenta la naturaleza económicamente contradictoria del proceso que observaban, por lo que consideraron que la industrialización de la cultura era irresistible y no planteaba conflictos. Quienes llegaron después, aunque criticaron debidamente a la Escuela de Frankfurt por su ausencia de un análisis de clase concreto —ausencia surgida precisamente de su análisis insuficientemente matizado del nivel económico—, al desarrollar sus teorías de la eficacia de la superestructura han agravado en gran medida, paradójicamente, el error original [...].*

c) Por último, Dallas W. Smythe, identificando como «punto ciego» el excesivo énfasis de la autonomía del nivel ideológico dentro del marxismo occidental, aleja acertadamente nuestra atención de los medios de comunicación de masas como aparatos ideológicos y la vuelve a orientar hacia su función económica dentro del capitalismo. Pero al hacerlo propone una teoría reduccionista extrema. Para Smythe (1977), toda economía política de los medios de comunicación de masas debe basarse en un análisis de su forma de mercancía, y para él la forma de mercancía específica de los medios de comunicación es el público, o sea, que para él la función crucial de dichos medios no consiste en vender paquetes de ideología a los consumidores, sino públicos a los anunciantes. Ahora bien, indudablemente es importante centrar la atención en las formas en que los *mass-media* fabrican y venden públicos como un momento del complejo circuito de capital que estructura económicamente la operación de esos medios. Además, acentuar este momento como crucial y concentrarse en el papel directamente funcional de los medios de comunicación con respecto al capital como vehículos publicitarios, es sin duda alguna una reflexión de la realidad

* Sobre el debate británico en esta materia, véase Hall (1977), Murdoch y Golding (1979). (*N. del E.*)

más plausible en el contexto norteamericano que en el europeo.

No obstante, la teoría de Smythe interpreta mal la función de la forma de mercancía como una abstracción dentro de la teoría económica marxista, y así descuida la relación entre formas específicas de la mercancía, en este caso el público, y la forma de mercancía en general. Como resultado de ello, su teoría carece de todo sentido de contradicción, no tiene en cuenta la función de las mercancías culturales directamente intercambiadas, no explica el papel del Estado, no elabora lo bastante la función de la publicidad propiamente dicha en relación con el capital y, quizá lo más crucial, no relaciona el proceso de producción de públicos por parte de los medios de comunicación con los determinantes de clase y la lucha de clases.²

El nivel ideológico

¿Cuáles son entonces los problemas que intenta analizar una economía política de la comunicación de masas? La perspectiva investigadora, cuya base teórica e histórica he bosquejado brevemente, trata de desviar la atención de la concepción de los *mass-media* como la de aparatos ideológicos y los ve en primer lugar como entidades económicas con un papel económico directo en tanto creadores de valor excedente a través de la producción y el intercambio de mercancías, y un papel indirecto, a través de la publicidad, en la creación de valor excedente dentro de otros sectores de la producción de mercancías. Por cierto, una economía política de los medios de comunicación en parte selecciona su objeto de estudio precisamente porque ofrece un desafío a la teorización Althusser/Poulantzas de la formación social tal como está estructurada en los niveles relativamente autónomos de lo económico, lo ideológico y lo político. Pues aunque las principales institucio-

2. Véase Thompson (1978), Williams (1977) y Corrigan y Singer (1978).



nes de la comunicación social, la prensa y la radiotelevisión, despliegan —como analizaremos más adelante— notables diferencias de articulación, al mismo tiempo ambas despliegan un íntimo entramado dentro de instituciones concretas y dentro de sus formas de mercancía específicas de lo económico, lo ideológico y lo político. Cuando compramos un periódico participamos simultáneamente de un intercambio económico, en sometimiento *a* o como reacción *contra* una formación ideológica, y a menudo en un acto específico de identificación, o al menos de implicación política. También sabemos, a partir del análisis histórico del desarrollo de la prensa, que la naturaleza de la implicación política está condicionada específicamente por lo económico. De manera similar, las noticias de TV están económicamente determinadas dentro de la producción de mercancías en general, desempeñan una función ideológica y operan explícitamente dentro de la política, en términos de equilibrio, etcétera.

Aunque acepto que los medios de comunicación pueden estar y están política e ideológicamente sobredeterminados en muchas coyunturas específicas, entiendo que para su determinación última una economía política se basa en lo económico [...].

Antes de pasar a examinar el nivel económico y sus articulaciones específicas en el seno de la esfera cultural, echemos una mirada a la relación entre las condiciones materiales de producción por un lado y las formas ideológicas por el otro. Es decir, cómo relacionamos la materialidad de la producción cultural con la famosa diferenciación de Marx «entre las transformaciones materiales de las condiciones económicas de la producción, que pueden determinarse con la precisión de las ciencias naturales, y las formas jurídicas, políticas, estéticas o filosóficas —en síntesis, ideológicas— en que las personas toman conciencia de este conflicto y luchan por resolverlo» (Marx, 1859).

Lo que subraya la cita de Marx es la importancia de la distinción entre los dos niveles, distinción centrada en la diferencia entre las fuerzas *inconscientes* que rigen la

producción material «más allá de nuestra voluntad», etcétera, y la forma consciente de la ideología. Si seguimos a los althusserianos y hacemos de la ideología un proceso inconsciente, se pierde esta distinción fundamental.

En cuanto a lo que concierne específicamente a los *mass-media*, esta distinción apunta a la necesidad de distinguir entre los medios como procesos de producción material (que sea o no capitalista es cuestión de análisis) por un lado, y como escenario de lucha ideológica por el otro, y la relación entre esos dos niveles o instancias.

Debemos hacer dos distinciones. Creo que podemos vincular la práctica ideológica con lo que Marx denominó «proceso de trabajo real».

Observando el proceso de producción desde su aspecto real, es decir, como un proceso que crea nuevos valores de uso ejecutando un trabajo útil con valores de uso existentes, descubrimos que es un *proceso de trabajo real*. Como tal, sus elementos, sus componentes conceptualmente específicos son los del proceso de trabajo propiamente dicho, de cualquier proceso laboral al margen del modo de producción o de la etapa de desarrollo económico en que se encuentren (Marx, 1976).

Es decir, que los procesos de concienciación y de representación, por ejemplo el lenguaje, son procesos reales mediante los cuales los seres humanos se apropian socialmente de su entorno (naturaleza), que preexiste y sigue existiendo dentro de modos de producción ideológica específicamente capitalista y sobre los que se apoyan estos modos capitalistas.

La materialidad de tal producción ideológica, *qua* ideología, reposa en el hecho de que la concienciación es una transformación humana de experiencia «real», en ese sentido «conocimiento práctico». Por tanto, es evidente que la relación de cualquier caso particular de producción ideológica con la totalidad de la experiencia social dependerá de un análisis de la posición experiencial de la conciencia humana en cuestión; por ejemplo, la sencilla y convencional definición de conciencia de clase basada en la experiencia directa de una posición dada dentro de la relación capital/trabajo. Por supuesto, en cualquier sociedad compleja semejante experiencia directa queda muy

mediada tanto diacrónica como sincrónicamente. Pero su traducción en forma de representación es, sin embargo, un proceso de concienciación diferente *de*, y que en sus formas no tiene correspondencia necesaria *con*, los procesos económicos con que se relaciona o de los que es una representación. Por cierto, como representación es, precisamente por definición, distinto de aquellos procesos que representa.

Más todavía, las formas ideológicas nunca pueden ser sencillamente incorporadas en un sistema de valores de cambio, es decir, el modo de producción específicamente capitalista, precisamente porque las formas ideológicas, las formas de conciencia, conciernen a la distinción, a la diferenciación, y son por definición heterogéneas (como señaló el propio Marx al referirse a las limitadas posibilidades de incluir la producción ideológica bajo el capitalismo: «Necesito al médico, no a su recadero»). Pero el valor de cambio es, precisamente, el campo de la equivalencia (Baudrillard, 1972 y 1975).

Producción material y mental

Con el propósito de estudiar la conexión entre producción intelectual y material, es sobre todo esencial concebir a esta última en su forma histórica determinada y no como una categoría general. Por ejemplo, al modo de producción capitalista corresponde un tipo de producción intelectual muy distinto del que correspondía al modo de producción medieval. A no ser que se comprenda la producción material en su forma histórica específica, es imposible aprehender las características de la producción intelectual que le corresponde o la acción recíproca entre ambas (Marx, 1973: 96 y 97).

Es necesario poner el acento en, y diferenciar, dos momentos distintos aunque relacionados para un análisis materialista histórico de la producción intelectual.

a) La cultura como fenómeno superestructural en relación con modos de producción material no culturales, es decir: por un lado la producción cultural dominante o he-

gemónica pagada con la *renta* capitalista y, por el otro, una clase trabajadora subordinada o cultura de oposición, pagada con salarios. En ese sentido, la producción cultural y sus articulaciones con la esfera de la producción material implican una interpretación específica del significado de «control de los medios de producción mental» —en *La ideología alemana*—, es decir, a través del pago directo a ideólogos y del necesario mantenimiento de los instrumentos físicos de su producción ideológica. Dentro de la perspectiva analítica tenemos que analizar el desarrollo histórico de las «necesidades históricamente específicas» de la clase trabajadora y su mantenimiento de «intelectuales orgánicos» y de instrumentos específicos de producción cultural, como los sindicatos.

b) La cultura como parte de la producción material, directamente subordinada *a* o al menos en una articulación íntimamente determinada *con* las leyes de desarrollo del capital. Ésta es una etapa histórica denominada posterior, parte del desarrollo del capitalismo monopólico, el fenómeno denominado «industrialización de la cultura», pero también vive junto al otro momento y, en casos específicos, debemos analizar la interrelación entre estos dos modos distintos de producción intelectual dentro de la producción intelectual (la cultura en su sentido estricto) en general.

Lo que en general se ha perdido en los estudios marxistas de los medios de comunicación es la elaboración histórica precisa del significado que en *La ideología alemana* dieron Marx y Engels a «control de los medios de producción mental».

En líneas generales creo que en *La ideología alemana* está claro que en sus reflexiones sobre la etapa contemporánea del desarrollo capitalista, Marx y Engels se referían al pago de ideólogos, de intelectuales, con la renta capitalista. Ésta es la perspectiva que recoge Raymond Williams en el párrafo ya citado. Es decir, que los autores observaron acertadamente que las actividades superestructurales requieren una cohorte de trabajadores men-

tales que no eran económica o materialmente productivos en forma directa y cuyo precio de reproducción, en consecuencia, debe ser sustentado por la esfera de la producción material. Puesto que bajo el capitalismo eran los capitalistas los que extraían esta plusvalía, eran ellos quienes debían redistribuirla en actividades superestructurales de su elección y, por ende, ejercer presiones directas sobre los ideólogos, que eran sus sirvientes a sueldo.

La creación de trabajo excedente corresponde por un lado a la creación de menos trabajo y, por el otro, a un ocio relativo (o trabajo no productivo, en el mejor de los casos). Esto cae por su propio peso en lo que respecta al capital propiamente dicho, pero también es válido para las clases que participan; de ahí la serie de pobres, pelotilleros, aduladores, etcétera, que viven del producto excedente; en síntesis: la legión de paniaguados, la parte de la clase *servidora* que no vive del capital, sino de la renta pública (Marx, 1973: 401).

Esta relación directa sigue siendo importante y no debe olvidarse. Es decir, que la clase trabajadora también desarrolló, a partir de su salario, una cultura subordinada a la contracultura con sus propios «intelectuales orgánicos», tales como funcionarios sindicales, organizadores de cooperativas, periodistas, etcétera, a sueldo, pero el excedente disponible para este propósito era exiguo tanto real como comparativamente, por lo que este poder ideológico directo se inclinó decididamente en favor del capital, y así permanece. Comparemos una pequeña organización con las relaciones públicas y las inversiones en investigación de una empresa importante. Observemos la forma en que las grandes empresas manipulan el sistema legal mediante su capacidad de sustentar procesos costosos a los que dan largas (por ejemplo, el caso de la talidomida). Notemos la forma en que la investigación sobre los medios de comunicación se ha visto y se ve significativamente influida por la afluencia de fondos de intereses comerciales personales.

Ahora que se ha desarrollado más la división del trabajo, existe una versión más mediada de este empleo de ideólogos pagados con la renta pública, concretamente —como ha analizado Bourdieu— la creación de una frac-

ción subordinada de la clase capitalista que posee capital cultural (Bourdieu y Passeron, 1977). Así como los hijos menores de la aristocracia ingresaban en la iglesia y en el ejército, hoy un sector de la clase capitalista ocupa posiciones claves en el campo cultural. Los orígenes de clase de los trabajadores ideológicos siguen siendo un aspecto importante, aunque descuidado, del análisis de los medios de comunicación. Por supuesto, ello no significa que esas personas reproduzcan necesariamente la ideología de la clase dominante (como contraejemplos obvios, véase Friedrich Engels y William Morris); significa sólo que existe una tendencia estructural a hacerlo.

El descuido de este aspecto del control económico directo de los ideólogos se refleja en la presente discusión del papel ideológico de los *mass-media*, donde tiene lugar una compleja polémica sobre profesionalización, jerarquías de discurso, códigos hegemónicos y subordinados, etcétera, discusiones que a menudo sirven al propósito de enmascarar una realidad omnipresente para quienes trabajan realmente en los medios: la posibilidad de perder el puesto de trabajo. Por supuesto, esta realidad económica suele estar internalizada tanto por el empleado como por el empleador en forma de ideologías de profesionalismo o de patronalismo, pero de todos modos sigue siendo potente, pues es sin duda alguna el apuntalamiento que exige el profesionalismo. Adorno y Horkheimer (1977: 133) tampoco cometieron el error de olvidar este hecho:

Bajo el monopolio cultural privado, es un hecho que «la tiranía deja libre el cuerpo y dirige su ataque al espíritu». El gobernante ya no dice: «Debes pensar como yo o morir.» Hoy dice: «Eres libre de no pensar como yo; tu vida, tu propiedad, todo seguirá siendo tuyo, pero a partir de ahora eres un extraño entre nosotros.»

Deseo concentrarme en particular en las implicaciones de un segundo momento, el de los efectos de la imposición de la lógica del capital sobre la producción cultural.

Como he señalado, ha existido la tendencia a no considerar ideológicamente contradictoria tal imposición. Desde el primer momento debemos subrayar que no es así.

Del hecho de que el capital controla los medios de producción cultural en el sentido de que la producción y el intercambio de mercancías culturales se vuelven formas dominantes de la relación cultural, no se desprende que estas mercancías culturales apoyen necesariamente —ya sea en su contenido explícito como en su modo de apropiación cultural— la ideología dominante. Por cierto —tal como ha señalado recientemente Lovell (1979) y como también han puesto de relieve Adorno y Horkheimer—, la mercancía cultural posee una contradicción inherente, contradicción que puede ser profundamente subversiva, tal como ocurre con las demás contradicciones del modo de producción capitalista. En el análisis que hace Marx en *El Capital*, era evidente que el autor quería diferenciar netamente la lógica del capital y la intención de los capitalistas individuales, incluso a nivel económico, para no mencionar el nivel ideológico:

El hecho de que fabricar pan, zapatos, etcétera, sólo ahora empiece a adquirir base capitalista en Inglaterra, se debe totalmente a la circunstancia de que el capital inglés se adhería a los prejuicios feudales de «respetabilidad». Era «respetable» vender negros como esclavos, pero no era respetable hacer salchichas, zapatos o pan (Marx, 1976: 1014, nota al pie).

Quizá valga la pena observar, de paso, que esta característica del capital británico aún opera con respecto a los medios de comunicación, que todavía conllevan cierta reputación bohemia, truhanesca y marginal. De ahí las características de los capitales particulares que crearon ITV, por ejemplo, o que desarrollaron la industria cinematográfica británica en los años treinta, o el papel del capital colonial a través de Beaverbrook y Murdoch en la prensa británica. Dichas actitudes todavía afectan al Partido Conservador en su ambivalente relación con la radiotelevisión comercial.

La función cumplida por los capitalistas no es más que la función del capital —a saber, la valorización del valor absorbiendo el trabajo vital— ejecutada *consciente* y *voluntariamente*. Las funciones capitalistas sólo como el capital personificado, el capital como personas, así como el

trabajador, no es nada más que el *trabajo* personificado (Marx, 1976: 989).

Esta cita apunta a la importancia de no considerar a los capitalistas como sujetos unificados con cualquier propósito analítico. Es decir, que una persona dada o un grupo dado sólo puede describirse como capitalistas en aquellos momentos en que actúan de modo consciente y voluntario con la lógica de acumulación de capital. Así, puede haber muchas de esas acciones conscientes y voluntarias —ni hablar de acciones inconscientes— que son contradictorias con la lógica del capital, por supuesto dentro de límites determinados. Por tanto, puede haber una clara divergencia entre las funciones del capital dentro del proceso material de producción mental, y las intenciones conscientes y voluntarias de los capitalistas o de sus ideólogos. No podemos prever *a priori* cuál será predominante en un momento dado, es decir, cuánto tiempo un Harmsworth, un Beaverbrook o un Thomson mantendrán un periódico que da pérdidas por razones de prestigio social o de poder político, aunque evidentemente los límites externos de tales posibilidades de desviación por parte del capitalista individual estarán determinados por las normas de la lógica del capital.

Nunca se insistirá lo bastante en que no existe necesariamente una coincidencia entre los efectos del proceso capitalista propiamente dicho y las necesidades ideológicas de la clase dominante.

Producción mental y producción capitalista de mercancías

Ahora volvamos a observar la producción mental, de la que los medios de comunicación son un ejemplo, como procesos de producción capitalista, y las implicaciones de nuestros modos de comunicación social de la inclusión, por parte del capital, de las verdaderas formas de producción ideológica. [...]

Al examinar la comunicación de masas en formaciones sociales predominantemente capitalistas, no debemos cometer el error de suponer que en consecuencia son necesariamente capitalistas, o sea, que no debemos realizar la fácil elisión que hace Milliband entre los sectores controlados por el capital privado y los controlados por el Estado. Tampoco podemos suponer que todos los sectores no estatales sean de hecho capitalistas. Por cierto, la relación entre formas precapitalistas y capitalistas dentro del sector de los medios de comunicación es una característica significativa tanto económica como ideológica, o sea, la relación entre nociones de libertad creativa, libertad de prensa, el debate sobre el cuarto canal, la comunicación comunitaria, etcétera. Esta relación determina significativamente las formas de lucha, dentro de los medios, por el proceso laboral.

Así, los modos artesanales de organización laboral que van de la producción artesana individual —la autoría de un libro— al grupo poco numeroso, por ejemplo, la compañía cinematográfica o productora de discos independientes, siguen siendo corrientes e importantes dentro de la esfera cultural. Tales residuos han sido el epicentro de la lucha contra la lógica del capital y han producido una poderosa ideología cultural contraria a lo económico (véase la tradición cultura/sociedad). No obstante, en ciertos casos semejante organización artesanal puede ser funcional al capital, en tanto éste controle los medios de reproducción y distribución masiva del producto elaborado por el autor, pues asegura la producción necesaria de un espectro de artefactos culturales heterogéneos que el capital puede decidir seguir explotando, sin correr con los riesgos y los gastos generales de esta producción, que son directamente soportados por la mano de obra. En verdad, la ideología de la libertad creativa puede ser utilizada por el capital para mantener débil y dividida a la fuerza de trabajo y sin ningún control sobre los momentos estratégicos del proceso laboral global. Por ejemplo, aunque la Open Broadcasting Authority sea cuestionada por los trabajadores culturales bajo la bandera de la libertad crea-

tiva y contra los intereses del capital en la forma de ITV, tal estructura de producción independiente a pequeña escala, si hubiera de realizarse, para el capital en general sería más funcional que una extensión de la estructura actual, pues abriría más plenamente la difusión británica tanto a la publicidad como a las presiones del mercado internacional (Huet et al., 1978).

Tampoco debemos cometer el error de adherirnos a una fácil ecuación entre propiedad privada y capitalismo.

Donde el capital todavía aparece en sus formas elementales como mercancías o dinero, el capital se manifiesta en el carácter ya consabido del propietario del dinero o de las mercancías. Pero esa persona no es en sí misma más capitalista de lo que el dinero o las mercancías son en sí mismos el capital. Se traducen en capital sólo en ciertas circunstancias específicas y de igual manera sus propietarios sólo se vuelven capitalistas en dichas circunstancias (Marx, 1976: 976).

Entonces, ¿cuáles son esas circunstancias? La característica básica del capital es el crecimiento o la acumulación.

En sí misma, la suma de dinero sólo puede ser definida como capital si se la emplea, si se la gasta, si se la usa con el propósito expreso de incrementarla. En el caso de la suma de valor o de dinero, este fenómeno es su destino, su ley intrínseca, su tendencia, en tanto que para el capitalista —es decir, el propietario de la suma de dinero en cuyas manos ésta adquirirá su función— aparece como intención, como propósito (Marx, 1976: 976).

Así, para examinar el modo de producción específicamente capitalista de los medios de comunicación debemos ver las formas en que el capital utiliza el proceso real de producción de medios con el fin de incrementar su valor, con el fin de crecer, y las barreras que se interponen en el camino de este proceso, ya sea por las contradicciones inherentes al proceso mismo o por fuerzas externas.

Con el propósito de acumular, el capital debe como mínimo llevar el trabajo vital al proceso de producción intercambiando en la esfera de circulación mediante la negociación del salario. Debe combinar este trabajo vital de determinada manera con el trabajo objetivado como

medio de producción (materias primas e instrumentos) en la producción de una mercancía en cuyo intercambio se realizará el valor excedente.

En un modo capitalista plenamente constituido, basado en el valor excedente relativo y la competencia entre capitales, este proceso de crecimiento requiere una productividad siempre creciente y mercados cada vez más amplios.

Históricamente, la esfera de la producción mental o producción no material presentó y continúa presentando importantes trabas a este proceso, y las formas y la dinámica de los *mass-media* pueden en parte comprenderse como resultado de un continuo intento por superar dichas trabas, y de los éxitos y fracasos concretamente diversos de dicho intento.

Así, partimos del supuesto materialista histórico de que el desarrollo del capitalismo o el modo de producción capitalista es:

- a) un proceso contradictorio,
- b) aún incompleto.

La naturaleza contradictoria del proceso es en parte intrínseca: el conflicto entre capital y trabajo, el conflicto entre acumulación de capital y socialización de las fuerzas y relaciones de producción, el conflicto entre el deseo de acumular a través de la extracción de valor excedente relativo y la fuerza de trabajo como creadora del valor excedente, contradicción expresada en la tendencia decreciente de la tasa de beneficios.

En parte las contradicciones son extrínsecas, es decir, enlazadas precisamente con la relación entre el capitalismo en desarrollo y las áreas no capitalistas de la formación social. La expansión necesaria del proceso de valorización no es un proceso de expansión automática; tropieza contra barreras sociales y políticas; tiene que conquistar barreras físicas, por ejemplo, comunicaciones y transportes; requiere la necesaria acumulación de capital; etcétera.

Observamos esta contradicciones en el campo de los medios de comunicación de masas:

- a) en resistencias tanto reales como ideológicas a la industrialización de los modos artesanales de producción cultural;
- b) en los conflictos entre capitales nacionales e internacionales, a veces mediatizados, a través del Estado y en ocasiones directos, por ejemplo, la escisión en el Partido Conservador, por la introducción original de difusión comercial —o la lucha en proceso de desarrollo por el control nacional *versus* el control supranacional del satélite europeo—, o la existencia de cupos para la importación de material cinematográfico y televisivo extranjero;
- c) demanda creciente del Tercer Mundo por un Nuevo Orden Informativo Mundial.

Los modos de extracción y distribución del excedente cultural

Puesto que todas las formas culturales son materiales en el sentido de que llevan tiempo del que sólo se dispondrá después que estén satisfechas las necesidades de la reproducción física, los requisitos materiales del proceso cultural deben extraerse como excedentes de la producción material directa. Como hemos visto, ello puede hacerse pagando directamente de la renta pública la producción cultural. Pero como observó Marx con respecto al capitalismo en general, éste ha encontrado más eficiente, como modo de control, extraer los excedentes directamente por medio de los procesos económicos. Así, los desarrollos del modo de producción capitalista y su concordante división del trabajo mental y manual han conducido al desarrollo de la extracción del excedente necesario para el mantenimiento de la producción y la reproducción culturales directamente a través de la forma de mercancía

e intercambio. Pero este proceso sólo tendrá lugar en la medida en que:

- a) haya capital excedente en busca de oportunidades de valorización;
- b) la tasa de beneficio prevista en la esfera elegida de producción cultural sea al menos tan alta como la de cualquier otra.

Cuando no existan estas condiciones, los procesos culturales tendrán que seguir siendo asumidos por la transferencia directa de recursos, o sea, por el gasto de excedentes, lo que puede tener lugar bajo las siguientes condiciones:

a) Por parte de capitalistas que como individuos o grupos financien tales actividades, por ejemplo, el modelo clásico de mecenazgo en las artes. Dicha forma puede sustentarse, en la formación social capitalista contemporánea, mediante concesiones fiscales; puede canalizarse a través de fundaciones filantrópicas, etcétera.

Dicha financiación conduce a un control ideológico directo, legitimado como la prolongación cultural de la propiedad privada, concretamente el gusto personal. Este campo puede dar lugar a significativas batallas políticas, por ejemplo, el debate entre impuesto al lujo/patrimonio nacional.

Pero en el campo de los medios de comunicación los ejemplos son el subsidio directo a periódicos por parte de partidos políticos o por individuos políticamente ambiciosos.

b) A través del Estado. Aquí la comunicación electrónica es el caso clave. En el campo de las comunicaciones telefónicas y de *broadcasting*, la combinación exacta entre el Estado y el capital debe ser examinada Estado por Estado. Como demostrará cualquier estudio superficial, las diferencias primordiales entre Europa Occidental y Estados Unidos desmienten toda simplificación basada en la lógica del capital en torno al surgimiento de las formas

económicas e institucionales específicas en que se ha desarrollado la comunicación electrónica.

La explicación de tales diferencias y las actuales relaciones coyunturales entre capitales nacionales y el Estado, entre Estados y entre capital internacional y Estados en esta esfera, tiene que tener en cuenta lo siguiente:

1. Las estructuras de los capitales nacionales.
2. La estructura estatal existente; es decir, la estructura federal de Estados Unidos y Alemania, en tanto que diversa de la estructura centralizada de Inglaterra y, más aún, de Francia.
3. Los requisitos estratégicos del Estado; por ejemplo, la creación de inspiración estatal de RCA, como primer paso de una larga historia del compromiso geopolítico explícito del Gobierno norteamericano en las comunicaciones, cuyo caso más evidente son los satélites, política que requiere la intervención para reestructurar los capitales nacionales.
4. El equilibrio de fuerzas entre sectores del capital y las relaciones de dicho equilibrio con la valoración estatal de los requisitos tanto económicos como estratégicos; por ejemplo, la creación de la BBC, en la que observamos una interacción entre las necesidades de la naciente industria electrónica británica, que el Estado deseaba fomentar tanto por razones estratégicas como económicas, pero que sólo estaba interesada en la venta de *hardware* y logró trasladar al Estado los gastos y los problemas ideológicos de la producción de programas, pues el Estado también tenía que tener en cuenta a la poderosa —económica y políticamente— prensa británica, que se oponía a la competencia para la obtención de anunciantes, y también a una fracción de la clase dominante culturalmente conservadora y elitista.

En resumen, históricamente, el desarrollo del proceso material conocido como superestructura dependió de la disponibilidad de un excedente en la esfera de la producción material directa, es decir, la esfera de la extracción,

conformación y consumo de la naturaleza. Históricamente, la forma de esa superestructura está determinada por las relaciones sociales de producción, porque son estas relaciones sociales las que determinan la distribución de dicho excedente. Por ejemplo, la democracia ateniense como forma de práctica política dependió de manera directa, materialmente, de la forma de esclavitud que la sustentó, haciendo disponer de tiempo para la actividad política a una clase no productiva. Tales consideraciones directamente materiales siguen siendo importantes; en una economía planificada como la de la Unión Soviética han de hacerse elecciones directas, por ejemplo, entre producir más zapatos o el papel necesario para más periódicos. Dichas consideraciones pueden ser agudas en la planificación de los sistemas de comunicación de masas en los países del Tercer Mundo, y sin duda la influencia de tales decisiones —no en interés de la economía autóctona o de la formación social, sino de una economía extranjera de elevado excedente— es uno de los asuntos en cuestión en el debate sobre el imperialismo de los medios de comunicación. Se trata de una forma menos obvia de la hambruna provocada en algunos países por el desarrollo de la agricultura industrializada en función del mercado mundial. Bajo el capitalismo en vías de desarrollo, los medios de producción cultural pueden ser provistos en forma de mercancía como parte del proceso de acumulación —por ejemplo, discos— o como parte del proceso de realización de otros sectores de la economía capitalista —por ejemplo, publicidad— o directamente de la renta capitalista —por ejemplo, el patrocinio de las artes, la familia Thomson y *The Times*— o a través del Estado.

Cada uno de los medios citados de distribución del excedente hacia la esfera cultural afectará de distinta manera la forma en que la clase dominante controla los medios de producción cultural. Entrarán en juego diferentes contradicciones, contradicciones que han de ser analizadas específicamente en cada caso coyuntural. Estas contradicciones no sólo son intrínsecas de cada modo de producción cultural subsidiario, sino que además surgen con-

tradiciones a causa de conflictos entre ellos, por ejemplo, entre la teledifusión, sea estatal o privada, y la prensa, conflicto a su vez diferencialmente mediado por la competencia para obtener lectores o telespectadores y por la competencia para obtener publicidad.

La industrialización de la cultura

Aunque extraen diferentes conclusiones en cuanto al significado del fenómeno, los economistas tanto burgueses como marxistas coinciden en que la etapa actual del desarrollo capitalista se caracteriza por:

- a) Concentración sin precedentes del capital en todos los sectores industriales tradicionales importantes, acompañada en general por un excedente en crecimiento.
- b) Un problema de valorización, consecuencia de lo anterior, que impulsa al capital excedente a la búsqueda de otros campos de inversión.
- c) Un desarrollo afín del así llamado sector servicios, caracterizado por la industrialización de sectores que estaban organizados más primitivamente o, como en la esfera del trabajo doméstico, totalmente ajenos al mercado.

Estas tendencias afectan cada vez más rápidamente a la totalidad del sector cultural: los *mass-media*. Esta cuestión ha sido ampliamente documentada por Mattelart (1977) y, en el caso de Francia, por A. Huet *et al* (1978). Por tanto, sólo deseo poner de relieve ciertos aspectos claves de esta tendencia.

Esta absorción de la esfera de reproducción en la producción de mercancías a escala total se caracteriza por lo siguiente:

- a) Creciente competencia internacional y la consiguiente adquisición de editoriales, agencias de publicidad, emi-

soras privadas, etcétera, de carácter nacional, por parte de empresas multinacionales. Esta competencia también conduce a una creciente penetración por parte de productos de comunicación internacionales, en especial anglosajones.

- b) Una lucha agudizada, en el interior de la producción cultural, sobre los procesos laborales, en un intento del capital por incrementar la productividad en un sector notoriamente resistente a tales incrementos. Esta lucha se ha visto más marcada recientemente en la industria periodística, con la presente disputa en la cadena *The Times* como ejemplo más evidente y actual en Inglaterra.
- c) Intentos cada vez más persistentes para abrir nuevos mercados con el propósito de absorber el capital excedente. El ejemplo más obvio es la creciente presión de un lado a otro de Europa Occidental para privatizar la teledifusión pública. Véase, por ejemplo, el caso de Italia, pero bajo esta misma luz debe verse la actual crisis en la financiación de las propuestas de BBC y de Annan por una publicidad financiada por la Open Broadcasting Authority.
- d) Los intentos por abrir nuevos mercados tanto para *hardware* como *software* cultural mediante la introducción de nuevas tecnologías de comunicación, tales como TV por cable, satélites, teletexto, etcétera. A causa de las enormes inversiones infraestructurales y de la tasa de beneficios relativamente baja de tales inversiones, estos movimientos implican íntimas alianzas entre el capital y el Estado, en un intento por hacer que el contribuyente cargue con el coste del sistema de distribución, mientras el capital privado extrae los beneficios de la venta de *hardware* y del consiguiente desarrollo de un mercado de consumo durable en cuestiones tales como decodificadores de teletexto, y de un mercado de *software*, por ejemplo TV de pago. El desarrollo pleno de esta embestida hacia nuevas tecnologías se ha visto indudablemente reducido de manera significativa por la actual recesión de las economías occi-

dentales, pero las implicaciones a largo plazo de estas tendencias son profundamente significativas para las culturas nacionales, para las culturas de clase y para la libertad de expresión, no sólo en el Tercer Mundo —donde el problema está dramatizado como imperalismo de los medios de comunicación—, sino también en las metrópolis capitalistas.

Así vuelvo al principio, reiterando que el desarrollo de la economía política en la esfera cultural no es cuestión de mero interés teórico, sino de urgente prioridad política práctica. Mientras el análisis marxista se concentre en el contenido ideológico de los medios de comunicación, será difícil desarrollar estrategias políticas coherentes para resistir a la dinámica subyacente del desarrollo de la esfera cultural en general, que reposa firme y crecientemente en la lógica de la producción generalizada de mercancías. A fin de comprender la estructura de nuestra cultura, su producción, consumo y reproducción, y el papel de los *mass-media* en ese proceso, debemos abordar algunas de las cuestiones centrales de la economía política en general, el problema del trabajo productivo y no productivo, la relación entre los sectores público y privado, y el papel del Estado en la acumulación capitalista, la función de la publicidad en el capitalismo tardío, etcétera.

Ya en 1960, Asa Briggs escribió, en su *Fisher Memorial Lecture*:

La oferta de entretenimientos nunca ha sido tema de gran interés para los economistas ni para los historiadores de la economía [...] al menos en sus horas de trabajo. Empero, en las condiciones del siglo xx es acertado hablar de una industria de los entretenimientos altamente organizada, distinguir en ella entre producción y distribución, examinar las fuerzas que contribuyen a la competencia, integración, concentración y control, y relacionar dicho estudio con las estadísticas de renta nacional y producción total, el desarrollo de la publicidad, las relaciones económicas internacionales y, no menos importante, el concepto económico fundamental del mercado que, en el siglo xx, se refiere tanto al tiempo libre como al trabajo (Briggs, 1960).

Casi dos décadas después, persiste esa laguna en la investigación y se han hecho muy pocos esfuerzos cohe-

rentes por comprender el proceso conocido como «industrialización de la cultura», proceso mediante el cual, como afirma Briggs: «Los intereses del mercado masivo han llegado a dominar un área de la vida que, hasta hace muy poco, estaba dominada por los propios individuos» (Briggs, 1960).

La mediación de los medios de comunicación

Manuel Martín Serrano

Manuel Martín Serrano es Catedrático de Teoría de la Comunicación en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Especialista en cuestiones de epistemología de la comunicación y autor de varias obras de análisis de los medios y de los procesos de comunicación.