LOS BIENES COMUNES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Eje temático: Economía Política de la Comunicación

Autore Miguel Angel Haiquel
mahaiquel@gmail.com

Resumen

El enfoque de la Economía Política Crítica para los estudios de la comunicación social y en particular para abordar la difusión masiva, ha recorrido desde sus inicios a mediados del siglo XX en los EUA, con los trabajos de Dallas Smythe "El punto ciego del marxismo", Theodor Adorno y Max Horkheimer con *Dialéctica del Iluminismo*, y de Paul Sweezy y Paul Baran *El capital monopólico,* un camino de búsqueda de las claves que permitan comprender la articulación y participación de los *mass media* en la acumulación capitalista.

No pocos avances se han logrado en este proceso. Sin embargo la comprensión de los fenómenos massmediáticos en la reproducción social capitalista carece todavía de un enfoque que le permita mirar desde más allá a estos procesos. Es decir que se estudia el papel de la difusión masiva como actividad que realizan los capitales privados y los estados desde el enfoque crítico de la teoría del valor trabajo, en el mejor de los casos, como si la acumulación privada de la riqueza capitalista fuera algo natural pero que está mal.

En este momento de profunda crisis que algunos caracterizan como *crisis de civilización*[1] ese punto de vista limita la perspectiva analítica. Para poder avanzar más allá se trata de desplazar el punto de vista de la Economía Política Crítica hacia una mirada desde los *bienes comunes*. Al enfocar los procesos de acumulación de riqueza, de concentración del poder político y de centralización en la construcción de culturas hegemónicas, desde el modo en que esos procesos intervienen sobre los

[1] Ver: http://www.agendaviva.com/revista/articulos/Epicentro/Crisis-de-civilizaci-n

bienes comunes a través de los medios de difusión masiva, se abre una perspectiva más amplia para comprensión y a la vez más profunda para realizar las críticas.

Las llamadas 'externalidades'[2], en las que entran los valores culturales (creencias y pautas de consumo) que, entre otras funciones, actúan como 'barreras de entrada' al mercado[3] dejan de ser tales. Es la ganancia normal y extraordinaria del capital privado lo que funciona como una 'externalidad' en la reproducción social de los bienes comunes, ya que afecta también negativamente la función básica del bien común 'información pública necesaria' o el de 'crear vínculos sociales propios' (autodeterminados y no enajenados), entre otros. Lo mismo ocurre cuando el sistema de noticieros (sea público o privado) que crea, selecciona y difunde lo que debiera ser *información pública necesaria* diseña una matriz distorsiva que afecta la 'construcción social del sentido' respecto al momento histórico que se vive y la posibilidad de la población de participar en la misma, con lo que se transforma en un sistema de persuasión y manipulación social, es decir una 'externalidad negativa'. Lo que para la economía privada aparece como una externalidad, si la misma proviene de un bien común que es afectado, se tiene que interpretar que lo privado es una externalidad que afecta de manera negativa a lo común. Por el contrario hay actividades privadas que pueden ser externalidades positivas para el bien común.

El objetivo de este trabajo es indagar sobre algunos de los 'bienes comunes comunicacionales' y el modo en que están siendo afectados por el sistema capitalista de comunicación, de modo que permita avanzar desde la crítica al mismo hacia la concreción de formas superadoras.

[2] "cualquier efecto indirecto que provenga tanto de una actividad de producción o de consumo, y actúa sobre una función de utilidad, un proceso de consumo o de producción". *Jean-Jacques LAFFONT* (1989), *Fundamentals of Public Economics*, The MIT Press.
[3] Sweezy y Baran, *El capital monopólico*, Ed. SXXI, México 1989.

Desarrollo:

Introducción

El enfoque de la Economía Política Crítica para los estudios de la comunicación social y en particular para abordar la difusión masiva, ha recorrido desde sus inicios a mediados del siglo XX en los EUA con los trabajos de Theodor Adorno y Max Horkheimer *Dialéctica del Iluminismo*, de Paul Sweezy y Paul Baran *El capital monopólico,* y Dallas Smythe "El punto ciego del marxismo", un camino de búsqueda de las claves que permitan comprender la articulación y participación de los *mass media* en la acumulación capitalista.[4]

No pocos avances se han logrado en este proceso. Sin embargo la comprensión de los fenómenos comunicacionales en la reproducción capitalista de la sociedad carece todavía de un enfoque que le permita mirar más allá a estos procesos massmediáticos. Es decir que se estudia el papel de la difusión masiva como actividad que realizan los capitales privados y los estados desde el enfoque crítico de la teoría del valor trabajo, en el mejor de los casos, como si la acumulación privada de la riqueza capitalista y la dominación estatal fueran algo natural, pero que a veces puede estar mal.

En este momento de crisis profunda de la sociedad actual, que algunos caracterizan como *crisis de civilización*[5]*,* mantener ese punto de vista limita la perspectiva analítica. Para poder superar esa barrera y ver más allá de la misma se necesita ampliar

[4] Ver: Haiquel, Miguel y Siragusa, Cristina "Una aproximación al estado de los estudios de Economía Política de la comunicación y la cultura", http://es.scribd.com/doc/58404329/Ponencia-Baires.
[5] Ver: http://www.agendaviva.com/revista/articulos/Epicentro/Crisis-de-civilizaci-n

la mirada hacia toda la comunicación social, y no solo la producida a través de los medios masivos de difusión; pero también de desplazar el punto de vista de la Economía Política Crítica desde la teoría del valor mercantil hacia los *bienes comunes*. Al enfocar los procesos de acumulación de riqueza, de concentración del poder político y de centralización en la construcción de culturas hegemónicas, desde los bienes comunes y el modo en que esos procesos intervienen a través de los medios de difusión masiva avanzando sobre el carácter constitutivo de sociedad que posee la comunicación social no mediática, se abre una perspectiva más amplia para la comprensión y a la vez más profunda para realizar las críticas.

Cambiar el punto de vista en la economía es hacer que las llamadas 'externalidades'[6], de las que los valores culturales (creencias y pautas de consumo) forman parte, dejen de ser tales. Así aspectos culturales que actúan como 'barreras de entrada' al mercado[7] dejan de ser agregados superestructurales y se incorporan a la dimensión plenamente económica de la gestión empresarial. Pero esta perspectiva da también consistencia al poder considerar que la ganancia normal y la extraordinaria del capital privado son 'externalidades' de la reproducción material de los bienes comunes de la sociedad. Ya no se considera a la reproducción del capital como sujeto del proceso sino a la reproducción social de los bienes comunes, y la apropiación privada de ganancia como una externalidad del mismo.

A su vez, recuperar la comunicación social en su totalidad permite visualizarla como una estructura material de la organización de la vida en sociedad a la par de las relaciones sociales de producción, o las culturales, o las jurídico- políticas, y no como un

[6] "cualquier efecto indirecto que provenga tanto de una actividad de producción o de consumo, y actúa sobre una función de utilidad, un proceso de consumo o de producción". *Jean-Jacques LAFFONT* (1989), *Fundamentals of Public Economics*, The MIT Press.
[7] Sweezy y Baran, *El capital monopólico*, Ed. SXXI, México 1989.

simple vínculo que emerge por encima de la base económica. En este contexto la difusión mediática masiva, si bien es una función esencial del capitalismo monopólico actual, es entendida como una que no actúa por fuera de la comunicación social en la reproducción social. Por el contrario abrir la consideración en esta perspectiva permite superar los límites del estudio que solo indagar las formas alienadas de la comunicación en la lógica de la acumulación capitalista y la dominación estatal, con lo cual es más difícil develar las formas antagónica y superadoras que están presentes en ese proceso, y que pueden ser caminos a recorrer en una transición liberadora.

Así, desde un enfoque de economía centrado en los bienes comunes y desde un reconocimiento de la comunicación social como sustento material de la sociedad, es posible avanzar en la constitución de una economía política cultural del bien común y en una teoría que no sea solamente crítica de la explotación y la dominación cultural del capitalismo, sino que se abra a la búsqueda de vías de transición hacia formas postcapitalistas.

Enfoque materialista de la comunicación social

En la tradición de los estudios de comunicación y de la cultura se refiere por lo general el enfoque materialista a los escritos de Walter Benjamin[8], también puede que se

[8] "Por esa vía, Benjamin establecía ciertas coordenadas de su perspectiva materialista, que suponía considerar prioritaria y centralmente a la técnica en los procesos analíticos de la obra de arte. Junto con ello, el análisis materialista debía tener en cuenta las 'refundiciones' de las formas y los géneros establecidos, sometiendo a crítica la creencia en una naturaleza metafísica o ahistórica de la obra. Por otra parte, el análisis materialista incorporaba un componente inexistente e inadmisible para la estética "espiritualista", el componente de las masas o las multitudes sin el cual el análisis de la obra de arte resultaba absolutamente fallido." "Walter Benjamin y la perspectiva

mencione a la tradición del materialismo cultural de la antropología de Marvin Harris[9], sin embargo la perspectiva que aquí se propone difiere de ambas, aunque no se contrapone por completo, sino que aborda la cuestión de manera diferente ya que responde a otras preguntas.

Se parte de considerar que así como los lazos de parentesco, o las relaciones de producción, o los vínculos que crea la dominación política traman y organizan la vida en las sociedades, la comunicación hace posible las asociaciones humanas y suele ser constitutiva de los demás relaciones. Hay al menos dos funciones primarias de la comunicación en la organización de los grupos y comunidades, que hace a los vínculos existenciales de los mismos. Una es la de los vínculos culturales básicos que constituyen las referencias compartidas que dan identidad y sentido al grupo o comunidad. Son esos vínculos los dieron lugar a las primeras formas mentales abstractas[10]. La comunicación posibilita en ese vínculo que el agrupamiento humano trascienda la simple contigüidad física y los lazos de parentesco, y se conforme como comunidad con una identidad y referencias compartidas de su existencia. La otra, se da sobre esa base de construir en el compartir social las referencias y los procesos de abstracción, que los agrupamientos humanos pueden producir y hacer circular información sobre el medioambiente en el que viven, sobre sí mismos y sobre aquello que está fuera de su campo de experiencia. Entre ambos procesos unitarios dan lugar al conocimiento, que es información formalizada para ser compartida, para ser comunicada, la que se valida y reconoce en ese proceso de socialización. Socialización y comunicación van de la mano en un proceso único de constitución y reproducción del grupo, y del conocimiento que comparten, validan y creen.

---

materialista en el análisis de Baudelaire", Roberto Retamoso, *Anuario*, Volumen 1, Depto. de Ciencias de la Comunicación-Comunicación Social UNR. http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Walter-Benjamin-y-la-perspectiva-materialista.pdf

[9] Harris, Marvin. *El Desarrollo de la Teoría Antropológica, Ed.* Siglo XXI, Madrid *1968.*

[10] Durkheim, Emile, *Las formas elementales de la vida religiosa*, Ed. Alianza, Madrid.

Esta perspectiva de entender la comunicación como una relación social primaria constitutiva de las sociedades humanas que le da forma al conocimiento y a las creencias, la que puede permitir aprehender tanto su dimensión como bien común, como la dimensión contrapuesta de bien expropiado y apropiado de manera excluyente, es decir que perdió su característica de ser común para disociarse, por la división del trabajo como por las de propiedad, en distintas clases de comunicación y en comunicación de clases. Fenómenos que en la sociedad capitalista alcanzan su mayor desarrollo.

Es desde este enfoque que las siguientes sentencias de Adorno y Horkheimer evidencian todas sus aristas:

> "Si la vida pública ha alcanzado un estadio en el que el pensamiento se transforma inevitablemente en mercancía y la lengua en embellecimiento de ésta, el intento de desnudar tal depravación debe negarse a obedecer las exigencias lingüísticas y teóricas actuales antes de que sus consecuencias históricas universales lo tornen por completo imposible."[11]

Cuando la sociedad se constituye sobre formas de propiedad estables "Dominio y trabajo se separan" y "La universalidad de las ideas, desarrolladas por la lógica discursiva, el dominio del concepto en la esfera del pensamiento, se levanta sobre la base del dominio real" ("el dominio en la esfera del concepto" dice el traductor pero nos parece más clara la versión que damos). Es en la separación social que la propiedad establece entre producción y consumo, y en el dominio sobre el trabajo ajeno que separa la sociedad en clases y a una de ellas del medio natural al que estaban antes subordinados, donde encuentran el origen de lo que se expresa en el pensamiento y el lenguaje como el

[11] Adorno, T. y Horkheimer, M., *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires 1987.

concepto. La palabra de significado abstracto, universal, se despega del objeto singular nombrado.[12]

La división del trabajo también se manifiesta en divisiones en el pensar y el expresar:

> "Con la precisa separación entre ciencia y poesía la división del trabajo, ya efectuada por su intermedio, se extiende al lenguaje. Como signo, la palabra, pasa a la ciencia; como sonido, como imagen, como palabra verdadera, es repartida entre las más diversas artes, sin que se pueda ya más la unidad gracias a su adición, sinestesia o 'arte total'".[13]

El bien común comunicacional

La comunicación social en tanto relación social primaria que es constitutiva de la sociedad, que permite a sus miembros relacionarse y darle sentidos compartidos a su existencia, es indudablemente un bien común. En la actual sociedad capitalista la expropiación de este bien y su apropiación privada afecta también negativamente la función básica comunicacional de proveer y canalizar la 'información pública necesaria' y la de 'crear vínculos sociales propios' (autodeterminados y no enajenados), entre otros. Lo mismo ocurre cuando el sistema de información de los medios masivos (sean públicos o

[12] Buena parte de los estudios de la cultura, es decir de la antropología, giran en torno a este tema. Desde Durkheim en *Las formas elementales de la vida religiosa*, pasando por Lévi- Straus en *El pensamiento salvaje*, Clifford Gertz en *La interpretación de las culturas* o Eric Wolf en *Figurar el poder*. Sin embargo ninguno llega con la contundencia de Adorno y Horkheimer a vincular la propiedad y el proceso social de producción con las formas del pensar y el hablar. Marc Shell, muchos años después, supera y desarrolla a estos autores, en una línea que no puede menos que interpretarse como una continuación de estas reflexiones. Alfred Söhn Rethel analiza este punto en particular.

[13] Adorno, T. y Horkheimer, M., *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires 1987.

privados) que crean, seleccionan y difunden lo que debiera ser *información pública necesaria*, diseñan una matriz distorsiva que afecta la 'construcción social del sentido' respecto al momento histórico que se vive y la posibilidad de la población de participar en la misma, con lo que se transforma en un sistema de persuasión y manipulación social, es decir una 'externalidad negativa'.

El sistema de información y comunicación social es más amplio que los medios masivos de difusión, ya que incluye: las instituciones educativas, de investigación y publicaciones académicas; las iglesias y templos religiosos; los espectáculos públicos y los entretenimientos; las industrias discográfica y editoriales; en fin, comprende a todas aquellas formas de reproducción y circulación de información, creencias y valoraciones culturales.

Entonces si se busca posibilitar formas de vida en sociedad en las que prevalezcan formas profundamente democráticas de participación consciente en la toma de las decisiones que afectan a la vida en común, para lo cual hace falta libertad de información y expresión, autonomía para participar en la construcción del sentido a esas vidas, modos de evaluación y selección de la información así como de validación o rechazo de la misma, es necesario crear un sistema de información y comunicación social que supere las desigualdades y elimine la vulnerabilidades por causas sociales que pudieran existir en esta actividad. No alcanza con saber leer y escribir para comprender lo que dicen y hacen los libros, diarios y revistas, no basta con poder ver y oír lo que se difunde por la televisión para conocer qué es lo que está sucediendo, no es suficiente tener una notebook y una conexión a internet para participar con solvencia en la socialización vía web; cualquiera de estas actividades para que sea beneficiosa desde el punto de vista de bien común requiere de un aprendizaje y una experiencia a la que no es posible acceder directamente en esos medios.

Este sistema de información y comunicación social es un bien común a recuperar, ya que el mismo está apropiado de manera capitalista por empresas y estados, y lo utilizan para reforzar la alienación cultural, la dominación política, la legitimación de la explotación y el sistema de consumo mercantil. La búsqueda de modos informacionales y comunicacionales que pongan los bienes comunes por encima de los beneficios privados requiere de nuevos dispositivos, de nuevos medios, en los que la relación social comunicacional no sea un exudado de la acumulación de capitales, sino que recupere y recree el carácter de constitutivo de lo social común.

Transiciones

Lo que para la economía privada aparece como una externalidad, si la misma proviene de un bien común que es afectado, se tiene que interpretar que lo privado es una externalidad que afecta de manera negativa a lo común. También pueden existir algunas actividades privadas que puedan ser externalidades positivas para el bien común, en cada momento y lugar es necesario estudiar en detalle cada una de esas actividades para valorarlas. Pero, de lo que no hay dudas es que el sistema de información y comunicación social que hegemoniza y domina casi por completo la vida social actual, genera directamente por sí y aumenta por medio de las actividades que facilita una gran externalidad negativa para los bienes comunes.

El desarrollo de industrias altamente ineficientes desde el punto de vista del bien común, como por ejemplo es la industria automotriz, con el despilfarro de energía, los altos costos sociales que exige para el traslado de personas y mercaderías, los desperdicios que genera con la obsolescencia planificada, la contaminación de la

biósfera, etc., se encuentra de manera permanente legitimada en los discursos, la información, y la valoración que se hace de la misma en el sistema de información y comunicación social existente.

La existencia de legitimidad para gobiernos e instituciones estatales que perjudican claramente lo social común, en beneficio abierto de empresas que saquean y expropian a la población, y de los funcionarios que se enriquecen por intervenir a favor de los mismos, es otro subproducto del actual sistema de información y comunicación. El camino a recorrer para poder realizar las transformaciones que den existencia a un sistema de información y comunicación del bien común, es sin duda incierto, tortuoso y contradictorio, y no se logrará plenamente si no se avanza a la par en las otras tramas de relaciones sociales que dan forma a la sociedad actual (las relaciones de producción, las jurídicas y políticas, las de los valores culturales).

Pero comenzar a tener más claro la importancia de la información y la comunicación como bien común que ha sido expropiado y enajenado, junto a la riqueza y la gestión de la sociedad, permitirá avanzar en la identificación de las vías por las cuales discurrirá la transición hacia otra forma de vida. No caben dudas que es en el sistema de información y comunicación por donde también se puede, como dice John Holloway[14], agrietar al capitalismo.

•

[14] *Holloway,* John. *Agrietar el capitalismo*. *El hacer contra el trabajo*. Ediciones Herramienta, Buenos Aires 2011.

Bibliografía:

- Adorno, T. y Horkheimer, M., *Dialéctica del Iluminismo*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires 1987.
- Durkheim, Emile, *Las formas elementales de la vida religiosa*, Ed. Alianza, Madrid.
- Haiquel, Miguel y Siragusa, Cristina "Una aproximación al estado de los estudios de Economía Política de la comunicación y la cultura", http://es.scribd.com/doc/58404329/Ponencia-Baires
- Harris, Marvin. *El Desarrollo de la Teoría Antropológica*, Ed. Siglo XXI, Madrid 1968.
- Holloway, John. *Agrietar el capitalismo*. *El hacer contra el trabajo*. Ediciones Herramienta, Buenos Aires 2011.
- Laffont, Jean-Jacques (1989), *Fundamentals of Public Economics*, The MIT Press.
- Retamoso, Roberto, "Walter Benjamin y la perspectiva materialista en el análisis de Baudelaire", *Anuario*, Volumen 1, Depto. de Ciencias de la Comunicación-Comunicación Social UNR.
- Sweezy, Paul y Baran, Paul. *El capital monopólico*, Ed. SXXI, México 1989.