

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

Theoretical and methodological considerations on the history of the Political Economy of Communication and Culture field.

Considerações teórico-metodológicas sobre a história do campo da Economia Política da Comunicação e da Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira



<https://orcid.org/0000-0001-5756-7049>

SANTOS, Verlane Aragão¹



<https://orcid.org/0000-0002-7466-6265>

Resumen

El objetivo de este texto es marcar algunos elementos teóricos para el estudio de la historia de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura (EPC) brasileira, entendida como campo científico, sin dejar de tener en consideración su inserción en el campo de la Comunicación. Después de una discusión sobre temas de historia y epistemología del campo, será presentado un sumario relativo al problema de la periodización del objeto más tradicional de la EPC brasileira, el mercado de televisión.

Palabras clave: economía política, Comunicación, historia, epistemología

Recibido: 08-06-20 – Aceptado: 14-09-20

Abstract

This paper aims to define some theoretical elements in order to study the history of the Brazilian Political Economy of Communication and Culture (PEC), considered as a scientific field inserted in the field of Communication as a whole. First we discuss certain themes related to the field's history and epistemology and after we present a summary on the problem of periodization of the most traditional object of the Brazilian PEC, the television market.

Key words: Political economy, communication, history, epistemology

Resumo

O objetivo deste texto é sinalizar alguns elementos teóricos para o estudo da história da Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC) brasileira, entendida como campo científico, sem deixar de levar em consideração sua inserção no campo da Comunicação.

¹ Los autores son miembros del grupo OBSCOM/CEPOS del CNPq, profesores de la Universidad Federal de Sergipe y, respectivamente, presidente y tesorera de la ULEPICC-Brasil.

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão

Depois de uma discussão sobre temas de história e epistemologia do campo, será apresentado um sumário relativo ao problema da periodização do objeto mais tradicional da EPC brasileira, o mercado de televisão.

Palavras chave: economia política, Comunicação, história, epistemologia.

El objetivo de este texto es marcar algunos elementos teóricos para el estudio de la historia de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura (EPC) brasilera, entendida como campo científico, tomando en consideración su inserción en el campo de la Comunicación. Podríamos hablar de subcampo, aunque sería una solución simplista, ya que estamos hablando, en el caso de las llamadas Ciencias de la Comunicación, de un área de conocimiento generalmente presentado por sus representantes como esencialmente interdisciplinar, sumando contribuciones, algunas, asociadas a la Sociología de la Cultura, a la Sociología Política, a la Antropología y otras disciplinas académicas que incorporaran, en diferentes medidas, temas de Economía Política.

Por otro lado, la EPC, a nivel mundial y también en Brasil, se incluye desde sus inicios en el pensamiento marxista, sumando metodologías y aportes teóricos parciales desarrollados por la economía académica en general, y también de otros campos, pero evitando todo eclecticismo, manteniéndose fiel al gran legado del materialismo histórico. Se inscribe en una tradición intelectual que no acepta los límites impuestos por la departamentalización del saber, buscando, al contrario, entender al ser social en su totalidad. En el caso de la EPC brasilera, la influencia del estructuralismo-histórico latinoamericano, también preocupado en el campo de la economía, como el marxismo, con los factores extra económicos, reafirma la tendencia interdisciplinar que, en cierto momento, en el pensamiento de Furtado (1977) aparece bajo la forma de un proyecto de construcción de una Ciencia Social global.

El foco aquí es el campo de la EPC, considerando no sólo los objetos y las metodologías que la disciplina acaba por incorporar, sino que también y principalmente su institucionalidad, tal como fue siendo construida. Es importante marcar las particularidades de la EPC brasilera y su influencia en el campo que se viene unificando a nivel internacional, especialmente después de 1992, año del I Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), en Embu Guaçu, y de

la realización, en la misma época, del congreso de Guarujá de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

Otro problema teórico relativo al estudio histórico en el campo de la EPC, a ser tratado en la segunda parte de este artículo, se refiere a la periodización y puede ser propuesto inicialmente en términos de la dupla determinación, interna/externa, en la definición de los puntos de corte. En *Mercado Brasileiro de Televisión* (BOLAÑO, 1988), al contrario de las periodizaciones anteriores, se define un único elemento interno, ligado al estudio de las estructuras de mercado en oligopolio, de modo a garantizar una definición rigurosa y homogénea, considerando, no obstante, la necesidad de articular, a cada momento, de las otras órdenes de determinación externa: tecnología y regulación. Esta última remite a cuestiones políticas, fundamentales en el caso de un sistema que se encuentra en el centro de los procesos de construcción de la hegemonía, mientras que la primera puede ser entendida a partir de la constatación de que las trayectorias tecnológicas del audiovisual sean determinadas externamente por aquellas de sectores como las telecomunicaciones y la informática.

El aspecto más interesante de este segundo problema, que remite nuevamente a cuestiones de fondo ya mencionadas, discutidas en la primera parte de este artículo, se refiere al hecho de que los cambios en relación al objeto de la Comunicación (Industria Cultural, TV de masas, Internet) implican cambios en la propia delimitación de la disciplina. De esta manera, la historia del objeto y la historia de campo se entrelazan, como no podría dejar de ser, y las soluciones dadas a cada momento son responsables por la mayor o menor incidencia de una u otra corriente teórica, paradigma etc. Con la referida tendencia de unificación de campo de la EPC a nivel internacional, en un momento en que gana relevancia al interior de los estudios de Comunicación, se vuelve crucial retomar el debate epistemológico a la luz de las grandes transformaciones por las que pasa nuestro objeto a partir de la consolidación de Internet como espacio de acumulación de capital y de construcción de hegemonía a nivel nacional y global.

I

Sin alejarnos del modelo teórico propuesto por Bourdieu, podemos decir que la definición de un campo envuelve elementos no sólo de orden epistemológica, sino que

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão

también institucional, que delimitan la dinámica de construcción de la hegemonía entre grupos, paradigmas, programas de investigación, en su interior. Así, “la permanente disputa por legitimidad por parte de individuos y grupos con competencia cognitiva, concededores del paradigma, que si bien se encuentran alejados de los núcleos institucionales en que la hegemonía se ejerce, es un elemento fundamental en la dinámica de los diferentes campos” (BOLAÑO, 2015, p. 82). En palabras del propio Bourdieu, refiriéndose específicamente al campo científico:

... en cuanto sistema de relaciones objetivas entre posiciones adquiridas (en luchas anteriores), es el lugar, el espacio de juego de una lucha competitiva. Lo que está en juego específicamente en esta lucha es el monopolio de la *autoridad científica* definida, de manera inseparable, como capacidad técnica y poder social; o, si queremos, el monopolio de la *competencia científica*, comprendida en cuanto capacidad de hablar y accionar legítimamente (es decir, de manera autorizada y con autoridad), que es socialmente otorgada a un agente determinado (BOURDIEU, 1983, 122).

En este espacio de disputa, la lucha epistemológica – nunca desasociada de la lucha política – se constituye de cara a la apropiación del campo en que el capital económico se convierte en capital simbólico. Interpretando otro trecho de Bordieu (1977), Bolaño concluye que “no se debe esperar... que la innovación radical venga del centro, ni tampoco de afuera del campo. Es en la periferia donde deben buscarse las señales de ruptura” (BOLAÑO, 2015, p. 83). La disputa impele y exige la ocupación de los espacios de legitimación.

En el caso de los movimientos de institucionalización de la EPC brasilera, que llevarían a su constitución como campo vinculado a las llamadas Ciencias de la Comunicación, se dan a partir de su organización como grupo de trabajo al interior del movimiento de creación de los primeros sistemas de grupos de trabajo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y de la Sociedad Brasileira de Estudos Interdisciplinares de la Comunicación (INTERCOM) – a los cuales se debe agregar el actualmente desactivado GT EPC de la Asociación de los Programas de Pos-graduación en Comunicación (COMPÓS) – a partir de 1992 y, después de eso, con la creación de la Revista EPTIC Online (1999) y de la Rede EPTIC y la fundación de

la Unión Latina de Economía Política de la Información de la Comunicación y de la Cultura (ULEPICC), en 2002 en Sevilla, fuertemente vinculada, en su génesis, al campo latinoamericano y, sobretodo, brasileiro.

A lo que se refiere al aspecto epistemológico de la constitución del campo como programa de investigación, la importancia de estudiar su génesis y desarrollo se vincula fundamentalmente a la necesidad de entender no solo las influencias que continúan actuando inclusive después de constituido, aunque también para lo que se podría llamar de una “arqueología” de campo, con potencial para revelar posibilidades adormecidas que acabaron no siendo incorporadas al corpus consolidado de la disciplina, pero pueden indicar líneas de investigación potencialmente ricas en momentos de profundos cambios en los objetos,² como sucede en este momento, por ejemplo, con la transición de la vieja Industria Cultural del siglo XX para la nueva estructura de legitimización y de producción simbólica del capitalismo, el objeto por excelencia de la EPC.

En el caso de la EPC brasileira, el *Mercado Brasileiro de Televisão* fue considerado la obra fundadora (BRITTOS, 2008; SIMIS & LOPES, 2010). El libro, de 1988, es resultado de la disertación de maestría defendida en 1986. En esa época, ya habían sido publicadas una serie de contribuciones precursoras, entre las cuales se destaca *Televisão e Capitalismo*, de Sérgio Capparelli (1982), “una investigación con fuerte matriz sociológica y, en consonancia con su tiempo histórico, basada en las teorías de la

² La problemática de la “arqueología del saber” es explicada especialmente por Foucault, inclusive desde otra perspectiva, diferenciándola de la historia de las ideas. A cierta altura, el filósofo afirma: “ocuparse del funcionamiento ideológico de una ciencia para hacerlo aparecer o para modificarlo, no es llevar luz a los presupuestos filosóficos que pueden habitarla; no es volver a los fundamentos que la hicieron posible y que la legitiman, es volver a traer la discusión como formación discursiva; es ocuparse no de las contradicciones formales de sus proposiciones, sino del sistema de formación de sus objetos, de sus elecciones teóricas. Es reasumirla como práctica entre otras prácticas” (FOUCAULT, 1970, p. 313). El análisis del discurso está fuera del objetivo de este artículo, pero puede ser útil, en tanto herramienta metodológica, justamente en el análisis arqueológico que venimos sugiriendo. El propio Foucault cita, a cierta altura, el ejemplo de la economía política, recordando que “se puede reconocer, en el siglo XVII, un umbral de positividad” que “coincide con la práctica y la teoría del mercantilismo; pero su epistemologización no debería de producirse hasta ... Locke y Cantillon. Sin embargo, el siglo XIX, con Ricardo, muestra al mismo tiempo un nuevo tipo de positividad, una nueva epistemologización que, Cournot y Jevons vendrían a modificar, por su vez, en la misma época en que Marx, a partir de la economía política, haría aparecer una práctica discursiva totalmente nueva” (idem, p. 316). Vamos a referirnos a lo citado recientemente, brevemente, a la historia del pensamiento económico, en nuestra propia perspectiva (marxista). La referencia aquí a Foucault sirve únicamente para señalar el interés de la incorporación de su contribución para un abordaje histórico de la crítica de la economía política de la comunicación y de la cultura, como sugerido en este artículo.

Dependencia Cultural” (BRITTOS, 2008, p. 198). Otros, también, podrían ser citados. El propio Bolaño (1988; 2000) realiza una pequeña arqueología, citando autores brasileiros y latinoamericanos, con la intención de dar a su contribución el carácter de síntesis propia también de las obras fundacionales.

José Marques de Mello, por su vez, define el artículo de Bolaño de 1987, publicado en la Revista Brasileira de Ciencias de la Comunicación (RBCC), como marco inaugural, e incluye entre los precursores, autores inusitados, como Barbosa Lima Sobrinho, Costa Rêgo, Manuel Correia de Andrade, Celso Furtado, entre otros (MELO & MELO, 2013). En este caso, se define a la Economía Política en términos más amplios que aquellos que acabaron por marcar el campo, básicamente vinculado al marxismo, o sea, más rigurosamente, a la Crítica de la Economía Política – lo que se justifica por el hecho de que, en el propio campo de la Economía, los grupos de Economía Política son aquellos que aglutinan actualmente el marxismo y las diferentes líneas de pensamiento llamado heterodoxo, que no tienen mayor incidencia sobre el campo de la Comunicación.

El recorte definido por Valério Brittos y generalmente aceptado en la EPC brasileira es seguramente más adecuado del punto de vista epistemológico, dado que es en el libro de 1988 donde las problemáticas específicas y las metodologías – articulando elementos del materialismo histórico y del estructuralismo histórico latinoamericano – son presentadas de forma completa y sintética, inclusive cuando la síntesis sólo venga a ser completada por Bolaño, considerando la mayoría de las escuelas extranjeras aunque desconocidas en aquella primera contribución, en su tesis de doctorado, de 1993, revista en 1997 y publicada en 2000. La definición de Melo, en todo caso, enfatiza el elemento institucional de la formación del campo al interior de la INTERCOM, entidad editora de la RBCC y que albergaría en seguida al primer grupo de EPC de América Latina, recién referido.

Lo que opera en dirección al privilegio de la aceptación de una obra como inaugural de un campo científico, es la conjugación de una serie de factores. Podría hacerse aquí un paralelo con la propia ciencia económica. En la Economía Política, como era designada la nueva ciencia, obras importantes antecedieron *A Riqueza das Nações*, de 1776, de Smith, las cuales trajeron elementos esenciales para el desarrollo del nuevo campo. Así, los fisiócratas, entre las décadas de 50 y 70 del siglo XVIII, en la Francia

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão

prerrevolucionaria, ya habían conceptualizado y problematizado la categoría excedente, fundamental en las discusiones sobre el proceso de acumulación de capital y, más, habían realizado el traspaso del análisis de la esfera de la circulación, a la que los mercantilistas se limitaban, para la esfera de la producción.

La obra de Smith – y la de Ricardo posteriormente –, al sintetizar toda la producción anterior (mercantilista y fisiócrata)³, incorpora esos elementos, en un contexto histórico diferente al de los fisiócratas (la Inglaterra de la Revolución Industrial frente a una Francia eminentemente agrícola)⁴ e instituye, en su obra, el recorte del objeto y del método que configurará el objetivo de distinción de la Economía como campo científico. A partir de ahí, el resto se desarrolla, inclusive la contribución de Marx, la cual, en términos de la lucha epistemológica al interior de campo, radicaliza el enfoque centrado en la producción, en las relaciones sociales de producción, o más precisamente, en la contradicción capital/trabajo, en relación a la teoría de valor trabajo. La centralidad de la producción no excluye la relación dialéctica producción/circulación que se definirá en el propio método de exposición de El Capital.

Si consideramos ahora los estudios de la Escuela de Frankfurt, referencia fundadora para todo el pensamiento crítico en Comunicación, hay dos importantes aspectos a destacar que deberían reorientar los estudios basados en la Economía Política

³ Así, por ejemplo, “el problema de plus-valor (rendimiento), que había sido propuesto por los fisiócratas, ahora era asociado directamente a la teoría del valor-trabajo diseñada por los mercantilistas. Es uno de los grandes méritos de Smith, el de haber realizado esa síntesis” (RUBIN, 1927, p. 253). Lo que está perfectamente de acuerdo con la evaluación del propio Marx, por ejemplo, a respecto de las teorías del trabajo productivo e improductivo, cuando afirma, a respecto de lo que considera el lado correcto de la perspectiva dualista de Smith, que su “concepción del trabajo productivo se deriva por sí misma de la concepción que A. Smith tiene acerca del origen de la plusvalía, es decir, a cerca de la esencia del capital. Allí, donde profesa esa concepción adopta la tendencia propuesta por los fisiócratas e inclusive por los mercantilistas, limitándose a depurarla de una falsa interpretación y, por lo tanto, a desentrañar su interior” (MARX, 1862-1863, p. 138). Rubin resalta con mérito y, siguiendo el camino abierto por Marx, la importancia en la historia del pensamiento económico, de la contribución de los mercantilistas en la formación del pensamiento económico.

⁴ Isaac Rubin, en su historia del pensamiento económico, enfatiza la determinación histórica de las diferentes teorías estudiadas, apuntando, por ejemplo, que, mientras Smith puede ser definido como el economista del período manufacturero en Inglaterra, Ricardo representa un tipo de pensamiento más adecuado a la Revolución Industrial, lo que conlleva evidentemente una relación con la situación de las luchas de clases – que, en la época de este último, ya se oponían claramente, como contradicción fundamental, burguesía y proletariado – y también con las opciones en términos de fundamentación filosófica. De esta manera, “si la teoría del derecho natural sirviese como base filosófica para las doctrinas de los fisiócratas y de Adam Smith, Ricardo y sus discípulos más próximos serían adeptos fervorosos del utilitarismo” (RUBIN, 1927, p. 292), en la medida en que ya no se trata de defender el derecho de todos los individuos igualmente, sino apenas su libertad de elección entre las opciones propuestas por el mercado.

en el área. Respecto del enfoque dado al análisis de los efectos, en especial en lo público – que resiste hasta hoy (SODRÉ, 2012), especialmente en el *mainstream* del área, aunque también, con señal inversa, en sectores considerados críticos, como el de los estudios culturales (BOLAÑO, 2015) –, el desarrollo de la llamada cultura de masa, el análisis de los frankfurtianos recupera: (1) la centralidad de la producción, al apuntar para la formación de un sistema de producción de mercaderías culturales, a partir del concepto (fundamental y de plena actualidad) de Industria Cultural, y (2) el privilegio del método dialéctico (SLATER, 1978), alineándose, por lo tanto, desde el principio, no propiamente a la Economía Política en general, sino que mas más directamente a su crítica inmanente, realizada por Marx.

Todas las diferentes escuelas de la EPC, a nivel mundial, comparten esa limitación, situándose su especificidad, por cierto, en el terreno de la Economía Política, al contrario del enfoque filosófico general frankfurtiano, de cuya recepción se da sobre todo en la Sociología y cuyo reconocimiento, en ese sentido, en la economía es posterior y muy característico de la EPC brasileira.⁵

Todos esos meandros son ricos en pistas y problematizaciones y deben ser considerados en la historiografía de campo. Inclusive el debate más amplio en que los llamados precursores de la economía política de la Comunicación y de la cultura estaban dentro – como, por ejemplo en nuestro caso, autores críticos y marxistas de la estatura de Adelmo Genro, de reconocida trayectoria en los estudios de periodismo en Brasil, que trataba de muchos temas que la EPC también trata. También el conjunto de los autores de las Teorías de la Dependencia o del Imperialismo Cultural, cuya contribución parece en general mal interpretada en la mayoría de las clasificaciones producidas en el ámbito del pensamiento comunicacional europeo y norte-americano, que acaba incluyéndolas en el terreno de la EPC, sin percibir lo que distingue una y otra escuela, o mejor, sin considerar – seguramente por deficiencias teóricas propias que no cabe discutir aquí – el hecho esencial de que la obra de los autores de la primera escuela crítica latinoamericana aún

⁵ La economía francesa de la comunicación y de la cultura, por ejemplo, en su fundación, se propone claramente como crítica a la escuela de Frankfurt, siguiendo a este respecto, las sugerencias de Enzensberger (BOLAÑO, 2000; 2010). En el caso de la EPC brasileira, pueden ocurrir eventuales divergencias y ciertamente hay un desplazamiento en dirección a la crítica de la economía política, pero esto no se presenta como propuesta de una alternativa general y completa a la teoría crítica de la escuela de Frankfurt.

no tenía, de un modo general, los elementos de orden epistemológico que definen el campo.⁶

En un abordaje que se pretende multidisciplinar y no meramente ecléctico, aunque atienda a criterios internos de la disciplina, las contribuciones precisan ser entendidas al interior de una problemática económica. En este sentido, no caben dudas de que los primeros trabajos que, en Brasil, construyeron ese tipo de problemática fueron, por orden cronológico, *Mercado Brasileiro de Televisão* (BOLAÑO, 1988), *Economía de la Cultura y de la Comunicación* (HERSCOVICI, 1995), ambos apoyados, evidentemente en el legado proveniente de las contribuciones de otros autores,⁷ lo que no les resta mérito de haber producido la síntesis originaria, fundadora de campo de la EPC brasileira.

En seguida vendrían el segundo libro de Bolaño (2000), la tesis de doctorado de Valério Brittos (*Capitalismo Contemporâneo, Mercado Brasileiro de Televisão por Assinatura y Expansão Transnacional*, de 2001) y la de Ruy Sardinha Lopes (*Informação, Conhecimento e Valor*, de 2006). El campo aún se amplía mucho si consideramos las contribuciones latinoamericanas. Más allá de eso, sería necesario verificar la influencia que estas obras, una vez constituido el campo, tuvieron sobre autores importantes de otros campos especializados de la Comunicación, como los estudios de periodismo, de radio, la Comunicación popular y alternativa, los estudios de cinema etc.

II

La evolución de los criterios de periodización de la economía brasileira puede ser tomada como caso ejemplar para el problema teórico que nos interesa en este punto. Contra la vieja idea de los ciclos – de azúcar, de minas, de café etc. – la periodización de autores del estructuralismo histórico latinoamericano, como Furtado, o como la escuela de la UNICAMP, con fuerte influencia marxista, piensan en términos de la constitución de las fuerzas productivas y de las relaciones sociales capitalistas como un proceso complejo que se abre en el tiempo, a partir de la constitución de la economía colonial

⁶ La obra inicial de Armand Mattelart, de la época chilena, es de alguna manera diferenciada a este respecto, pero es evidente que su problemática todavía se define en términos mucho más próximos de Lenin que de Marx, al contrario de lo que ocurrirá posteriormente.

⁷ En este caso, de dos orígenes muy distintos, la economía política brasileira, de la escuela de la UNICAMP, y la economía de la comunicación y de la cultura francesa, lo que explica en gran parte sus diferencias.

hasta la industrialización y la internalización de las condiciones para la reproducción ampliada del capital, pasando por la implantación de la forma salarial, del mercado de trabajo libre, del Estado nacional, de la circulación monetaria, del surgimiento de una burguesía comercial nacional que realiza un proceso de acumulación primitiva de capital que transbordará en seguida para la industria naciente etc.

El debate en este caso es sobre la influencia de los determinantes externos de esa evolución, dado que se trata de un proceso que no solo reproduce internamente el desarrollo de aquellas “invariantes estructurales”, como dirían los autores de la escuela francesa de la regulación, que caracterizan el modo de producción capitalista plenamente desarrollado, como lo hace bajo condiciones de dependencia externa, respondiendo a los estímulos del proceso de difusión de la civilización industrial, en los términos de Furtado, a partir de su núcleo originario, en Inglaterra. Las formas como la economía nacional responden a esos estímulos, en función de su constelación de recursos, del nivel alcanzado por el desarrollo de las fuerzas productivas internas a cada paso, por la inserción en la división internacional del trabajo, determinarán las especificidades de cada caso nacional. De esta forma se distingue, en líneas generales, el desarrollo del subdesarrollo, el centro de las periferias etc.

Esta misma lógica puede ser aplicada al estudio de la historia de un objeto importante de la EPC, como es el de la televisión. Las periodizaciones anteriores al *Mercado Brasileiro de Televisão* eran esencialmente externas, pautadas en elementos de orden factual aleatoria, en factores puramente políticos – haciendo coincidir, por ejemplo, los períodos con los de los gobiernos nacionales – o tecnológicos, o recorriendo la historia de los capitanes de la industria, a ejemplo de la definición errada del conglomerado de la TV Tupi y de los Diarios Asociados como oligopolio etc. Al contrario, *Mercado Brasileiro...* adopta un criterio homogéneo interno, con base en los conceptos definidores de las estructuras de mercado, presentando la evolución del sistema competitivo de los años 50’ al oligopolio que se consolida en la década de 70’ del siglo XX, pasando por el período de transición, luego explorando los cambios estructurales según la dinámica de construcción, defensa y ruptura de barreras de entrada, bajo presión de elementos externos, políticos, reflejados en el ambiente regulatorio, y tecnológicos.

En el caso de la tecnología, resáltese el hecho, mejor explicado en la segunda edición ampliada de *Mercado Brasileiro...*, de las trayectorias tecnológicas del audiovisual, que son determinadas por la evolución de aquellas de los sectores como las telecomunicaciones, la industria electroelectrónica y la informática, que establecen efectivamente el cambio estructural. El propio concepto de innovación en la industria de televisión está relacionado a elementos de otro orden, de producción simbólica, innovación estética, en formatos, estructuras en tablas de programación, modelos de negocio etc. Entonces, el concepto padrón tecnoestético (BOLAÑO, 2000) asume un carácter esencialmente convergente y se evidencia, por otro lado, el hecho de que el estudio de las relaciones sociales de producción, que es el objeto de la Economía Política y de la Comunicación, presupone el conocimiento de la evolución de las fuerzas productivas. La inversión de estos términos es lo que caracteriza el materialismo vulgar.

Retomando el eje de nuestra argumentación, el estudio de la historia de la televisión brasileira, en la perspectiva de la economía política de la Comunicación, que importa a este respecto herramientas de la microeconomía heterodoxa, es el de la evolución de las estructuras de mercado que la constituyen, primero, el proceso de oligopolización de la TV de masa, después, su convivencia con la TV segmentada, que representa otra trayectoria tecnológica y sigue también un movimiento de oligopolización, bien estudiado por Valério Brittos, en la tesis ya citada, constituyendo aquello que el autor llamó la fase de la multiplicidad de la oferta, hasta llegar a la situación actual en que la lógica social de la vieja TV de masa, renovada por la digitalización, enfrenta la competencia no solo de la TV segmentada, sino que también de los nuevos medios digitales, de las redes telemáticas, como internet o los videogames, de las redes sociales etc., y el aparato de TV se vuelve el soporte de lo que Brittos denominó “pluri-TV” (BRITTOS, 2012).

Se entiende el oligopolio, como la constitución de un mercado nacional unificado (diferente de la competencia plaza a plaza de los capitales relativamente pequeños del período anterior), con situaciones de liderazgo estabilizadas de largo plazo, con base en sólidas barreras a la entrada –tecno-productivas o político-institucionales (BRITTOS, 2004) – en relación a la competencia potencial, pero también a la ya implantada en el

sector pero impedida de penetrar en las líneas de mercado fidelizadas por los líderes, entre las cuales se destacan los padrones tecnoestéticos. (BOLAÑO, 2000).

Siguiendo estas definiciones, conforme la bibliografía citada, se llega a una periodización en que los principales puntos de corte son los años 1965 (entrada de la Globo en el mercado e inicio de la transición), 1969 (inicio de la construcción de la primera red nacional y del proceso de oligopolio que se consolida a lo largo de los años 1970), 1995 (oligopolio de la TV segmentada, privatización de internet en los Estados Unidos e inicio de la fase de la multiplicidad de la oferta). Otras fechas evidentemente son importantes, en especial los años de 1997 (privatización de las telecomunicaciones) y 2000 (crisis de las empresas de tecnología que llevará a un proceso de concentración acelerado del mercado de internet).

Tomemos el primer punto de corte, el año de 1965, marcado por la entrada efectiva de la Globo en un mercado competitivo de 15 años de antigüedad, lo cual será profundamente transformado a partir de entonces, teniendo en vista la capacidad que la empresa tendrá, en función del volumen de capital del cual disponía en aquel momento, por la alianza con el capital internacional, que le concedía también conocimiento técnico y gerencial, de romper las frágiles barreras a la entrada de sus antecesoras. El inicio del régimen militar, en 1964, es evidentemente uno de los factores externos fundamentales para entender el proceso y, en realidad, la transformación de aquella estructura de mercado está vinculada en gran medida al proyecto desarrollista del régimen militar, que incluía también la reforma del sistema de telecomunicaciones.

Sin embargo, el año de 1964 no puede ser definido como punto de corte en la periodización de la TV brasilera, como tampoco podría serlo 1962, año de la introducción del vídeo-tape. Por otro lado, la redemocratización no marcó ninguna ruptura en la trayectoria del mercado de TV. Por el contrario, sabemos que con el fin del régimen militar, el proyecto cultural permaneció intacto – inclusive a lo que concierne a los actores particulares específicos que ejercían hegemonía – hasta la privatización de las telecomunicaciones en la segunda mitad de los 90’, cuando las telefónicas extranjeras entraron y se posicionaron para competir, posteriormente, con el avance de la convergencia, en los mercados del audiovisual, culminando con el cambio reglamentar de la Ley SEAC, de 2011, que les garante exclusividad en la oferta de paquetes de TV

segmentada, en un mercado reconfigurado, con la práctica del *triple play* perfectamente legalizada.

Nótese que el hecho de la llegada al poder de un gobierno que se consideraba de izquierda en el país, no cambió en nada el panorama heredado del régimen militar, la política y la regulación continúan siendo elementos fundamentales que influyen los cambios en el sector.⁸ Generalizando, podríamos decir que la relación entre factores internos y externos en la evolución de una estructura debe ser entendida en los términos del juego dialéctico que separa las determinaciones de primera y de última instancia. De esta manera, si todo el proceso es parte, al final de cuentas, de las exigencias impuestas por la evolución del capitalismo en el país (que por su vez, como señalado arriba, evoluciona en el mismo sentido, de acuerdo con la dinámica centro-periferia), esto solo sucede concretamente por la mediación de los hechos que impactan directamente sobre la estructura y, en la práctica, la constituyen. Son estos los elementos irreductibles, las invariables estructurales que garantizan la homogeneidad categorial necesaria para el trazado de una periodización.⁹

III

La adecuación de la historia del pensamiento comunicacional al desarrollo de los sistemas de Comunicación concretos a lo largo de todo el siglo XX, no representa más que la compatibilidad entre dos sistemas de control social característicos del capitalismo monopolista y, especialmente, del modelo de desarrollo bajo la hegemonía norteamericana, bajo la cual todavía nos encontramos. La Economía Política de la

⁸ Para un análisis de la situación y de los factores de cambio en operación actual, ver BOLAÑO; MOTA; NASCIMENTO (2015).

⁹ Para cerrar este punto, regístrese que la referida periodización del mercado brasileiro de televisión está centrada en la TV comercial, absolutamente hegemónica en el país, dada la opción por un modelo de regulación semejante al del norteamericano, imitado también en la mayor parte de los países de América Latina. La génesis de esta opción, distinta de la que es más común en Europa, viene de la implantación de la radio. El sistema de TV pública estatal fue estudiado en la misma perspectiva, definiéndose por su condición de “complementariedad marginal” (VALENTE, 2009), al paso que una periodización, en la misma línea, fue realizada para la radio (BOLAÑO, 2012). La EPC brasileira ha estudiado también los más variados mercados culturales y de comunicación (BOLAÑO & MANSO, 2009) y se dedica actualmente al acompañamiento y crítica de la economía política de internet (BOLAÑO et al 2007; 2017; HORTA, 2017).

Consideraciones teórico-metodológicas sobre la historia del campo de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão

Comunicación y de la Cultura, al interior del campo de la Comunicación, representa, por así decirlo, la crítica inmanente del pensamiento comunicacional hegemónico.

Lo que se pretende defender en la primera parte de este trabajo, es, justamente la necesidad de un marco histórico-epistemológico de ese campo académico, en un momento, como el actual, siempre arriesgando, en que el objeto de la Comunicación pase por una transformación fundamental, consecuencia de la propia reestructuración productiva iniciada en los años 70'. En esas condiciones, el poder de atracción de las explicaciones fetichistas de la tecnología solo puede ser combatido recorriendo a la génesis y a las bases teóricas fundamentales del pensamiento crítico marxista que caracteriza la alternativa global representada, al interior del campo de la Comunicación, por la EPC y en especial por la EPC brasilera, que es lo que está en evidencia en este artículo. Así, la lucha epistemológica en el presente, remite a la historia institucional del campo y a la historia del pensamiento sobre él.

Un aspecto interesante referente al campo de la Comunicación es el del sentido (y de la rapidez) en que los cambios en el objeto impactan la disciplina, lo que naturalmente amplía el referido poder de atracción de las explicaciones fetichistas de la tecnología, inclusive al interior de la propia EPC. Así, parte importante de la izquierda académica del área de Comunicación, estuvo por largos 13 años tan convencida de la irrevocable derrota de la llamada prensa hegemónica, de la Industria Cultural, de los grandes medios de Comunicación de masa organizados en oligopolios, en favor de las multitudes empoderadas por ese invento revolucionario y radicalmente democratizador, como imaginan, Internet, que no consiguen entender el sentido de golpe institucional de 2016, acabando por imputar a la prensa (la misma que ya no podía hacer nada), un poder que, de hecho, no tiene (no en la medida que se imagina). Si antes la subestimaban, ahora la sobreestiman.

Contra esos mitos e ilusiones es preciso afinar los instrumentos del pensamiento crítico y realista. En la segunda parte de este artículo, volvemos al objeto más tradicional de la EPC que se ocupa de él hace ya 30 años en Brasil, la vieja TV de masa, cuya capacidad de manipulación y sofisticación de estrategias quedaron tan patentes en los últimos años. En el espíritu del texto, nos limitamos a indicar, en los términos más generales posibles, los problemas de periodización, tomando la TV brasilera como

ejemplo de análisis microeconómico e interdisciplinar paradigmático del campo de la EPC, cuyos principales representantes en el país nunca se dejaron engañar. Al contrario, se dedican, desde mediados de los 90’, a la crítica de la economía política de Internet, aclarando que se trata de un desarrollo dentro del movimiento global del capital que se desdobra en reestructuración también en el campo de la producción cultural y de la Comunicación. Aquí también hay una larga historia a ser considerada, si bien quedará para otro momento dadas las limitaciones de este artículo.

Referencias

BOLAÑO, César (1988). **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: EDUC, 2004 (segunda edição revista e ampliada).

_____ (2000). **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: HUCITEC.

_____ (2010). *Economia política da comunicação e da cultura. Breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais*. In: BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério; GOLIM, Cida (2010). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Observatório Itaú Cultural.

_____ (2012). Considerações sobre a economia política do rádio no Brasil Revista EPTIC Online, vol. 14 n. 2 <www.eptic.com.br>

_____ (2015). **Campo aberto. Para a crítica da epistemologia da comunicação**. Aracaju: EDISE.

BOLAÑO, César; HERSCOVICI, Alain; BRITTOS, Valério; MOURA, Fabio; MENEZES, Paulo Vinicius; VIEIRA, Eloy (2017). **Economia política da internet, vol. 2**, São Cristóvão: Editora UFS <editoraufs.worldpress.com>.

BOLAÑO, César; HERSCOVICI, Alain; CASTAÑEDA, Marcos; VASCONCELOS, Daniel (2007). **Economia política da internet, vol. 1**, 2011 São Cristóvão: Editora UFS (segunda edição).

BOLAÑO, César; MANSO, Anna Carolina (2009). *Para uma economia política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural*. In: MELEIRO, Alessandra. **Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira**, Vol. II - Cinema e Economia Política. São Paulo: Escrituras.

BOLAÑO, César; MOTA, Joanne; NASCIMENTO, Anderson (2015). *Introdução*. In: BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (2015). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia – Segunda edição revista e ampliada**. São Paulo: Barão de Itararé.

BRITTOS, Valério (2001). **Capitalismo Contemporâneo, Mercado Brasileiro de Televisão por Assinatura e Expansão Transnacional**. Tese de doutoramento. Salvador: UFBA/ Faculdade de Comunicação.

_____. (2004). *Televisão e barreiras: as dimensões estéticas e regulamentares*. In: JAMBEIRO, Othon; BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (2004). **Comunicação, informação e cultura: dinâmicas globais e estruturas de poder**. Salvador: EDUFBA.

_____. (2008). *A economia política da comunicação no Brasil em perspectiva histórica*. In BOLAÑO, César (org.) (2008). **Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão: Editora UFS.

_____. (2012). **A televisão em todo lugar, a toda hora**. São Leopoldo: UNISINOS, mimeo.

BOURDIEU, Pierre (1977). *La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques*. In: **Actes de la recherche en Sciences Sociales**, 13, février 1997, p. 4-43.

CAPARELLI, Sergio (1984). **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: LPM.

FOUCAULT, Michel (1970). **La arqueología del saber**. México: Siglo XXI, 2001 (vigésima edición en español).

FURTADO, Celso (1977). **Prefácio a Nova Economia Política**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

HERSCOVICI, Alain (1995). **Economia da cultura e da comunicação**. Vitória: Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES.

HORTA, Isabela (2017). **O desenvolvimento da internet e os grandes bancos: um estudo a partir das iniciativas do Bradesco**. Dissertação de mestrado. Brasília: FAC/UnB.

LOPES, Ruy (2006). **Informação, Conhecimento e Valor**. São Paulo: Radical Livros.

LOPES, Ruy; SIMIS, Anita (2010). *A economia política da comunicação*. In: **Panorama da Comunicação e das Telecomunicações no Brasil**. Brasília: IPEA.

MARX, Karl (1862-1863). **Teorias sobre la plusvalia**. México: Fondo de cultura económica, 1987 (primera reimpresión).

MELO, José Marques (2007). **Entre el saber y el poder. Pensamiento comunicacional latinoamericano**. México: UNESCO.

MELO, José Marques; MELO, Patricia Bandeira (2013). *Economia política da comunicação: vanguardismo nordestino*. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/Editora Massangana.

RUBIN (1927). **História do pensamento econômico**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014.

SODRÉ, Muniz (2012). *Comunicação: um campo em apuros teóricos*. In: Matrizes, ano 5. n. 2, jan.-jul., São Paulo.

VALENTE, Jonas (2009). **TV pública no Brasil : a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira.** Dissertação de mestrado. Brasília: FAC/UnB