

El poder de los medios y las audiencias: Una aproximación desde la economía política de la comunicación

(Media and Audiences Power: An Approach
from the Political Economy of Communication)

ADRIANA MARÍA ÁNGEL BOTERO¹

TRADUCCIÓN:

CARLOS FERNANDO ALVARADO DUQUE²

Introducción

En su libro *Orientalism*, Said (1978) afirma que los medios de comunicación han contribuido en la construcción de la imagen que tenemos de los orientales como “jinetes de camellos, terroristas, hombres de narices aguileñas, con hemorroides”. En el mismo sentido, para la mayoría de las personas es natural asociar pobreza con África y corrupción con Suramérica. ¿En qué medida hemos obtenido estas imágenes de los medios de comunicación? De ser así ¿son tan poderosos

los *mass media* para crear una representación tan vigorosa para sus audiencias? En efecto, estas dos preguntas están relacionadas al problema de la influencia y, específicamente, al problema del poder de los medios. Es cierto también que, al estudiar la comunicación, hemos formulado el mismo tipo de preguntas desde el comienzo del siglo pasado, con la intención de comprender qué son los efectos de los medios masivos.

En este ensayo, deseo analizar la cuestión del poder de los medios y las audiencias desde un punto de vista diferente al utilizado usualmente. A diferencia del funcionalismo americano que se concentra en los efectos, mi interés es explorar el poder de los medios desde la perspectiva que ofrece la Teoría de la Economía Política de la Comunicación (EPC). Este análisis del poder de los medios de comunicación puede aplicarse a cualquiera de los medios existentes; sin embargo, estoy específicamente interesada en el caso de la televisión.

Como afirman Abercrombie y Longhurst (1998), a partir de la historia de las teorías de la comunicación podemos observar dos grandes tendencias en el

1 Comunicadora Social y Periodista. Profesora del Área de Formación Básica y Disciplinar, y de Investigación del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Manizales. Candidata a PhD en Communication Studies en Ohio University, USA. angeladri@hotmail.com

2 Comunicador Social y Periodista. Profesor del Área de Ciencias Humanas y Sociales del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales. cfalvarado@umanizales.edu.co

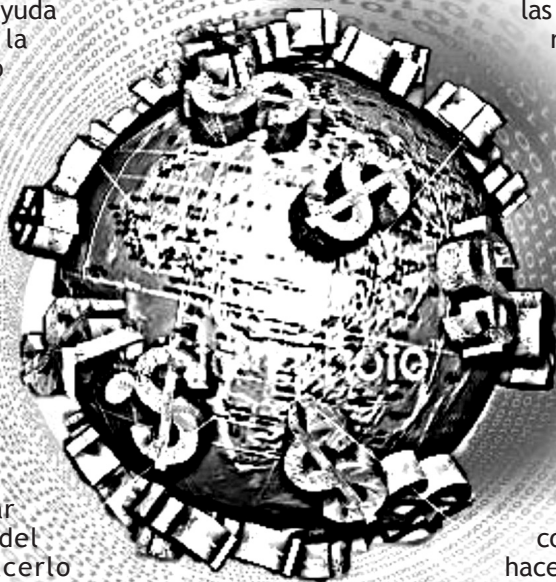
panorama teórico; por una parte, una que da preponderancia al dominio de los medios y textos como objeto de estudio; y por otra, una que se centra en el dominio de las audiencias como privilegio de análisis. Dado que estos dos paradigmas son radicales, prefiero considerar una concepción intermedia representada por la teoría de la EPC, la cual ayuda no sólo a evitar la dicotomía, sino a ser más rigurosos al analizar el tema del poder de los medios. Por lo tanto, presentaré las razones por las que considero el modelo de la Economía Política como el más apropiado para analizar los problemas del poder. Para hacerlo procederé de la siguiente manera: primero, describiré qué es la EPC; luego, explicaré cómo puede entenderse el concepto de poder desde esta perspectiva; finalmente, analizaré la posibilidad de conexión entre EPC y los Estudios Culturales para comprender el poder desde una perspectiva multidisciplinar, la cual introduce categorías tradicionalmente separadas, como cultura y clase social.

Economía Política de la Comunicación (EPC)

Según Mosco (2009), la Economía Política es: “El estudio de las relaciones sociales,

en particular las relaciones de poder que, juntas, constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos comunicativos” (p.2). En el caso específico de los medios de comunicación, esta perspectiva implica “un campo de estudio en el cual la investigación posee una relación directa e importante con las políticas y estructuras que dan forma a los medios y a la comunicación y su influencia en la sociedad”. (McChesney, p. 51). Como su nombre lo indica, este enfoque utiliza a la política y a la economía para comprender las prácticas comunicativas. En relación con la política, la EPC hace uso de la ciencia política para analizar el papel del poder en los procesos de comunicación; y, en relación con la economía, la EPC estudia la comunicación como un proceso de: a) construcción de sentido de lo producido por las industrias culturales, y b) el consumo de productos culturales que realizan las audiencias. Como señala Kellner (1997): “La referencia a los términos ‘Política’ y ‘Economía’ pone de relieve el hecho que la producción y distribución de la cultura tiene lugar dentro de un sistema económico específico” (p. 104).

En la sociedad contemporánea el sistema económico es de naturaleza capitalista, y como tal, la producción cultural debe ser



lucrativa y orientada al mercado. En este sistema-mercado, como afirma Garnham (2007), la industria cultural responde a las necesidades de la gente y, por lo tanto, ajusta sus ofertas a los deseos del público. Una consecuencia menos obvia de este enfoque orientado al mercado, es la necesidad de que los productores culturales ajusten su producción a los parámetros del capitalismo. La EPC habla de *Industrias Culturales* porque la producción cultural es el resultado de los procesos de estandarización, homogenización y racionalidad instrumental, típicos de la producción industrial. Bajo este enfoque, por ejemplo, la similitud entre géneros televisivos es, en parte, explicada en términos de racionalidad económica y producción industrial. En este sentido, Mosco (2007) afirma: “Cómo, a partir de la Economía Política, los contenidos de comunicación, la audiencia y el trabajo se convierten en productos comercializables”. Por lo tanto, una de las tareas de la EPC es examinar la manera en que la economía soporta prácticas de consumo cultural.

El trabajo inicial de la EPC comienza aproximadamente en 1960 tanto en Europa como en Norte América (Mosco, 2009). Dallas Smith y Hebert Schiller son los fundadores en Norte América; basados en sus ideas, otros académicos se han centrado en el estudio, por encima de otros aspectos, del poder mediático de las corporaciones transnacionales en Canadá y Estados Unidos. Europa, por otra parte, ha tenido una fuerte tradición en el uso de la EPC para comprender los problemas de la producción y el consumo cultural. Los principales representantes en el viejo continente han sido Nicholas Garnham, Graham Murdock, Peter Golding y Armand Mattelart. Aunque con algunas diferencias teóricas entre ellos, estos autores han centrado sus análisis en las relaciones

entre Estado, economía, instituciones y prácticas sociales, cultura y medios (Kellner 2007). Una de las principales diferencias que permite distinguir la visión europea de la americana, se encuentra en la inclusión de la clase social como categoría de análisis. Si bien regresaré sobre este tema, por ahora basta con decir que a razón de este fuerte énfasis en la economía, el enfoque europeo de la EPC ha sido mucho más reconocido y utilizado alrededor del mundo.

En Suramérica la llamada Teoría de la Dependencia (Gumucio & Tufte, 2006) ha incorporado algunas de las ideas tanto del enfoque europeo como del americano, que tratan sobre problemas del monopolio, el mercado, la ideología, el capitalismo y sus relaciones con los medios. Autores como Mattelart, Escobar, Pasquali y Beltrán han sido cruciales en el desarrollo de este enfoque, que usa las categorías economía y política para explorar las dinámicas de producción y consumo de los medios en los países suramericanos en vía de desarrollo (Mattelart, 1996). El trabajo realizado en Suramérica a partir de la Teoría de la Dependencia, constituye un ejemplo de lo que Mosco denomina globalización de la investigación en la EPC. De hecho, Mosco afirma que el número de investigaciones a partir de la EPC está aumentando en todo el mundo gracias al interés que presta a la relación entre economía, política y campos culturales.

Hasta el momento, he reseñado la definición, la creación y los principales problemas de estudio de la EPC. Antes de terminar esta sección, es importante examinar las concepciones epistemológicas y ontológicas que subyacen a esta teoría. Si utilizamos la clasificación de los diferentes paradigmas en ciencias sociales de Burrell y Morgan, podemos decir que

desde el punto de vista epistemológico la EPC implica una concepción realista del mundo. En otras palabras, quienes estudian la EPC consideran que existe una realidad externa independiente de la realidad personal o individual, y, por lo tanto, hay una separación entre el sujeto que conoce y el objeto que es conocido. Esto no quiere decir que la EPC abrace una perspectiva empirista, dado que reconoce la influencia de las condiciones materiales en la superestructura. Como neomarxistas, los teóricos de la EPC destacan el rol de las condiciones materiales en la configuración de la realidad. En este punto es importante decir que, contrario a una perspectiva ingenua, los teóricos de la EPC rechazan cualquier forma de esencialismo y de determinismo económico negando la influencia unilateral y exclusiva de la infraestructura sobre la superestructura.

Desde un punto de vista ontológico, los teóricos de la EPC también se han esforzado por evitar el estructuralismo radical afirmando que, debido a los constantes cambios en las estructuras, es preferible enfocarse en el estudio de las prácticas (Mosco, 2009). Dichas características ontológicas y epistemológicas ilustran las diferencias entre la llamada Escuela de Frankfurt y la EPC. Mientras que la primera abraza la Teoría Crítica según la perspectiva del marxismo clásico, la segunda opta por una lectura alternativa de la Teoría Crítica. Un ejemplo de las diferencias entre estos enfoques es el concepto de cultura: mientras la Escuela de Frankfurt divide la cultura en alta, de masas y popular, y critica las dos últimas, la EPC no aplica estas distinciones, y más importante aún, no hace juicios sobre la calidad o el valor estético de la producción cultural. Por lo tanto, aunque la Escuela de Frankfurt constituye la fuente más importante de la EPC, es, como Mosco (2009) afirma, “sólo un punto de

partida” (p. 93) que ha sido criticado y analizado por los teóricos de la EPC.

Finalmente, las investigaciones contemporáneas desarrolladas por la EPC se han concentrado en problemas como el activismo político, la propiedad intelectual, el consumo de las audiencias, las nuevas tecnologías y el poder de los medios. Entre estos temas diferentes me concentraré en el poder de los medios, que es precisamente el tema central de la siguiente sección.

El poder de los medios: el enfoque de la economía política de la comunicación

Como podemos ver, el concepto de poder es el núcleo de la definición de la EPC. Independiente de las diferencias existentes entre enfoques y autores, el poder es un tema central al interior de la tradición de esta teoría. ¿Cómo se define la idea de poder? Existen varios niveles en los cuales puede ser comprendida esta idea. El primer sentido es expuesto por Couldry y Curran (2003) como: “El resultado de la organización de los recursos de la sociedad de manera que el sector de los medios de comunicación adquiere un importante papel de negociación, independiente del poder, sobre y contra otros sectores claves de la misma” (p. 3). El poder de los medios es definido aquí con relación al poder de otros campos y empresas de negocios. Un segundo significado se relaciona con el poder que las instituciones de medios poseen en términos de selección de contenidos, fuentes, géneros, formatos, etcétera. Una tercera idea es el poder de la representación, que es, el poder de los medios para representar la realidad. En palabras de Curran (1992):

“Además de proporcionar una ‘ventana hacia el mundo’ ofrece diferentes perspectivas de cómo los medios crean significados e interpretaciones. También proporciona marcos de explicación explícitos, al igual que comprensiones tácitas basadas en la asociación de ideas, imágenes evocadoras, formas ‘naturales’ del pensamiento. Por igual, ofrece los códigos para toda clasificación, por ejemplo, al distinguir entre lo normal y lo anormal, lo natural y lo artificial” (p. 163).

Así, el poder es relacionado con efectos a largo plazo por lo que los medios crean rutinas en las audiencias e influyen sus visiones de mundo.

Dicho poder de la representación es llamado por Bourdieu (1991) poder simbólico, y es definido como “el poder de construir la realidad, que tiende a establecer en un orden *gnoseológico*: el significado directo del mundo (y en particular del mundo social)...” (p. 166). Éste, como afirma Hall, se ejerce a través de discursos y signos, y no a través del uso de la fuerza física. Los enfoques del poder que abraza la EPC son muy diferentes de las perspectivas empíricas americanas. El problema no es si los medios ejercen efectos a corto plazo sobre sus audiencias, la cuestión real es que los medios reproducen ciertas visiones del mundo que las audiencias no pueden resistir. Además, a diferencia de la Escuela de Frankfurt, el interés no es si los medios tienen intenciones de manipulación maquiavélicas de los públicos; de hecho, el asunto es que los medios de comunicación son industrias y, como tales, trabajan bajo la lógica del capitalismo. Como Kellner (1997) señala: “La economía política llama la atención sobre el hecho que la cultura es producida desde las relaciones de dominación y subordinación, y por lo tanto reproducen o resisten las estructuras ya existentes de poder” (p. 105). En otras

palabras, siempre y cuando las estructuras de poder medien la producción cultural, los analistas de la comunicación prestarán atención a las consecuencias de estas dinámicas en las audiencias que consumen la cultura.

En conclusión, de acuerdo con la EPC, los medios son poderosos porque influyen los puntos de vista de las audiencias. Los Estudios Culturales han criticado esta idea afirmando que si los medios tienen poder, las audiencias poseen la habilidad de resistir su influencia. Desarrollaré brevemente esta idea en la siguiente sección.

El poder de los medios: el enfoque de los estudios culturales

Aunque no puedo hacer aquí una presentación detallada de la Teoría de los Estudios Culturales, es importante mencionar algunas de las ideas principales sostenidas por los autores de esta tradición. Mosco (2009) define los Estudios Culturales como: “...un movimiento intelectual que se interesa en la construcción del significado en textos, que en términos generales incluyen todas las formas de comunicación social” (p. 18). Aunque los Estudios Culturales representan un paradigma diferente, podemos decir que los medios son concebidos como instituciones poderosas, mientras las audiencias son individuos con poder que activamente consumen me-





dios. Basados en la tipología de las lecturas de Hall, la mayoría de los autores de los Estudios Culturales consideran que las audiencias son capaces de resistir y negociar las lecturas hegemónicas propuestas por los medios. Algunos de estos autores han hecho incluso referencia a la

existencia de una democracia semiótica y una audiencia dominante (Fiske) dado que los públicos son activos, críticos e inteligentes, y por lo tanto, pueden rechazar el poder de los medios.

La manera en que los Estudios Culturales y la EPC asumen el problema del poder marca una notable diferencia entre ambas teorías. Así, mientras los Estudios Culturales se concentran en categorías como cultura popular, género y entretenimiento, la EPC se enfoca en clase social, economía y política. En este contexto el problema del poder de las audiencias se convierte en uno de los tópicos más controversiales para los estudiosos de la comunicación. Mientras que los Estudios Culturales afirman que las audiencias son activas y pueden oponerse y negociar las lecturas, autores pertenecientes a la EPC como Garnham responden:

“Sí, las personas no son manipuladas de forma sencilla. Sí, las personas pueden, y a menudo lo hacen, reinterpretar y usar para sus propios intereses el material cultural... Pero quien ha producido un texto o una forma simbólica ¿cree que su interpretación es completamente aleatoria? Si el proceso de interpretación fuese totalmente al azar, y, por ello, tuviése-

mos que renunciar por completo a la idea de intencionalidad en la comunicación, la especie humana habría dejado de serlo hace mucho tiempo” (p. 60).

La EPC reconoce el proceso de interpretación que puede realizar la audiencia. Sin embargo, las interpretaciones y lecturas están siempre basadas en los signos ofrecidos por un mensaje; ningún texto puede ser completamente abierto (Eco, 1976) o polisémico.

Cloud (1994) explica claramente esta idea: “Si alegremente aceptáramos que las audiencias pueden realizar lecturas críticas, dichos momentos de conciencia crítica en nada cambian las estructuras de poder” (p. 151). La idea de que las audiencias sean activas no implica que sean al mismo tiempo poderosas. El poder no se manifiesta sólo cuando los públicos decodifican mensajes, ya que posee un largo espectro de influencia.

Algunos autores (Carey, 2007; Matellart, 2006) sostienen que la causa de la diferencia radical entre los Estudios Culturales y la EPC subyace en el manera en que ambas teorías comprenden la dimensión económica de la realidad y, específicamente, el concepto de clase social. Como apunta Mosco (2009): “...tal como sucedió en Estados Unidos, los Estudios Culturales se retiran de la discusión de clase y de la conexión general entre desigualdades materiales y poder social” (p. 233). Por lo tanto, el estudio del poder se dejó en manos de los investigadores de la EPC. En este sentido, para los autores de la EPC, la noción de clase social es capital para comprender los problemas de producción y consumo cultural (Williams, 1959). Para los Estudios Culturales, por otro lado, es el concepto de cultura el que explica estos procesos culturales (Carey, 1997). El único modo en que los Estudios Culturales han abordado la idea del poder

de la audiencia ha sido en términos del poder de la cultura popular, que implica que la experiencia estética de las audiencias tiene lugar cuando se consumen productos culturales. De acuerdo con Ferguson & Golding (1997), los Estudios Culturales han olvidado estudiar el poder “a partir del análisis detallado de los epifenómenos de la cultura popular y las prácticas cotidianas en que las dinámicas del poder, la desigualdad y la opresión se oscurecen” (p. XXV).

Esta división entre Estudios Culturales y EPC se ha convertido en una dicotomía difícil de superar. Sin embargo, algunos intentos se han puesto en marcha, especialmente en cabeza de autores de la EPC y la rama británica de los Estudios Culturales (Ferguson & Golding, 1997). Considero que la reconciliación teórica entre estas tradiciones es necesaria para generar una mejor comprensión de los procesos de producción y consumo cultural en nuestra sociedad. Tal es la idea que intentaré desarrollar en la siguiente y última sección de este ensayo.

Superar la diferencia

Como expliqué en la sección anterior, existe una dicotomía entre el enfoque de los Estudios Culturales y el enfoque de la EPC. Sin embargo, más allá de considerarlas teorías opuestas, debemos esforzarnos por articular algunas de sus ideas con la intención de comprender la producción y el consumo cultural desde un punto de vista integral. Mientras los Estudios Culturales deben considerar las categorías: economía y política, la EPC necesita poner más atención a la dimensión cultural de las prácticas mediáticas. Sobre esta separación, Kellner (1997) afirma: “...esta división (entre Estudios Culturales y Economía Política de la Comunicación) es artificial, sus raíces

se encuentran en una disyunción propia del trabajo académico, ya que el estudio de los medios y la comunicación se ha nutrido mediante la labor de ambas tradiciones” (p. 102).

Considero que el concepto de capital cultural de Bourdieu puede ser usado para eliminar la dicotomía entre Estudios Culturales y EPC. Este concepto hace referencia a los conocimientos y habilidades adquiridos a través de la educación formal o gracias al trasfondo social que determina a cada individuo (Bourdieu, 1991). Como afirma McQuail (1997) la inclusión de esta noción puede ayudar a los analistas a superar el enfoque clásico de cultura reproducido por la Escuela de Frankfurt, en el cual sólo es considerada auténtica la cultura alta y la cultura baja es asociada a las personas de bajos recursos y carentes de educación. Al mismo tiempo, es importante que los Estudios Culturales apropien la noción de clase social y la articulen al concepto de capital cultural. Como apunta Mosco (2009) incluir la categoría de clase social puede ayudarnos a demostrar “como las élites mediáticas producen y reproducen su control sobre el negocio de la comunicación” (p. 190) y cómo los procesos de división e integración existen desde la élite de los medios.

A manera de conclusión

Me he esforzado por presentar la importancia de los estudios del poder de los medios y las audiencias. También, he introducido a la EPC como el paradigma adecuado para estudiar este concepto. Además, he argumentado que los estudios de la comunicación deben construir un puente que una a los Estudios Culturales y la EPC con la intención de ofrecer una mejor comprensión inherente a la producción y consumo de medios.

Referencias bibliográficas

- Abercrombie, N. and Longhurst, B. (1998). *Audiences: a sociological theory of performance and imagination*. London, England: Thousand Oaks.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge, England: Harvard University Press.
- Burrell, G. and Morgan, G. (1985). *Sociological paradigms and organizational analysis*. London, England: Heineman Educational.
- Carey, J.W. (1997). Reflections on the project of (American) cultural studies. In Ferguson, M. and Golding, P. (Eds.), *Cultural studies in question* (pp. 56-73). California, United States: Sage Publications.
- Cloud, D. (1994). The materiality of discourse as oxymoron. *Western Journal of Communication*, vol. 58, 141-163.
- Couldry, N. & Curran, J. (Eds) (2003). *Contesting media power: alternative media in a networked world*. Lanham, United States: Rowman & Littlefield.
- Curran, J. (1992). *Media and power*. New York, United States: Routledge.
- Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Bloomington, United States: Indiana University Press.
- Ferguson, M and Golding, P. (Eds.) (1997). *Cultural studies in question*. California, United States: Sage Publications.
- Garnham, N. (1997). Political economy and the practice of cultural studies. In Ferguson, M. and Golding, P. (Eds.), *Cultural studies in question* (pp. 56-73). California, United States: Sage Publications.
- Gumucio-Dragon, A. and Tufte, T. (Eds.) (2006). *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings*. New Jersey, United States: Communication for Social Change Consortium.
- Hall, S. (1980). Encoding and Decoding. In Hall, D., Hobson, A and Willis, P. (Eds.). *Cultura, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. (pp. 128-138). London, England: Hutchinson.
- Horkheimer, M and Adorno, T. (2001). The cultural industry: Enlightenment as Mass Deception. In Durham, Meenakshi, G. and Kellner, D. *Media and Cultural Studies*. Maldon, United States: Blackwell Publishers.
- Kellner, D. (1997). Overcoming the divide: cultural studies and political economy. In Ferguson, M. and Golding, P. (Eds.), *Cultural studies in question* (pp. 102-120). California, United States: Sage Publications.
- Mattelart, A. (2006). Cultural diversity: between history and geopolitics. In Gumucio-Dagron, A. and Tufte, T. (Eds.) *Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings* (pp. 730-738). New Jersey, United States: Communication for Social Change Consortium.
- Mattelart, A. and Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- McChesney, R. (2008). *The political economy of media*. New York, United States: Monthly Review Press.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* 2nd edition. London, England: Sage.
- Murdock, G. (1997). Base notes: the conditions of cultural practice. In Ferguson, M. and Golding, P. (Eds.), *Cultural studies in question* (pp. 86-101). California, United States: Sage Publications.
- Said, E. W. (1978) *Orientalism*. New York, United States: Vintage.
- Thomas, S. (1997). Dominance and ideology in culture and cultural studies. In Ferguson, M and Golding, P. (Eds.), *Cultural studies in question* (pp. 74-85). California, United States: Sage Publications.