

E

n esta edición de Escribanía la presentación está a cargo de Erick R. Torrico Villanueva, Presidente de la ALAIC, quien gentilmente expone los trabajos del Grupo Temático “Economía Política de la Comunicación” de la Asociación, en el último Congreso. Estas ponencias fueron seleccionadas entre otras 24 afines, y fueron leídas y aprobadas para su impresión por los miembros de ALAIC, César Ricardo Siqueira Bolaño, de la Universidade Federal de Sergipe, Brasil, y por Ancízar Narváez Montoya, de la Universidad Pedagógica Nacional, de Colombia. Narváez también se encargó de la traducción de los textos escritos originalmente en portugués. Ellos merecen un reconocimiento especial porque hicieron posible la revista número 17.

A continuación se copia la carta de Erick R. Torrico Villanueva:

Examinar y poner en evidencia la dimensión económica de los procesos y productos comunicacionales es el cometido de la Economía Política de la Comunicación (EPC), un enfoque que se nutre del pensamiento de Marx como fuente pero cuyos alcances y aplicaciones desbordan, innovando, en buena medida, el horizonte de los objetos de análisis reconocibles bajo el capitalismo del siglo XIX.

Cuando todavía para muchos economía y comunicación (o, más ampliamente, cultura) no tienen nada que ver una con la otra o cuando los que sí admiten una relación entre ellas la reducen a una cuestión de ingresos empresariales, la EPC se orienta a sustentar la preocupación y el debate por aquellas cuestiones de fondo —las relaciones sociales de producción— que configuran el hecho comunicacional como actividad económica generadora, trabajo mediante, de valor de uso y cambio.

Se trata, claramente, de una propuesta antagónica a los modos convencionales de concebir la comunicación casi en términos ahistóricos al igual que a los nuevos optimismos creyentes en la redención humana por la vía de la convergencia entre informática, electrónica y telecomunicaciones.

Por eso, y porque en América Latina se viene desplegando una importantísima labor de investigación, reflexión y discusión desde esta perspectiva crítica, la publicación del presente volumen constituye un aporte no sólo intelectual sino además propositivo, tanto como político.

Para el efecto, bajo la responsabilidad de los colegas César Siqueira Bolaño y Alain Herscovici, coordinador y vice-coordinador respectivamente del Grupo Temático “Economía Política de la Comunicación” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), han sido reunidos cuatro de los estudios que fueron expuestos

en el último congreso de esta organización regional celebrado en julio de 2006 en Sao Leopoldo, Rio Grande do Sul (Brasil).

Alain Herscovici, de la Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória (Brasil), ofrece en “Conhecimento, capitalismo imaterial e trabalho: alguns elementos de análise” una serie de valiosos insumos teóricos para dar cuenta de la economía del conocimiento contraponiendo las visiones tradicional y crítica sobre la producción cultural.

“Meditacoes sobre os paradoxos do capitalismo moderno”, de William Dias Braga (de la Universidade Federal de Rio de Janeiro, Brasil), es la tercera contribución de este libro; en ella el autor analiza la función del Estado como mecanismo legitimador del libre mercado en los procesos de difusión de las innovaciones técnicas y, por tanto, como aliado de los intereses privados que controlan los recursos del progreso técnico y el conocimiento.

Posteriormente, en “Mecenazgo cultural: Estado, poder y financiación de las expresiones artísticas”, Mariana Baranchuk (de la Universidad de Buenos Aires, Argentina), aborda la problemática de las condicionantes a que es sometida la obra cultural en los niveles simbólico y económico como resultado de la intervención estatal o de los grupos de poder económico que participan en acciones de mecenazgo.

Ancízar Narváez Montoya, quien abre la revista, sustenta cómo los medios en Colombia, en vez de ser voceros de la opinión pública y de la libertad de expresión, están supeditados al poder que ejercer los grupos económicos y a un proyecto de gobernabilidad que sirve a sus intereses particulares. Insiste en la necesidad de que el poder público se dote de medios de servicio público con orientación pluralista.

La selección de textos reunida aquí, por su actualidad y significado, es expresiva de la labor que en materia de EPC se lleva adelante dentro de la ALAIC y que refleja una de las orientaciones más provocadoras y promisorias de la investigación especializada en Comunicación.

La Paz (Bolivia), diciembre de 2006

Erick R. Torrico Villanueva
Presidente de la ALAIC

(Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)

Los editores

La academia de
la comunicación
en el Eje Cafetero