



**SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y  
COMUNICOLOGÍA  
Una crítica económico-política**

**Prof. Dr. D. Francisco SIERRA CABALLERO**  
**Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación,**  
**Política y Cambio Social (COMPOLITICAS)**  
**Departamento de Periodismo I**  
**Facultad de Comunicación**  
**UNIVERSIDAD DE SEVILLA**  
**Avda. Américo Vespucio, s/n**  
**Isla de la Cartuja 41092 Sevilla**  
**E-mail: [fsierra@us.es](mailto:fsierra@us.es)**  
**[www.us.es/cico](http://www.us.es/cico)**

## INTRODUCCIÓN

Si una cualidad es distintiva de la denominada Sociedad de la Información es, sin duda, la “popularización de las funciones informativas”. Las redes de intercambio e interacción social, impugnan hoy el monopolio del poder de la palabra socializando la función mediadora y creativa de la comunicación pública contemporánea conforme a las nuevas formas de organización y desarrollo del sistema informativo. De acuerdo con Pierre Lévy, el ecosistema mediático ha experimentado tres líneas básicas de transformación: la desterritorialización del carácter difuso de los medios con la emergencia del ciberespacio; la integración o convergencia digital; y la autonomía y proliferación de medios y canales alternativos (Lévy, 2002: 38). La revolución de los sistemas de mediación cultural ha alterado así los patrones de comportamiento y los modelos de organización que distinguen al *paradigma representacional*, cuestionando la política y subjetividad características de la era moderna.

A esta nueva forma de gobernanza la denominamos Capitalismo Cognitivo, para designar un sistema cuya lógica del valor basada en la difusión del saber y la producción del conocimiento hoy disciplina y coloniza también sectores como la enseñanza, la producción cultural, la Investigación y Desarrollo, la innovación tecnológica o, en general, la industria del entretenimiento en función de las necesidades expansivas del capitalismo postfordista y un modelo de integración mundial regido por interacciones y flujos de información constantes y acelerados entre países y el control y subsunción total de toda actividad social por el Capital. Resultado de este *cercamiento* es la fragilidad del conocimiento como mercancía y el empobrecimiento de la función pública intelectual y de la comunicación y la cultura en general; y, en consecuencia, la creciente dificultad de fundamentación de la crítica teórica y el diseño de alternativas democráticas al modelo dominante de estructura real de la información.

En las siguientes páginas, trataremos de explorar los perfiles y contornos de este modelo de desarrollo y las consecuencias que se derivan de las nuevas lógicas de *producción informada* a fin de identificar, en el marco de la crítica de la Economía Política, las bases materiales de una nueva Comunicología transformadora que, asumiendo radicalmente el reto del antagonismo social, sea capaz de definir una nueva agenda de investigación y pensamiento en la denominada por Castells “sociedad-red”. Valgan las siguientes notas como una mera introducción exploratoria a esta nueva

realidad emergente, aún por definir con mayor claridad en los estudios sociocríticos de Economía Política de la Comunicación.

## **TRABAJO INMATERIAL Y POSTFORDISMO**

Al tiempo que el trabajo y la sociedad son atravesadas por las redes telemáticas y se informatizan y hacen inteligentes las formas institucionales de organización, la creación inmaterial tiende hoy a ser hegemónica en todas las esferas de la actividad humana. “En otras palabras, el trabajo inmaterial se encuentra ahora en la situación en que estaba el trabajo industrial hace ciento cincuenta años, cuando representaba una pequeña fracción de la producción global y se hallaba concentrado en una parte reducida del mundo, pese a lo cual ejerció su hegemonía sobre todas las demás formas de producción” (Negri/Hardt, 2004: 138).

Actualmente, la gestión del capital del conocimiento, la participación creativa del trabajador y la *extensión de los afectos* son condiciones intangibles identificadas como factores fundamentales en la productividad del capitalismo postfordista. Los círculos de calidad, las jerarquías suaves y el trabajo como juego, la dirección soft y la producción flexible constituyen de hecho las características comunes del modelo dominante de producción en la era de la revolución digital. El proceso productivo puede así cumplir las exigencias de valorización capitalista por medio del proceso de cooperación que trasciende las formas de jerarquía y dependencia típicas del modo de producción capitalista, mediante la disposición del conocimiento entre el conjunto social gracias a las nuevas tecnologías:

**“Agudizamiento y mayor complejidad de las formas de competencia, modificaciones de la composición intersectorial de la acumulación, y cambios espectaculares en la división internacional del trabajo, acumularon sus efectos para hacer de los factores propiamente industriales en juego – entendidos aquí como estrategias conjuntas de selección de procedimientos y de productos – el terreno central donde se decide la competitividad y la capacidad relativa de las diferentes economías para avanzar en el seno de las turbulencias y de la incertidumbre esencial que desde hoy caracterizan la economía mundial. En ese nuevo entorno, el tipo de uso hecho de las nuevas tecnologías, pero más generalmente del conjunto de las innovaciones técnica, organizacionales o sociales que acompañan a la era de la electrónica, ocupa un lugar clave” (Coriat, 1993: 13).**

Por ello en las dos últimas décadas, las políticas públicas han comenzado a reconocer el papel motor del conocimiento científico en el desarrollo económico con el consiguiente aumento de la inversión pública, resultando por ejemplo que el gasto en I+D en Europa entre 1998 y 1999 ha sido de casi el 40%, y la tendencia en los últimos cinco años continúa al alza.

Pero el reconocimiento de la dimensión económica de la formación y el conocimiento no es nueva. A partir especialmente de la década de los setenta, cuando surgen las primeras políticas de comunicación, tres historias conexas, explica el profesor Coriat, convergen para convertir la electrónica en factor determinante de la producción postfordista: La disciplina y organización del trabajo; en segundo lugar, las estrategias de valorización de los capitales; y, finalmente, el propio desarrollo científico-técnico. Ello exigirá una vigorosa y activa política de inversión en recursos humanos superiores (investigación, educación continua, formación tecnológica, . . . ) en respuesta al nuevo modelo productivo. “Al penetrar este vector informacional en la producción material ha convertido la producción en masa en especialización flexible, donde la configuración del producto y la producción asistida por ordenador antes que adaptarse al consumo masivo se dedican a segmentar y adecuar su oferta a nichos muy específicos de demanda personalizada (...) El neofordismo o postfordismo intenta introducir – ya sea en la gran fábrica, robotizada y modularizada ahora, ya sea en redes de pequeñas empresas coordinadas en distritos industriales – la suficiente flexibilidad para satisfacer las demandas de mercados más articulados, sin perder niveles de productividad fordista” (Alonso, 1992: 128). Lo que consecuentemente proyectará un nuevo modelo de trabajador, nuevas competencias cognitivas:

**“La distribución y la organización de las tareas en trabajos directos e indirectos, su asociación o disociación en perfiles de puestos, así como los modos de coordinación entre entidades, se convierten en la condición de existencia y de posibilidad de las economías de gama y de variedad, de las economías de organización o incluso de las economías de aprendizaje y de experiencia” (Coriat, 1993: 178).**

En este contexto, asistimos como en su momento describiera Gramsci en la “revolución fordista americana”, a una nueva metamorfosis y disciplinamiento del trabajo en el modo de producción capitalista, cuyas condiciones de desarrollo y regulación social hoy se centran básicamente en el campo comunicológico, y/o en el factor subjetivo. El hombre mismo, dirá Marx, pasa a ser el capital fijo más valioso del proceso de producción, y su actividad creativa la base y posibilidad misma de desarrollo y sostenibilidad del capitalismo. Ahora bien, si el filósofo italiano observa la organización científica del trabajo como un sistema de transformación *autoritaria* del proceso de producción que altera significativamente la relación existente entre las condiciones domésticas y la lógica del mercado para la reconstitución de la fuerza de trabajo y, en suma, del proceso de valorización capitalista mediante el control físico y social de los productores, hoy en cambio la noción de desarrollo sostenible y la

producción flexible e informada presupone un modelo constituyente de regulación social “democrático” y cooperante. Esto es, la reconstitución postfordista del trabajo se traduce en el estímulo de la productividad humana por medio de la cooperación y los programas de información y comunicación interna, que adaptan y actualizan la cultura corporativa de la empresa en virtud de las demandas aleatorias del mercado, al tiempo que se amplía la explotación intensiva de la comunicación y las formas culturales acelerando los procesos de intercambio simbólico, colonizando los mundos de vida y de relación social, y promoviendo la cooperación y redes de interacción y conocimiento compartidas, primero a nivel del consumo, y en segundo término desde el punto de vista de la producción.

La conciencia de este papel jugado por la información y la industria de la cultura ha llevado a la teoría económica a un replanteamiento de su objeto de estudio, desplazando la concepción neoclásica por una perspectiva informacional de los procesos de producción e intercambio. La constatación de la preponderancia de los bienes y servicios de información y conocimiento en la economía tardocapitalista reformula la idea avanzada por Marx sobre el papel indirecto jugado por el saber abstracto en el incremento de la productividad, al demostrarse que el “intelecto general”, lo inmaterial es hoy una fuerza directamente determinante en la productividad y desarrollo del Capitalismo Cognitivo. La creación, el tratamiento y la transmisión de información son hoy, en definitiva, fuentes estratégicas de productividad y poder en la era digital. Pero esta función directamente productiva es problemática:

**“En el circuito productivo del capitalismo industrial, el trabajo genera conocimiento y el conocimiento a su vez, genera valor. De este modo el capital, para valorizarse, no sólo debe subsumir – con arreglo a términos marxistas – el trabajo vivo, sino también el conocimiento que genera y que pone en el circuito. Ahí residen precisamente las dificultades de esta subsunción, que impiden reducir de manera simple el conocimiento a capital y que, por consiguiente, dan sentido a la idea de capitalismo cognitivo” (Boutang, 2004: 100).**

Frente a este obstáculo, las políticas neoliberales confían en el poder demiúrgico de las tecnologías electrónicas como tabla de salvación:

**“La irrupción de las tecnologías nuevas es una de las causas centrales de la crisis actual, sin embargo, su difusión en toda la economía y el desarrollo de los nuevos productos que favorecen, serán la salida (...) Se anuncia entonces el fin del sistema de producción en serie, y su cambio a otra organización general de la figura central y la clave de un sistema que pone en práctica principios nuevos de coordinación entre agentes, y en donde domina una innovación fuerte y permanente de productos (...) De la empresa individual, de las condiciones de su valorización, a la organización industrial de conjunto, es decir a la acumulación de capital considerado a nivel social, nos enfrentamos con una cadena de transformación continua (Coriat, 1993: 143).**

En este contexto de transformaciones aceleradas como base de reproducción del capitalismo adquiere sentido el empeño de las políticas públicas por garantizar la socialización de las nuevas tecnologías electrónicas y la abolición de las barreras existentes entre esferas tradicionalmente separadas (política, trabajo, pensamiento) lo que lleva a politizar la dimensión pública de la acción comunicativa y del conocimiento. La cuestión es cómo el pensamiento y la teoría crítica pueden articular en este tiempo de colonización de la ciencia un discurso y pensar “otro” que religue y actualice la potencia intempestiva de la teoría como praxis emancipadora y que, en nuestro caso, contribuya a un diagnóstico y transformación radical del universo de la comunicación, fundando las bases de una nueva mirada crítica en el contexto general de informatización y colonización de los espacios de vida y de agudización de las desigualdades y de la división internacional del trabajo cultural.

Partimos del hecho de que las transformaciones de la esfera pública y de las formas socioculturales dominantes pueden ciertamente ser calificadas de revolucionarias. Alteran de raíz las relaciones entre capital, trabajo y conocimiento; y reestructuran, como resultado, los vínculos entre sistema cultural y medios de producción. El paso a la denominada posmodernidad o, mejor dicho, la evolución del capitalismo tardío al Capitalismo Cognitivo se manifiesta, como consecuencia, en una crisis de naturaleza política, económica y social que abarca tanto las transformaciones del espacio público como los sistemas de producción cultural y empleo, y desde luego las prácticas de consumo y reproducción de las identidades culturales. En este escenario, tiene lugar una contradicción esencial entre la organización del proceso productivo dependiente de la información y el conocimiento y una lógica de control de la producción y de la riqueza basada en la medida del valor trabajo, mientras el consumo y la expresión cultural son objeto de valorización económica y, por lo mismo, terreno de conflicto y sometimiento del capital.

Sabemos también que la información siempre ha mediado, y ha sido determinante, directa o indirectamente, en la reproducción del capitalismo. Pero hoy no sólo es un factor importante del proceso productivo sino la base de toda producción capitalista. “En la metrópolis postfordista (...), el proceso de trabajo material se puede describir empíricamente como conjunto de actos lingüísticos, secuencia de aserciones, interacción simbólica. En parte, porque la actividad del trabajo vivo se sitúa ahora al

lado del sistema de las máquinas, con tareas de regulación, vigilancia y coordinación. Pero sobre todo porque el proceso productivo tiene como materia prima el saber, la información, la cultura, las relaciones sociales” (Virno,2003: 16). Más allá aún, en la industria cultural encontramos la matriz cultural del postfordismo donde la producción de lo común se da como medio de comunicación y donde por primera vez, como bien sabemos desde Adorno y Horkheimer, la estructura del trabajo asalariado coincide con la acción política en la esfera pública. “La informalidad de la acción comunicativa, la interacción competitiva típica de una reunión, la brusca variación que puede animar un programa televisivo, en general todo lo que hubiera sido disfuncional reglamentar más allá de cierto punto, hoy, en la época postfordista, se volvió un aspecto típico de toda producción social” (Virno, 2003: 59); en un tiempo en el que la economía constituye una dimensión total. De manera que debemos concebir el modo de producción no sólo como una configuración económica particular, sino más bien como un conjunto de formas de vida. Más aún cuando, como escribe Virno, la crisis de la división de la experiencia humana de trabajo, política y conocimiento ha sido trascendida en la denominada por Guy Debord Sociedad del Espectáculo. Así, hoy asistimos a una privatización de los espacios públicos y a la inversión de lo privado, siendo politizados los mundos de vida y los espacios de lo íntimo con la difusión extroversiva de los medios y sus escenarios de espectacularización y proliferación televisual.

Este universo hipermediatizado es el que define las mutaciones radicales del proceso de trabajo y las prácticas culturales que hoy delimitan las formas de acción política y las propias condiciones de posibilidad y fundamentación de la teoría crítica de la comunicación, expuesta a un proceso generalizado de intelectualización de la producción y del consumo que sin duda incide sobre las capacidades cognitivas del sujeto posmoderno, con la conformación de un extendido “intelecto general” ante el que la dominación capitalista se muestra anacrónica, al existir la posibilidad concreta de su superación, en función de dos lógicas intrínsecas al capitalismo tardío: La virtualización de los espacios sociales y los mundos de vida y la extensión de la lógica biopolítica a partir del binomio ciencia-tecnología, lo que convierte al dominio del conocimiento o, en un sentido amplio, a los sistemas de producción y conformación de sentido en dispositivos estratégicos de control y cambio social. En esta nueva lógica de producción, tiene lugar lo que Paolo Virno denomina “ambivalencia del desencanto”, “una abstracción real, un espacio público de cooperación, una intelectualidad de masas

depositaria de saberes no separables del conjunto de los sujetos vivos. En este espacio, político en un sentido fuerte, la presencia del otro es a la vez instrumento y objeto del trabajo. La actividad sin obra, que reposa sobre el general intellect, entendido como aptitudes generales del espíritu – facultad de lenguaje, disposición al aprendizaje, capacidad de abstracción y de puesta en relación, acceso a la autorreflexión - , deviene una acción en concierto” (Boutang, 2004: 34).

Por supuesto, en este marco, al hablar de la comunicación, la producción inmaterial y el conocimiento no podemos eludir las contradicciones Capital/Trabajo, y más específicamente, las contradicciones cualitativas existentes entre las fuerzas productivas (energía) y las relaciones de producción (información) que definen los modernos sistemas de organización social. Estas sobredeterminan las complejas formas de interacción entre la ciencia y la técnica aplicadas a la producción y el paro estructural, entre el crecimiento económico y los desequilibrios territoriales y sectoriales, entre el nivel de vida y la calidad de la misma, entre la internacionalización y concentración de los poderes económicos y los estados nacionales, y por último y no por ello menos importante, entre los derechos humanos y la realidad sociopolítica y cultural a uno y otro lado del centro y la periferia del sistema global. De ahí la necesidad de su estudio y análisis crítico, pero sobre todo de su transformación política.

En este empeño, los análisis de la Economía Política de la Comunicación son fundamentales, al apuntar tendencias, lógicas sociales y contradicciones estratégicas en el desarrollo de las industrias de la comunicación y el conocimiento. El estudio de los vínculos estructurales entre sistema cultural y desarrollo económico es, más que un reto científico, una prioridad práctica. Pues sólo a partir de un análisis económico-político de los proyectos de construcción de la Sociedad de la Información y de las implicaciones socioculturales del Capitalismo Cognitivo, es posible conocer los límites y alternativas democráticas en el actual modelo de crecimiento.

## **UNA LECTURA SOCIAL DE LA MEDIACIÓN MATERIALISTA**

Las tendencias imperantes en la industria de la cultura requieren trabajos de investigación que observen, dentro y fuera de las fronteras nacionales, la vinculación entre Estado, mercado, corporaciones multimedia, procesos de concentración industrial, políticas públicas y desarrollo económico, a fin de generar un mayor conocimiento

sobre los escenarios globales que permita arrojar luz sobre las nuevas formas y dispositivos del poder político-ideológico en el campo de la comunicación y la cultura mediante :

1. El análisis de la estructura de propiedad de los medios de información y las empresas productoras de tecnología y contenidos culturales.
2. El estudio de los procesos de producción y distribución cultural y de reproducción ideológica.
3. El análisis de las lógicas económico-financieras y su influencia en la conformación y dinámica mercantil de la comunicación.
4. El reconocimiento del impacto y estructura del consumo cultural en relación a las formas de desigualdad material y simbólica.

Como marco teórico fundamental, el conocimiento que nos ofrece en esta línea de estudios la Economía Política de la Comunicación y la Cultura puede clarificar no sólo la lógica y evolución de la industria telemática en el contexto de la construcción de la Sociedad Global de la Información, sino además el propio objeto de estudio, la problemática y las posibles respuestas que necesariamente deben ser alentadas, interdisciplinariamente, en relación con los procesos de convergencia del sector de la comunicación y la estructura económica:

**“La principal ventaja de un enfoque abierto y dinámico, como el de la Economía Política, es que proporciona un marco teórico integrado, en el cual es posible engarzar, al mismo tiempo, tanto los diferentes niveles del proceso de comunicación de masas, como las dimensiones centrales de la estructura social. Una economía política concebida de esta manera permite, a su vez, dar cuenta de las mutaciones del sistema de producción simbólica de la sociedad, pero de forma articulada con las diferentes transformaciones que se producen en otros sistemas, como el tecnológico, el económico, y el político, así como de la estructura de dominio que se establece en el sistema de los intercambios internacionales, en la que también están presentes los medios de comunicación y los productos que difunden, y donde, por otra parte, constituyen un mecanismo fundamental para el mantenimiento de las desigualdades estructurales” (Murciano, 1995: 20).**

La conexión entre los aspectos culturales y comunicativos, los tecnológicos y económicos, y los político-informativos favorece una comprensión global de la

interrelación existente entre los diferentes niveles de acción merced a una metodología de análisis estructural muy oportuna para el campo de las transformaciones socioculturales que estamos experimentando. La centralidad y el liderazgo de las industrias de la comunicación en la proyección de las autopistas y redes multimedia, así como en los actuales usos sociales y educativos de los nuevos medios de aprendizaje, justifican, en este sentido, tanto la fundamentación teórico-metodológica del estudio de los procesos de integración social de la comunicación en la Economía Política, como la definición del objeto de estudio y tratamiento de las políticas públicas en este campo a partir de las “lógicas sociales” concretas que rigen los procesos de expansión y desarrollo internacional de las industrias culturales y de otros agentes económicos. Como crítica irónicamente Aglietta, la teoría económica clásica y su idea del equilibrio es parecida a una construcción teológica “puramente interna al mundo de las ideas, tanto más separada de toda realidad cuanto más estricta” (Guattari, 2004: 111).

Ahora bien, si la principal aportación del método materialista histórico es la construcción del conocimiento y la teoría social desde la realidad concreta, el modo de concebir e interpretar el mundo debe adaptarse a su configuración cambiando en cada momento histórico. Cada realidad necesita su teoría, pues conforme la historia avanza y la realidad social cambia, nuestro conocimiento del mundo no puede permanecer inalterable. El método y la sustancia, la forma y el contenido de conocimiento deben guardar correspondencia. Hoy por ello la Economía Política de la Comunicación ha de replantear sus fundamentos teóricos para comprender en su totalidad la hegemonía de la producción inmaterial que, cualitativamente, está transformando la economía, las formas de vida, y desde luego la propia comunicación y la cultura. Concebida como Economía Política del Conocimiento, esta disciplina debe comenzar a pensar consecuentemente, en el plano conceptual, la relación entre trabajo y valor a partir del reconocimiento del carácter común y colectivo de toda producción inmaterial.

La dimensión transformadora de la política contemporánea debe abordar por ello la cuestión económica no como un problema exclusivamente de producción sino más bien como un proceso de definición de identidades, como un proceso, en suma, de subjetivación de las formas de vida en común de la ciudadanía.

La constatación de este nuevo marco epistémico apenas ha sido aceptada por los investigadores que comparten esta línea de estudios. Entre otras razones, porque pone en evidencia que nos encontramos con problemas no pensados adecuadamente por la escuela crítica de Economía Política:

- Las relaciones complejas entre capital transnacional, democracia y diversidad cultural.
- Las formas de participación y *empoderamiento* como estrategias de integración y legitimación democrática en el capitalismo.
- La economía política del conocimiento y los modelos de organización del desarrollo territorial.
- La proliferación de nuevas formas de gobierno y participación ciudadana en el ciberespacio.
- Los nuevos procesos de valorización y circulación de los contenidos simbólicos.
- O la emergencia de nuevos derechos y contradictorias dinámicas de la comunicación en la era digital.

En las siguientes páginas, por razones de espacio y oportunidad, no podremos analizar en detalle todas estas problemáticas sin resolver satisfactoriamente aún por la Economía Política de la Comunicación, Pero, a modo de ilustración, vamos a tratar de exponer algunas consideraciones sobre los que, a nuestro juicio, son los dos principales temas prioritarios en la agenda de investigación: el papel del Estado y los servicios públicos, y la explotación del trabajo creativo, problemas ambos neurálgicos, según demostraremos, en el Capitalismo Cognitivo.

## **SERVICIOS PÚBLICOS Y REVOLUCIÓN DIGITAL**

Nuestro tiempo, según advierte Martín Barbero, viene marcado por una política que relega al Estado al cultivo y protección del pasado y deja el futuro de las autopistas de la información a las grandes compañías privadas. La desregulación normativa de la economía ha relegado a la mínima expresión las facultades intervencionistas de los poderes públicos en beneficio de un nuevo protagonismo económico y cultural del Capital. La monopolización privada de infraestructura y servicios públicos de la administración, la expropiación a manos del capital monopólico de sectores crecientes de infraestructuras de comunicaciones y transportes ha convertido al Estado-nación en

un actor político marginal, sometiendo la cultura nacional a un estado de permanente competencia con otros territorios e identidades culturales. Pero no por ello deja de cumplir una función estratégica esencial. La lógica neoliberal de las políticas culturales impone necesariamente la adaptación de las culturas autóctonas a la economía supranacional, y en esta tarea el Estado cumple una valiosa labor. “Por un lado, se uniformizan los protocolos jurídicos, las tecnologías y los procedimientos administrativos; por el otro, la adecuación a los mercados transnacionales requiere generar diferencias locales para facilitar la rentabilidad de los contenidos que habrán de absorberse allende las fronteras: cada espacio geográfico necesita diferenciarse y construir su imagen mediática para valorizarse en relación con el exterior y de esa manera insertarse en las redes internacionales; la cultura ( y desde luego las políticas culturales del Estado-nación) se utiliza ampliamente en la construcción de esa imagen mediática” (Miller/Yúdice, 2004: 107).

En este proceso, tiene a la vez lugar la progresiva concentración de la amplia variedad de servicios y bienes de comunicación pública en un reducido número de grupos multimedia, con el creciente protagonismo del sector financiero en las aceleradas fusiones de las compañías nacionales de información. La banca transnacional se ha convertido hoy en elemento clave de los negocios infocomunicacionales, desarrollándose una dependencia fuerte y recíproca entre empresas transnacionales del sector y capital financiero internacional. Este proceso tiene lugar desde que en el capitalismo maduro se inicia la desvinculación efectiva entre la economía real de bienes y servicios y la economía simbólica del dinero y el capital, mientras se cercan y privatizan los servicios públicos. En esta línea, la Directiva Bolkestein y las conclusiones de la OMC (Hong Kong) tratan hoy de generalizar e incidir en los principios del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios que, a medio y largo plazo, previsiblemente abundarán en la progresiva desaparición de los servicios públicos, y en la cancelación de instrumentos de negociación colectiva y de defensa de los derechos colectivos en campos estratégicos como la comunicación, la educación y la cultura.

La presión ejercida por este nuevo marco político-económico se traduce como consecuencia en nuevas condiciones de precarización del trabajo en los servicios públicos estatales, presionando a la baja los salarios y generalizando la contratación intermitente y las fracturas y jerarquías salariales típicas de la producción postfordista.

Ahora bien, la precariedad y desregulación del trabajo no son, como sabemos, característicos exclusivamente de los servicios públicos. Afectan, en general, a todas las actividades culturales, con mayor virulencia si cabe en el sector privado, y condicionan además poderosamente el consumo y la recepción de contenidos informativos.

Uno de los principales efectos de refuncionalización capitalista ha sido de hecho eliminar gradualmente las barreras psicológicas que han distinguido hasta hace poco el trabajo del tiempo libre, y el espacio público del privado como delimitación prototípica de la modernidad. La relación simbiótica entre las industrias de producción en serie y la definición consumista del ocio por la mercantilización intensiva del campo cultural ha favorecido así la compatibilidad y objeto acomodación de los mundos de vida y del trabajo.

En este marco, la Economía Política de la Comunicación debe plantear no sólo una crítica del poder informativo, sino pensar además, o quizás fundamentalmente, la potencia del trabajo creativo en las industrias culturales y su capacidad para transformar la vida, aún sometida como está esta nueva realidad material al proceso de expropiación del Capital.

## **INDUSTRIAS CULTURALES, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EXPLOTACIÓN DEL TRABAJO CREATIVO**

En el Capitalismo Cognitivo, la participación y creatividad en el ámbito de la comunicación y la cultura es sometida a su función productiva original limitando el alcance común de la inteligencia y el lenguaje a los fines de la política del Capital. Como es bien sabido, la modernización tecnológica tiende, por necesidad, en el capitalismo, a reducir la dependencia del capital respecto de la fuerza de trabajo creativa, generalizándose como resultado la descualificación y segregación de los trabajadores de la cultura. Como resultado, la difusión y aplicación de toda innovación y estrategia de inteligencia en las industrias culturales de la era digital, al no constituir comunidad política, se traduce – según advierte Paolo Virno – en una proliferación incontrolada de jerarquías, tan infundadas como resistentes al cambio social. Así, el carácter público y social del conocimiento, de la inteligencia general nos redescubre la dimensión común, colectiva, del lenguaje y los productos culturales, pero también las

formas intensivas de explotación y cercamiento. Frente al concepto privativo de amenidad respecto a lo público o común y a la idea del intelectual como pensador al margen del rumor del ágora o la potencia intempestiva de la vida, la idea del Capitalismo Cognitivo nos sitúa en el horizonte epistémico de tratar de pensar con los otros, de tratar de construir la crítica teórica en común. La hipótesis de Paolo Virno es que la industria de la comunicación (con sus especificidades técnicas, sus modelos de organización y estrategias de acumulación intensivas) cumple hoy el rol de “industria de los medios de producción”:

**“Tradicionalmente, la industria de los medios de producción es la industria que produce máquinas y otros instrumentos que se emplean luego en las más diversos sectores productivos. Sin embargo, en una situación en que los instrumentos de producción no se reducen a máquinas sino que consisten en competencias lingüístico-cognitivas características del trabajo vivo, es lícito sostener que una parte significativa de los así llamados medios de producción consiste en técnicas y procedimientos comunicativos” (Virno, 2003: 61).**

Más aún, las propias prácticas de uso y consumo cultural de los productos mediáticos conforman la base de valorización y productividad de las industrias culturales hoy en día. Es el caso por ejemplo de Amazon (MTurk) y de la industria del videojuego o de buscadores emblemáticos como Google Answers. Entre la deslocalización y lo que algún periodista informático ha calificado como *webshoring*, estas nuevas formas de producción cooperativa en las industrias culturales han significado a corto y medio plazo una más intensiva explotación del trabajo creativo y el abaratamiento de los costes laborales asignando a los destinatarios una función vital como “prosumidores activos”. La socialización de los bienes culturales pasa en este sentido por una crítica al sistema de colonización e interpretación extensiva del ánimo de lucro y los derechos de propiedad que ponga el acento en el desperdicio de la experiencia y el despilfarro de la inteligencia colectiva por la apropiación privada del capital social y de la inteligencia general:

**“El capitalismo informacional se dirige tanto hacia una cierta forma de comunismo como a estimular el desarrollo de los instrumentos legales que lo hagan imposible, haciendo de los servicios e informaciones bienes esenciales sujetos a las leyes del mercado y la propiedad privada (Copyright, licencias, patentes, canon, . . . ) y en última instancia, medidas penales y represivas que se encargan de asegurarla” (Cañada/Orihuela, 2005: 139 y 140).**

En la era digital, los derechos de la comunicación, instrumentados sobre el plano económico y el interés individual, han sido en coherencia desprovistos de consistencia política para ser reformulados en un conjunto de reglas sobre el plano jurídico sin

alcance efectivo de acción política. Desde una perspectiva crítica, los investigadores en comunicación debemos en consecuencia examinar las formas materiales concretas de las industrias culturales, formulando teorías y conceptos: de las palabras a los procesos de producción, y de estos a las palabras, en una forma de triangulación recursiva capaz de analizar cómo la política de la propiedad intelectual ha experimentado un proceso de socialización y discusión pública con derechos colectivos emergentes para compartir y proteger las obras originales.

Sabemos que el modelo actual de la mayoría de las industrias culturales está basado en una lógica especulativa en lugar del trabajo solicitado, bajo el control de los intermediarios que manipulan, concentran y distribuyen los contenidos simbólicos. Privatizar la abundancia y administrar la escasez es la espiral vampírica de acumulación de energía que prevalece en este modelo de explotación, en el que “el control y apropiación de la inteligencia colectiva por parte del Capital implica una nueva batalla sobre los derechos de propiedad del conocimiento o, lo que es lo mismo, sobre los lugares por donde cortan los saberes acumulados por los que no pagamos ningún derecho, del flujo de la producción de conocimiento que definen los segmentos de trabajo cognitivo controlados por el Capital” (Cañada/Orihuela, 2005: 140).

En este horizonte, se sitúan debates actuales como los sostenidos por estudios de desarrollo sobre el papel del Capital Social en los procesos de *empoderamiento* basados en la voluntariedad y la participación solidaria de la ciudadanía, promovidos por el Capitalismo Cognitivo para realizar el intensivo proceso de acumulación mediante la colonización de la sociedad entera por el Capital; y, desde luego – no nos cabe ninguna sombra de duda – ha de centrar buena parte de los esfuerzos colectivos de investigación y reflexión de la teoría crítica en los próximos años.

## **CONCLUSIONES**

Las formas contemporáneas de socialización exigen una lectura comunicacional y antropológico-cultural de los modos de enunciación, reflexividad y organización del Capitalismo Cognitivo. La visión biopolítica de la dimensión comunicativa del trabajo es hoy más que nunca necesaria cuando la creación toda se ve subordinada en la

globalización como base necesaria para la realización del proceso de valorización capitalista. Tratar esta complejidad, exige de la Economía Política una reconstrucción y revisión crítica, un ejercicio de apertura de un nuevo espacio teórico, redefiniendo las tradicionales distinciones modernas de lo público y lo privado, de lo individual y lo colectivo, y tratando de desarrollar la cultura republicana, la comunidad política en la que se manifiesten las formas de negación de la vida sumisa, el intelecto público, la política, en fin, de lo común.

Ahora bien, la cuestión es saber si es posible pasar de la antigua alianza intelecto/trabajo a una nueva alianza intelecto/acción política construyendo espacio público, publicitando la potencia creativa del pensamiento social con fines emancipadores. Nosotros creemos que sí. Pero para ello es preciso articular políticas de promoción del dominio público y de los intereses colectivos, o comunes, frente a la voracidad de los intereses creados por el Capital, que hoy intentan subsumir el proceso de multiplicación y desarrollo de la información, la cultura y el propio conocimiento en las redes proliferantes de telecomunicaciones.

Desde esta perspectiva, entendemos que la Economía Política de la Comunicación enfrenta tres tareas básicas. En primer lugar, debe recuperar las discusiones planteadas en torno a la propiedad de los medios y tecnologías informativas, trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación y luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información. Cada vez más aparece como impostergable la tarea de actualizar los diagnósticos sobre la propiedad de los medios. No resulta arriesgado señalar que la concentración y la transnacionalización supera con creces los pronósticos más pesimistas de los años setenta. En segundo lugar, creemos que es imprescindible sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de las industrias culturales. Como ya hemos señalado, creemos que es necesario considerar a los medios de comunicación como sistemas de producción, distribución y consumo de formas simbólicas que requieren la utilización de recursos sociales escasos que son distribuidos a partir de las restricciones planteadas por el modo capitalista de producción. Para comprender su lógica, no sólo es preciso realizar el estudio macroeconómico de los medios, su participación en el proceso de acumulación del capital y la participación del Estado, sino contemplar además las formas particulares de producción, las características concretas de las mercancías culturales y la valorización

de capitales en cada sector. En tercer lugar, la Economía Política de la Comunicación debe plantearse un programa de intervención que vincule nuevamente a la academia con las prácticas y las organizaciones sociales.

Si la Economía Política de la Comunicación, o más ampliamente la Economía Política del Conocimiento, aspira a proyectar formas de habitar e imaginar el mundo diferentes, ecológicamente potentes y articuladas, integradas socialmente y productivas desde el punto de vista cultural, la teoría crítica debe para ello acometer al menos tres tareas estratégicas en su programa de trabajo:

1. Identificar, a modo de “lectura sintomática” la trama de problemas y teorías con las que se conciben las realidades persistentes del nuevo entorno informativo: la red de discursos, tendencias y construcciones conceptuales que la definen, a fin de reconocer el campo de luchas y voces que hoy enmarcan los límites de la acción y el pensamiento emancipadores. En este empeño, el concepto-fetichismo de “globalización” constituye hoy el principal referente teórico que determina el debate político e intelectual en el campo de la comunicación. La tendencia de mundialización y convergencia global de la economía y la cultura en el nuevo sistema-mundo que está transformando la estructura material de la información requiere una revisión de las teorizaciones habituales que, más allá del idealismo pancomunicacional y del determinismo tecnológico, asuma la radical revolución capitalista en el campo de la cultura, vinculando las actuales formas de desarrollo informacional con la gramática del capital, con la lógica del valor y la subsunción real de los mundos de vida por el Capital. Vaya por delante pues esta primera conclusión: si la globalización informativa es el principal vector de los radicales cambios que hoy organizan las formas hegemónicas de poder, pensar sus territorios, el espacio del mercado, de las marcas y marcos políticos de producción cultural que organiza y atraviesa el capital es, inevitablemente, la condición de todo saber sobre la comunicación. Y ello pasa por superar las lecturas distributivas de la sociedad global por teorías productivas, dejar de observar la circulación acelerada de valores simbólicos y mercancías para atender, como criticara Marx, los sistemas de producción, desde una visión global de los problemas y procesos sociohistóricos en un momento de progresiva interconexión y progresión interrelacionada de los diversos espacios y realidades humanas. Es precisamente en esta necesidad de trascender la tradicional fragmentación

y compartimentación de la realidad por el conocimiento científico la que sitúa en una posición privilegiada a la crítica filosófica, política y teórica de la Economía Política de la Comunicación frente al conocimiento instrumental que inspira no sólo el funcionalismo sociológico de la Mass Communication Research y sus epígonos de la teoría social de la información, sino también la pretendida apertura de los estudios culturales contemporáneos que, en el campo de nuestros estudios, reproducen por lo general la tendencia al aislamiento de la experiencia histórica y de los condicionamientos político-ideológicos sobre los que se proyecta todo campo de trabajo intelectual, convirtiendo así la crítica teórica en, como irónicamente apunta Eagleton, retórica e ilusionismo posmoderno.

2. En segundo lugar, es preciso un análisis genealógico de reconstrucción histórica, a modo de retrospectiva disciplinaria, que haga comprensible las contradictorias condiciones sociales, académicas y político-culturales que determinan el alcance del pensamiento emancipador en comunicación, desde el punto de vista de los temas, métodos, problemas y saber acumulado de la realidad social en las nuevas formas de mediación. El primer reto, sin duda, es la reconstrucción histórica de la formación de nuestros objetos de conocimiento. Y es vital que este proceso se haga en regiones culturales que por su situación periférica en el sistema global de información aporten una mirada excéntrica, haciendo explícitos, discursivamente y en la práctica cultural, las reglas, formas de control y dispositivos reguladores del modelo dominante de globalización informativa no sólo a nivel de las industrias de la conciencia, sino más allá aún respecto a las lógicas de producción del conocimiento comunicacional que determina la actual división internacional del trabajo intelectual. Máxime si consideramos que el campo de la producción, circulación y consumo acelerado de mercancías culturales, pero también el de la producción mediatizada de la vida, de los procesos biológicos y cognitivos, constituyen el núcleo de control y desarrollo de la sociedad global y el factor terminante de las actuales asimetrías. De modo que el estudio de los problemas convencionales de la Economía Política de la Comunicación no pueden ya circunscribirse a la dimensión social de la comunicación sino que han de tratar de concebir y religar tales procesos socioculturales con la producción industrial de las mentes y los cuerpos en el trabajo humano (en un sentido antropológico) y el problema estratégico del conocimiento en la valorización y reproducción de la vida social y humana y los sistemas de reproducción sociocultural.

3. Finalmente, el programa de trabajo de la Economía Política de la Comunicación no puede ser epistemológicamente coherente con su lógica científica si esta forma de “triangulación recursiva” no es acompañada por el cuestionamiento de las formas de posicionamiento y compromiso social de la teoría con la praxis de los movimientos sociales, religando la actividad investigadora con la mirada y el afán emancipador de los colectivos subalternos. De lo contrario, se terminaría reeditando el fracaso del NOMIC y el aislamiento social, y en definitiva político, de la teoría crítica, como ya sucediera hace décadas. Si bien las contradicciones fundamentales de este nuevo orden imperial pueden parecer imperceptibles por el control totalitario del mando informacional, mostrándose ilocalizables, invisibles y elusivos los puntos de articulación y transformación liberadoras, las alternativas de cambio y movilización colectiva proliferan y se multiplican en los pliegues del sistema. Así, las formas reticulares de lo espectacular integrado no sólo organizan los procesos de reproducción sino también las formas de cooperación y comunicación social dentro y fuera del sistema. Ahora, ¿ desde qué bases y perspectivas puede activar el poder de la crítica sus dispositivos emancipadores ?, ¿ qué alternativas tenemos para la acción transformadora?, ¿ cómo pueden ser reorientados los medios y tecnologías de la información en un sentido democrático ?, ¿ qué líneas y ámbitos de actuación son prioritarios para el diseño alternativo de una Sociedad de la Información, en verdad, para todos ?.

En este proceso no se puede partir de cero. Las redes cívicas, los telecentros comunitarios o las plataformas públicas altermundialistas están generando formas innovadoras de apropiación y uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación que deben ser exploradas y asumidas conceptualmente en la revitalización de los procesos creativos de organización y desarrollo social, hasta la fecha apenas considerados por la teoría crítica.

Los movimientos sociales demuestran hoy una gran capacidad de innovación y creatividad social, además de un alto grado de conocimiento y conciencia comunicacional, al disponer de herramientas de reflexividad y autoorganización de gran potencia y complejidad en la evaluación de sus acciones y transformación del entorno. Las organizaciones sociales constituyen, en otras palabras, comunidades inteligentes dispuestas para la acción y el cambio social. Y este es, a nuestro modo de ver, la principal aportación de las NTIC, que nos lleva a pensar la comunicación vinculada a la

acción, al desarrollo y necesidades radicales de los sujetos y conjuntos humanos. Posibilidad que el propio desarrollo tecnológico del sistema capitalista aporta, pero que no puede realizar en el interior del mismo, sin la acción transformadora y creativa ni la autoorganización de los sujetos, de los trabajadores intelectuales o intelectualizados del nuevo capitalismo electrónico. Ante esta limitada socialización de la información, el conocimiento y los nuevos medios de expresión y reproducción cultural, la comunidad académica debe hacer frente a las insuficiencias teórico-conceptuales y metodológicas de una cultura investigadora que abstrae las condiciones reales de construcción del saber y anula la potencia creativa y autónoma de lo social, desvinculando física, material y mentalmente los nodos de la red que nos produce y hace hoy potencialmente viable la transformación del mundo del Capital.

De la asunción de una cultura común reflexiva y crítica vinculada a las redes sociales antiimperiales depende, en este sentido, el futuro de las alternativas democráticas a la Sociedad Global de la Información. La Economía Política de la Comunicación puede ser el punto de partida para entender, en este proceso, las relaciones sociales desde una perspectiva abierta, no reduccionista y crítica. Pero, en modo alguno, el punto de llegada ni el lugar omnicomprendivo desde el que observar la acción y, peor aún, reemplazar las formas comunes de democracia participativa.

La breve historia de la disciplina así lo demuestra.

---

## BIBLIOGRAFÍA

- BOLAÑO, César (2000): *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, Sao Paulo: Hucitec/Pólis.
- BOLAÑO, C.; MASTRINI, G. ; SIERRA, F. (Eds.) (2005): *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires: La Crujía.
- BOUTANG, Y. Moulier et al (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- CAÑADA, M. y ORIHUELA, A. (2005): “Conocimiento colectivo, memoria de lo común” en VV.AA.: *Creación e inteligencia colectiva*, Sevilla: ZEMOS 98.
- CORIAT, Benjamín (1993) : *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la producción en masa*, Madrid: Siglo XXI.
- ESTEINOU, Javier (1990): *Economía, política y medios de comunicación*, México: Editorial Trillas.
- GUATTARI, Félix , F. (2004): *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- HERMAN, Edward y Robert McCHESNEY (1999): *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Madrid : Cátedra.
- HERMAN, Edward (1999): *The myth of the liberal media*, Nueva York: Peter Lang.
- HERNÁNDEZ, Daniel (Comp.) (2004): *Crítica de la Economía Política. Comunicación, cultura y Sociedad de la Información*, Caracas: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valerio; BENVENUTO, Álvaro (Orgs.) (2005): *Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia*, Salvador de Bahía: UFBA.
- LAZULY, Pierre (2006): “Teletrabajo en Internet a precios de liquidación” en *Le Monde Diplomatique*, Agosto, pp. 20 y 21.
- LÉVY, Pierre (2002): *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*, Barcelona: Editorial UOC.
- MARX, Karl (1976): *Contribución a la crítica de la economía política*, México: Ediciones de Cultura Popular.
- McCHESNEY, Robert (1999): *Rich Media, Poor Democracy*, Urbana: University of Illinois Press.
- MILLER, T. y YÚDICE, G. (2004): *Política cultural*, Barcelona: Paidós.
- MOSCO, Vincent (1996): *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*, Londres: Sage.
- MURCIANO, Marcial (1995): *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Barcelona: Bosch.
- MURDOCK, Graham (1988): *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, México: Premiá Editora.
- QUIRÓS, F. et SIERRA, F. (Coords.) (2001) : *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.
- SIERRA, Francisco (1997): “Panorama de la Economía de la Información en el tardocapitalismo” en *Revista Razón y Palabra*, número 8, México, ITESM-CEM.
- SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*, Barcelona: Gedisa.

- VIRNO, Paolo (2003): *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- ZALLO, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid: Akal.