

Armand Mattelart: notas para ler a Crítica da Economia Política da Comunicação

Armand Mattelart: notas para leer la Crítica De la Economía Política de la Comunicación

Armand Mattelart: notes to read the Critique of Political Economy of Communication

Mariano Zarowsky¹

RESUMO: propõe-se uma leitura da postura teórica que Armand Mattelart desenvolveu para fim dos anos setenta e princípios dos anos oitenta em relação com a economia política da comunicação. Conquanto Mattelart intervinha nos debates que pretendiam definir seu objecto e seu campo teórico, sua postura implicava, de fundo, uma leitura epistemológica original do marxismo como crítica dos saberes instituídos a partir de definições economicistas e/ou empiristas de seus objectos.

PALAVRAS-CHAVE: Armand Mattelart, crítica da economia política, análise de classe da comunicação

RESUMEN: Se propone una lectura de la posición teórica que Armand Mattelart desarrolló hacia fines de los años setenta y principios de los años ochenta en torno a *la economía política de la comunicación*. Si bien Mattelart intervenía en los debates que pretendían definir su objeto y su campo teórico, su posición suponía, de fondo, una lectura epistemológica original del marxismo como crítica de los saberes instituidos a partir de definiciones economicistas y/o empiristas de sus objetos.

PALABRAS CLAVE: Armand Mattelart, crítica de la economía política, análisis de clase de la comunicación

ABSTRACT: it proposes a reading of the theoretical position that Armand Mattelart developed to ends of the seventies and principles of the eighties about the political economy of the communication. Although Mattelart took part in the debates that pretended to define his object and his theoretical field, his position supposed a original epistemological reading of the marxism like critic of the knowledges established from economic reductionism and/or empiricist.

KEYWORDS: Armand Mattelart, critical of the political economy, class analysis of the communication

¹ Mariano Zarowsky es Dr. en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente es becario de postdoctorado de la Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Investiga y dicta clases de teorías de la comunicación en la Universidad de Buenos Aires. Email: marianozarowsky@yahoo.com.ar

Introducción

Es posible trazar un mapa de la *economía política de la cultura y la comunicación* tomando como índice de diferenciación sus particularidades regionales. César Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra proponen un balance en este sentido cuando señalan que los “dos principales grupos” que colaboraron en su desarrollo fueron la “escuela norteamericana” de Dallas Smythe y Herbert Schiller y —aunque en su opinión no se pueda hablar estrictamente de una escuela—, el grupo europeo: por un lado los británicos Nicholas Garnham, Peter Golding y Graham Murdock, y por otro los franceses Patrice Flichy, Bernard Miège y Dominique LeRoy, entre otros (2005: 18). Los autores añaden la contribución latinoamericana, aunque más heterogénea y difusa: la remontan a los análisis económicos de la CEPAL, pasando por los cuestionamientos a las perspectivas desarrollistas desde las teorías de la dependencia, o la contribución latinoamericana al debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información. En una línea similar el canadiense Vincent Mosco propone “hacer un mapa de la Economía Política de la Comunicación desde los énfasis regionales” (2006: 62). Según Mosco, “aunque existan importantes excepciones y corrientes entremezcladas, los acercamientos norteamericano, europeo y del Tercer Mundo se diferencian de modo suficiente como para recibir un tratamiento distintivo” (p. 62).

¿Cómo situar entonces la posición de Armand Mattelart, intelectual múltiple y cosmopolita —belga de nacimiento, latinoamericano por adopción, francés desde su exilio— en este mapa de referencias regionales? Es sugerente la diversidad de respuestas que se pueden leer en los balances comentados: Bolaño, Mastrini y Sierra ubican la intervención de Armand Mattelart como parte de la tradición latinoamericana, que impulsa “las llamadas teorías de la dependencia cultural o del imperialismo cultural” (2005: 22). Vincent Mosco, por su parte, lo ubica en la tradición europea que “pone en primer plano la *lucha de clases*” (2006: 63), mientras que Bernard Miège hace hincapié en el conocimiento de Armand Mattelart de la economía política de la cultura de los Estados Unidos a partir de su contacto con Herbert Schiller y a partir de allí en su papel como “pasador” de la tradición norteamericana en Francia (2004: 48).

El equívoco quizás se pueda explicar en función del carácter cosmopolita del itinerario —entre América Latina y Europa— de Armand Mattelart: tal vez fuera uno de los pocos que pudiera, al momento de cierta consolidación disciplinar de la economía política de la comunicación hacia finales de los años setenta, poner en relación tradiciones emergentes en distintos puntos del globo que —observa Bernard Miège— tenían poco contacto entre sí (2006: 157-158).²

Pero, ¿acaso se pueda reducir la relación de Armand Mattelart con la economía política de la comunicación a su rol como *porteur* cultural? ¿O convendría también explorar cómo, al mismo tiempo que realizó efectivamente esta operación de traducción, articulación y puesta en diálogo de tradiciones intelectuales heterogéneas, Armand Mattelart elaboró categorías y perspectivas originales para pensar la comunicación y la cultura en el capitalismo contemporáneo, o mejor dicho, para pensar el capitalismo contemporáneo desde la crítica de la cultura y la comunicación? Partiendo de esta hipótesis voy a proponer aquí algunas claves para leer la posición teórica que Armand Mattelart desarrolló entre mediados de los años setenta y principios de los años ochenta en torno a la *crítica de la economía política de la comunicación*.

Capital monopolista e imperialismo cultural: una mirada gramsciana

*En realidad, sólo se puede prever
'científicamente' la lucha
(Antonio Gramsci)*

Tal vez sea poco conocido que Armand Mattelart conoció a Herbert Schiller y Dallas Smythe en 1971 en Santiago de Chile, y que partir de entonces forjó con ellos una fecunda relación en el plano intelectual.³ A partir de este encuentro Mattelart leyó

² Se puede seguir la trayectoria intelectual completa de Armand Mattelart desde el punto de vista autobiográfico, en Mattelart (2010). Me permito citar mi propio trabajo que reconstruye esta trayectoria en el cruce de la historia intelectual y la sociología de la cultura: ver Zarowsky, 2012.

³ Con motivo del aniversario de la asunción de Salvador Allende, Schiller y Smythe viajaron a Santiago de Chile en 1971, interesados en el proceso cultural desencadenado a partir del triunfo de la Unidad Popular.

Communications and American Empire, un libro de Schiller publicado en 1969 en Estados Unidos. En el contexto de la intervención de agencias estatales y empresas norteamericanas en el proceso de desestabilización de la Unidad Popular chilena, su lectura dejó huellas profundas en las primeras investigaciones de Armand Mattelart sobre la internacionalización de los sistemas de comunicación y el llamado imperialismo cultural. Las ideas de Schiller acerca de que el modelo norteamericano suponía la creciente integración de los sistemas de comunicación al complejo militar-industrial, y de que este modelo tendía a expandirse a escala planetaria, constituían parte de los núcleos básicos de los primeros trabajos de Armand Mattelart sobre la materia (1972, 1974), donde el economista norteamericano aparecía reiteradamente citado. Se puede observar incluso cierta familiaridad en el estilo de escritura y en el énfasis en la recopilación y exhibición de documentación empírica, a partir de fuentes públicas gubernamentales, empresariales o militares. Ahora bien, los trabajos de Schiller y Mattelart respondían a intereses, influencias y condiciones de emergencia distintas a partir de los cuales se puede leer posiciones teóricas diferenciales. Pues antes que en la preocupación por dar cuenta de la génesis del modelo norteamericano y en su tendencia hacia la expansión (a partir de la noción de capital monopolista de Baran y Sweezy que retomaba Schiller), el énfasis de Mattelart estaba puesto en dar cuenta de las reacciones, alianzas y estrategias internacionales que se ponían en juego en las propias coordenadas locales y en los propios medios manejados por las clases dominantes en los países latinoamericanos, en Chile en particular. Desde este énfasis Mattelart se remontaba a la génesis de los procesos de internacionalización que enseñaba Schiller y desde allí problematizaba la noción de imperialismo cultural. Este diálogo implícito se puede seguir en *Multinationales et systèmes de Communications* (1976), un trabajo donde Armand Mattelart —exiliado en Francia desde 1973— retomaba algunas de las tesis de Schiller, al mismo tiempo que se diferenciaba cuando problematizaba y revisaba el propio concepto de *imperialismo cultural*. Veamos.

Frente a la pregunta en torno a cómo en la nueva etapa de acumulación internacional del capital se estaban modificando los Aparatos Ideológicos del Estado, Mattelart entendía, al igual que Schiller, que en el nuevo escenario se estaban disolviendo las fronteras entre lo económico, lo político, lo cultural y lo militar; o, en otras palabras, que la rentabilidad económica se fusionaba con la rentabilidad

ideológica (1977 [1976]: 10-11). Sin embargo, Mattelart se diferenciaba respecto a los modos de entender el proceso de internacionalización de la producción cultural y de su supuesta norteamericanización. O al menos establecía un matiz respecto al economista norteamericano: retomaba a Nicos Poulantzas para plantear que si bien el “capitalismo monopolista de Estado” modificaba los modos de producción de hegemonía (de allí la necesidad de problematizar la aparición de “nuevas formas de prácticas estatales”), el proceso de internacionalización de la producción cultural no necesariamente suponía la desaparición de las culturas nacionales (p. 11). El imperialismo cultural sólo podía funcionar y ser analizado —escribía Mattelart— si se situaba en su relación con estas culturas, esto es, si se pensaba su formación a partir de las alianzas de clase al interior de un espacio nacional, de los modos de construcción de una hegemonía nacional y de su reproducción, y de la relación de las “burguesías interiores” (tomaba la expresión de Poulantzas) con las burguesías internacionales; en suma, si se situaba en el plano de las relaciones de fuerza y la condiciones concretas de su realización. El imperialismo cultural —escribía Mattelart— “cambia de formas y de contenido según las fases de la expansión política, económica y militar del imperio”, pero también “se adapta a las diversas realidades y contextos dominantes”. “Una perspectiva tal —concluía— tendría el mérito de hacer salir las discusiones sobre el imperialismo de la esfera cultural. Le conferiría su carácter histórico, su carácter de clase, relacionándola con las modificaciones de los papeles respectivos de esas burguesías” (p. 265-266).

En este punto se hace evidente el acento diferencial de Mattelart respecto a las posiciones de Schiller, en quien se puede leer un concepto economicista y algo “fatalista” de imperialismo cultural, donde los procesos de homogeneización e internacionalización de la producción cultural se deducen inexorablemente de las lógicas de la valorización del capital y del predominio tecnológico militar de los Estados Unidos.⁴ Precisamente en torno a esta cuestión, Armand Mattelart planteaba en su presentación en la Conferencia de Argel sobre el imperialismo cultural (1977):

⁴ Las influencia en el planteo de Schiller de las tesis económicas de Baran y Sweezy y su noción de *capital monopolista* son más explícitas en un artículo que, si bien fue publicado varios años después, sintetiza algunas de las premisas economicistas que guían su posición ya desde su elocuente título: “La comunicación sigue al capital” (Schiller, 1983).

⁵ Cito aquí la versión del texto de la Conferencia incorporada a la introducción al volumen 1 de *Communication and Class Struggle* (2010 [1979]).

(...) muchos estudios son partidarios, y de hecho reactualizan, el mito de la omnipotencia y la omnisciencia del imperialismo. ¿Cuántos estudios críticos sobre el imperialismo son víctimas de esta *contrafascinación por el poder?* (...) Si en ciertas denuncias e incluso en ciertos análisis (que bordean lo apocalíptico) se hace evidente esta visión, es porque el imperialismo es tratado frecuentemente como un *deus ex machina* (2010 [1979]: 99).⁵

En contraste, Mattelart señalaba la necesidad de dar cuenta del problema de las clases y de su relación con la cultura nacional. Desde esta posición se evitaría, señalaba, asimilar realidades nacionales tan diferentes como las de Francia y Brasil (p. 100). La perspectiva de clase que proponía, entonces, tenía el mérito de reconciliar el estudio de los macrosistemas multinacionales con las diversas realidades nacionales, donde se combinaban un nivel dado del desarrollo de las fuerzas productivas y un patrimonio histórico cultural particular con determinadas relaciones de clase, esto es, donde se desarrollaban formas de lucha que condicionaban la forma que tomaba todo el proceso (p. 100). Al plantear el problema de este modo Mattelart introducía una referencia poco usual por entonces en el campo de los estudios en comunicación en Europa o Estados Unidos: hacía referencia a las nociones de *partido político internacional* de Gramsci y de *intelectuales* (en tanto mediadores internacionales), que permitían analizar la dinámica y la combinación de las *relaciones de fuerzas* nacionales e internacionales y la diversidad y complejidad de los circuitos de transmisión ideológica. En este marco (y aquí la referencia era a otra marxista heterodoxa: Rosa Luxemburgo) debían considerarse las respuestas que las culturas populares o de liberación nacional ponían en juego en cada situación. En suma, concluía Mattelart en torno a la noción de imperialismo cultural: “La existencia de formas específicas de mediación dentro de cada sociedad, dentro de cada formación social, así como el carácter de estos diferentes tipos de mediación, crean una amplia variedad de encuentros con el imperialismo” (p. 102).

En diálogo con una por entonces emergente economía política de la comunicación⁶ en *De l'usage des médias en temps de crise* (1979) Armand y Michèle

6 En la primera línea de su introducción al libro Armand y Michèle Mattelart advertían: “Digámoslo desde el principio: los conceptos que se suelen utilizar para transmitir las reflexiones y los análisis sobre el fenómeno de los medios de comunicación y de la producción

Mattelart retomaban algunas de las tesis planteadas en *Multinacionales y sistemas de comunicación*. Brevemente: desde mediados de los años setenta la crisis estructural del capitalismo había puesto al día la necesidad de reorganizar el modo de producción de bienes materiales. Esa misma crisis entrañaba también la necesidad de una reestructuración del modo de producción de los bienes simbólicos o de las mercancías culturales. Este hecho, en la visión de los autores, era algo menos evidente y por ende menos estudiado (2003 [1979]: 13): si la fase contemporánea del capitalismo se caracterizaba por la aceleración del monopolismo, su novedad no había que buscarla exclusivamente en la dimensión económica y la escala que tomaba este proceso, sino en que, escribían Armand y Michèle Mattelart, se hacía “cada vez más difícil delimitar la verdadera esfera de lo cultural” (p. 53). Podemos ubicar en este planteo un tópico señalado por los “pioneros” de la economía política de la comunicación: en la nueva fase del monopolismo se convertían en espacios de valorización del capital esferas de la actividad social que habían permanecido hasta entonces ligadas a la reproducción ideológica o a la simple reproducción del capital, pero no directamente a la acumulación (Dallas Smythe, 1983 [1977]; Nicholas Garnham, 1994 [1979]). Sin embargo, el análisis de los Mattelart apuntaba a una dirección particular. Escribían:

(...) hay demasiada tendencia a aislar el análisis en la esfera de las relaciones económicas cuando se examinan las estructuras creadas por esta aceleración. (...) El monopolismo puede, ciertamente, caracterizarse como un proceso de concentración de las empresas (como en la industria de la comunicación y la información, en el nivel nacional y el internacional); pero más allá de la esfera económica, ¿no moviliza el proceso monopolista la totalidad de las esferas de la actividad humana, la totalidad del modo de producción de la vida en una sociedad? (p. 53).

Si bien se asistía a una ampliación de las esferas de la actividad social en la que se valorizaba capital, antes que en la pregunta por la especificidad económica que implicaba este proceso, los Mattelart apuntaban al fundamento político de la reestructuración en curso. Que la *crisis* estuviera en el centro de las reconfiguraciones

cultural de masas adolecen de cierta ambigüedad (...). Y agregaban enseguida: “No es una de las menores paradojas que deben encarar los que emprenden *la crítica de la economía política de los medios de comunicación* el tener que someterse a una *taxonomía consagrada* para poder superarla y, con ella, los modos de enfocar la realidad concreta que subtiende” (Mattelart, Mattelart, 2003 [1979]: 9. *El subrayado es mío*).

—siendo que para los autores no se reducía sólo a una crisis de acumulación, sino que implicaba también una crisis de hegemonía— deja entrever una modulación particular de su perspectiva. Las tendencias descritas se producían, escribían, “en un momento en que los aparatos ideológicos del estado capitalista han alcanzado otra madurez. Corresponden, pues, a una necesidad política y económica diferente (...)”. Esa necesidad era la que, anunciaban, se proponían analizar en su trabajo: “[p]odríamos para esto —escribían— retomar un término que Gramsci emplea por lo demás en sus análisis sobre el fordismo y la racionalización del aparato de estado norteamericano, y hablar de la ‘taylorización’ de la esfera de la hegemonía” (p. 58).

Que se enunciara que lo económico y lo político configuraban una unidad de análisis que había que explicar de conjunto merece toda la atención y mayores precisiones. La noción de *taylorización de la hegemonía* que los Mattelart construían a partir de las reflexiones de Antonio Gramsci sobre el *americanismo*, nos da una pista de interpretación. Puesto que, si por un lado la noción de *taylorización* remite a la racionalización económica de la producción de los bienes simbólicos (racionalización que se podría derivar de las lógicas que gobiernan el movimiento del capital), al mismo tiempo la referencia al pensamiento gramsciano y su noción de *hegemonía* sitúa el juego de las determinaciones políticas en el mismo plano que las lógicas de valorización.⁷ El concepto de *hegemonía*, como “dirección moral e intelectual”, dirección hecha de coerción y consenso, remite al conflicto, a las cambiantes e inestables relaciones de fuerza entre las clases, y dentro de ella a las mediaciones intelectuales que organizan la producción económica y regulan la relación de las clases entre sí, con el Estado y con el poder. El sintagma *taylorización de la hegemonía*, puesto que ubica en el mismo plano las lógicas que orientaban la

⁷ En otro texto contemporáneo, la introducción a *Communication and Class Struggle* (titulada, “Para un análisis de clase de la comunicación”) Armand Mattelart utilizaba un sintagma similar. Señalaba que “el momento actual del modo de producción de la comunicación se caracteriza por un proceso global de ‘taylorización’ del control social”. También remitía a Gramsci, quien en su estudio sobre el fordismo —escribía Mattelart— “usaba el término ‘taylorismo’ para referirse a la racionalización del Aparato de Estado (...)”. Mattelart retomaba las reflexiones sobre el *americanismo* que Gramsci proponía para analizar la reestructuración que se había producido en los Estados Unidos como respuesta a la crisis de los años treinta. Este proceso era “comandado por los nuevos requerimientos culturales, económicos y políticos necesarios para continuar la acumulación del capital” (Mattelart, 2010 [1979]: 150). La reestructuración social no obedecía entonces únicamente a una legalidad económica y debía ser analizada como una transformación de los modos de producción de hegemonía. Volveré sobre esta cuestión.

producción de valor y la dinámica de las relaciones de fuerza entre las clases (esto es, en tanto fuerzas que redefinen la propia legalidad económica) nos permite leer el contenido de la noción de *crítica de la economía política de la comunicación* que los Mattelart postulaban por entonces.

En fin, se puede leer en la posición de los Mattelart (no tenemos aquí espacio para presentar los análisis que ofrecían en esta clave de las transformaciones de los sistemas de medios y modos de comunicación que tenían lugar por entonces en Europa) un esfuerzo por desarrollar una perspectiva de análisis de la comunicación que articulara elementos económicos y políticos. Pero esta *articulación* tenía un contenido específico. Escribían:

Para evaluar el alcance de esta tendencia al enlace de los medios masivos de comunicación, que adopta formas diferentes en cada formación social, es necesario volver a la noción de medios masivos y de cultura de masas como sistema, como red de redes a la vez autónomas y conectadas. Se tiene demasiada costumbre de compartimentar el análisis de los vectores de esta cultura de masas. (...) Las condiciones actuales del capitalismo monopolista imponen que se consideren todos estos vectores como un sistema, dentro del cual cada vector, cada medio masivo, se dobla, en grados diversos, a la racionalidad que los establece como un todo. Porque cada medio específico, situando en una línea de continuidad, refleja un estado diferente de las fuerzas productivas, un estado diferente del movimiento del capital y por lo tanto de maduración del monopolismo, una correlación diferente de fuerzas sociales, contradicciones variadas, una manera diferente de materializar la libertad de prensa, diferentes grados de conciencia, tanto en los emisores como en los receptores (p. 68-69).

Leído atentamente, este párrafo nos acerca al núcleo de la crítica de la economía política de la comunicación que proponían por entonces los Mattelart. Pues la naturaleza de los medios de comunicación y de la cultura de masas en la etapa del monopolismo no podía deducirse exclusivamente de la racionalidad económica que tenía como motor la ley del valor; tampoco de los intereses, necesidades y lógicas del poder. Estas dimensiones se sobredeterminaban, en cada formación social específica, con la "correlación diferente de fuerzas sociales", con "contradicciones variadas", "diferentes grados de conciencia", esto es, con los niveles de desarrollo de la lucha de clases. Esto imponía, escribían los Mattelart, "que se consideren todos estos vectores como un sistema". De allí que, en relación con la configuración del objeto de la *crítica de la economía política de la comunicación*, concluían que el análisis "diferenciado y

unificado al mismo tiempo, debería por ejemplo permitir determinar cuándo se convierte cada medio masivo en un objetivo económico y/o político para el poder, es decir, cuándo comienza a funcionar realmente como parte integrante del aparato de Estado” (p. 68-69).

Si se mira atentamente, y más allá de las ausencia de referencias explícitas, se puede leer esta posición a partir de la idea de *causalidad estructural o compleja* que Althusser había formulado en *Lire le capital* en su combate contra la lectura economicista del marxismo (por cierto, una posición que Armand Mattelart conocía bien desde sus primeras lecturas en Chile antes de la difusión y el éxito que alcanzó la noción de AIE). Pues Althusser lee en *El capital* un modo de entender la idea de *determinación* en Marx que, en oposición a una idea de *causalidad lineal* implícita en la lógica de la *totalidad expresiva* (que supone una relación de expresión al interior de un todo entre una *esencia* interior y un *fenómeno* exterior; esto es, entre lo económico y las formas superestructurales, respectivamente) invita a pensar la *totalidad en su inmanencia*, esto es, “la determinación de los elementos del todo por la estructura del todo” (Althusser, 2006 [1967]: 202).⁸ Esta clave de lectura nos ayuda a situar en la posición teórica de los Mattelart una producción singular del concepto del objeto de la crítica de la economía política de la comunicación. Escribían:

Nunca se insistirá bastante en la necesidad de saber en qué condiciones y en medio de qué contradicciones se efectúa el despliegue del mercado de la producción cultural masiva y la búsqueda de una alternativa, a partir de los aparatos y fuera de ellos. ¿Podría no ser contradictoria esta situación? El proyecto de democratización que subyace en esta multiplicación de mercancías y servicios culturales, ¿no es acaso el fruto de una mediación de las oposiciones de clase? (p. 82).

⁸ La idea de una causalidad estructural supone, sostenía Althusser, “que los efectos no sean exteriores a la estructura, no sean un objeto, un elemento, o un espacio preexistente sobre los cuales vendría a *imprimir su marca*; por el contrario, esto implica que la estructura sea inmanente a sus efectos, causa inmanente a sus efectos en el sentido spinozista del término, de que *toda la existencia de la estructura consista en sus efectos*, en una palabra, que la estructura no sea sino una combinación específica de sus propios elementos, no sea nada más allá de sus efectos (Althusser, 2006 [1967]: 204). Insistimos, no pretendemos decir que Mattelart trabajaba aquí explícitamente desde estas categorías althusserianas, sino, en todo caso, que éstas nos pueden servir como una clave de interpretación para leer su posición teórica.

En esta formulación se puede sintetizar entonces la revisión del concepto del objeto de la economía política de la comunicación que los Mattelart emprendían en ruptura con el supuesto *economicista* que guiaba buena parte de sus enfoques: la racionalidad económica no podía ser una variable autosuficiente para explicar el movimiento y las transformaciones en los sistemas de comunicación, puesto que este movimiento, aun en su dimensión económica, debía situarse en el marco de las oposiciones de clase. Hacia allí había que orientar el análisis. En sus introducciones a *Communication and Class Struggle*, publicadas en 1979 y 1983, respectivamente, Armand Mattelart profundizaba y hacía más explícita esta posición.

Hacia un análisis de clase de la comunicación

*Pero que la lucha de clases sea también el
'eslabón decisivo' en la teoría científica de
Marx, es tal vez difícil de captar*
(Louis Althusser)

En la primera de ellas, titulada “Para un análisis de clase de la comunicación”, Armand Mattelart señalaba al comienzo del trabajo en una nota al pie que había imaginado sustituir ese título por otro que consideraba equivalente: “Parafraseando a Marx — escribía— podríamos haber titulado este trabajo: ‘Una crítica de la Economía Política de la Comunicación’” (2010 [1979]: 124). Debe atenderse no sólo la preferencia del sintagma “análisis de clase de la comunicación” frente al de “economía política” (aunque se los considerara semejantes), sino también la adición del término *crítica* a la “economía política”. Por si quedaran dudas, basta remitirnos a su introducción al segundo volumen, publicado cuatro años más tarde, donde Mattelart titulaba uno de sus párrafos internos: “Para una crítica de la economía política de los medios masivos de comunicación” (2011 [1983]: 85). ¿Qué sentido darle entonces a ese término *crítica*, tan cargado de interpretaciones en la historia de la filosofía y sobre todo en la historia de la tradición marxista? ¿Por qué Mattelart optó por el otro título, “para un análisis de clase de la comunicación”? ¿y qué se jugaba entonces en la aparente equivalencia de los enunciados?

A grandes rasgos, se puede leer en la propuesta de Mattelart, si se nos permite parafrasear a Althusser, un intento por “tomarse al pie *de la letra* el subtítulo de *El capital: Crítica de la economía política*” (Althusser, 2006, [1967]: 171). O, de otro

modo, un intento por problematizar el *concepto de su objeto*. Aquí lo que se juega en la distancia que va de la “crítica de la economía política” al “análisis de clase de la comunicación”: la crítica de sus supuestos empiristas, esto es, de la existencia de un objeto económico separado y gobernado por leyes propias.⁹ Vayamos por partes.

El concepto esencial que contribuía a estructurar la totalidad de su perspectiva, escribía el mismo Mattelart, era el de *modo de producción*, tal como se podía leer en *La Contribución a la crítica de la economía política* de Marx (2010 [1979]: 47). Entendía que, si bien Marx nunca lo había definido de manera acabada, sus análisis invitaban a ver este concepto teórico como una herramienta que podía ser aplicada a la totalidad social; no sólo a la estructura económica de la sociedad, sino también a las superestructuras jurídicas y políticas (p. 48). A partir de allí, entonces, Mattelart trazaba una analogía y proponía el concepto de *modo de producción de la comunicación*. La fórmula, en primera instancia, indica una correlación entre el modo en que funcionan los aparatos de comunicación, que determinan el modo en que se elaboran e intercambian los mensajes, y los mecanismos generales de producción e intercambio que condicionan toda actividad humana en la sociedad capitalista. Pero, lejos de tratarse de una expresión “superestructural” de una base económica, el concepto de modo de producción de la comunicación permite a analizar su específica configuración como actividad material. Por un lado, señalaba Mattelart, el modo de producción de la comunicación incluía todos los instrumentos de producción (las máquinas usadas para transmitir información, de las más sencillas a las más complejas), los métodos de trabajo (desde la división en diferentes géneros hasta los modos de reunión y selección de la información, etc.) y por último, escribía, “todas las relaciones de producción establecidas entre los individuos en el proceso de comunicación (relaciones de propiedad, relaciones entre el emisor y el receptor, la división técnica del trabajo, y todas las formas de organización y asociación)” (2010 [1979]: 48). Esta definición de las relaciones de producción es clave para leer la

⁹ En *Para leer al capital* Althusser tomaba “al pie de la letra” el subtítulo de *El capital* (“crítica de la economía política”) y sostenía que este enunciado no podía significar criticar o rectificar tal inexactitud o tal punto de detalle de una disciplina existente, rellenar sus lagunas o sus vacíos. “Criticar la economía política”, escribía, “quiere decir oponerle una nueva problemática y un objeto nuevo, por lo tanto, someter a discusión el *objeto* mismo de la economía política (...) Toda la crítica de Marx se refiere a este objeto, a su modalidad pretendida de objeto ‘dado’: la pretensión de economía política no es más que el reflejo especular de la pretensión de su objeto de serle *dado*” (2006 [1967]: 171-172).

perspectiva de Mattelart: supone que ya en primera instancia, “en la base”, el concepto de modo de producción de la comunicación implica relaciones marcadas por la desigual posición en relación con la propiedad y la capacidad de emitir mensajes, pero también las “formas de organización y asociación”, esto es, los equilibrios de fuerza que emergían como producto de la voluntad y la actividad de los grupos en conflicto. Asimismo, el concepto de modo de producción de la comunicación supone, en la misma “infraestructura” de la actividad comunicativa, la existencia de una “superestructura” específica: una superestructura político-jurídica (la normativa y las leyes que regulan la actividad de la comunicación y la información) y una superestructura ideológica, esto es, el sistema de ideas, imágenes y sensibilidades que organizan y naturalizan una forma de entender y practicar la comunicación. Mattelart refería entonces a una forma ideológica específica que denominaba “Ideología Burguesa de la Comunicación” (a la que le dedicaba por cierto una selección específica de textos en la antología que estaba presentando) en la que incluía las ideas relacionadas con la libertad de prensa y expresión o con la ética profesional del comunicador y sus modos de hacer y entender su actividad, el principio de la división social del trabajo en la comunicación (esto es, la naturalización del predominio de los especialistas), pero también al propio concepto de “ciencia de la comunicación” y las nociones que ésta forjaba: opinión pública, objetividad, cultura de masas, revolución comunicativa, etc. Lo ideológico, entonces, no debe tomarse sólo como un sistema de ideas o de representaciones, sino, escribía Mattelart, como un “conjunto de prácticas sociales” (2010 [1979]: 49). Llegado a este punto de su argumentación, Mattelart sostenía que:

Una parte esencial del análisis es la que intenta explicar cómo fueron organizados los diferentes sistemas de televisión, radio, cine y prensa, y cómo *a través* de estos sistemas *se implantaron ciertos modelos de relaciones sociales*. También es vital estudiar cómo cambiaron estos sistemas, y continúan haciéndolo, como resultado del desarrollo de las fuerzas productivas, *en el marco del enfrentamiento de clases* (p. 49. *El subrayado es mío*).

En esta invitación programática se puede leer otro de los elementos que definen el significado de la *crítica* de la economía política de la comunicación que proponía Armand Mattelart. Pues hasta aquí tenemos que la naturaleza de un modo de producción de la comunicación específico debe entenderse en relación con un modo

general de producción de la vida social, y simultáneamente que esta correlación no se puede plantear de manera abstracta y generalizante, puesto que el modo de producción de la comunicación tiene sus propias especificidades de las que hay que dar cuenta. Ahora bien, del párrafo citado se puede desprender también que Mattelart entendía que la comunicación y los medios formaban parte constitutiva de las propias fuerzas productivas: antes que un mero reflejo o derivado de una instancia económica exterior, a través de la comunicación y los medios se “implantaban” “ciertos modelos de relaciones sociales”. En este sentido debe leerse la referencia que Mattelart hacía del capítulo sobre “Maquinaria y Gran Industria” de *El capital* y la significación que Marx le daba a la expresión *medios de comunicación* como *medios de transporte* (Marx pensaba sobre todo en el ferrocarril), y de las observaciones de Lenin sobre el desarrollo y la extensión de las líneas férreas a escala mundial en su análisis del imperialismo (p. 71-77). De allí concluía Mattelart que los textos de Marx y Lenin deberían servir como una invitación para investigar, “en primer lugar, *la génesis de estas otras fuerzas productivas que constituyen los medios masivos de comunicación*, como la prensa, la radio y la televisión, y luego como una invitación para dilucidar la naturaleza de la *fuerza social que explica su emergencia*” (p. 75. *Subrayado mío*).

Aquí la diferenciación entre el concepto de *fuerzas productivas* y el de *fuerza social* nos remite nuevamente a otro de los elementos destacados del párrafo arriba citado. ¿Cuál era la *fuerza social* que explicaba la emergencia de los medios? ¿Podía reducirse al desarrollo y despliegue de las lógicas inmanentes del proceso de acumulación? ¿Podía explicarse sólo como efecto del desarrollo tecnológico? Evidentemente no. Por eso en la frase citada (“es vital estudiar cómo cambiaron estos sistemas, y continúan haciéndolo, como resultado del desarrollo de las fuerzas productivas, en el marco del enfrentamiento de clases”) se puede leer un intento por establecer una conexión intrínseca entre el desarrollo de las fuerzas productivas (de la comunicación) y la “lucha de clases”, que dejan de considerarse entonces como instancias externas. Las dos nociones, en suma, se proyectan en un mismo plano, lo que supone que la relación no es de jerarquía (lo que implicaría una relación de determinación) sino de inmanencia constitutiva. Este es el sentido profundo que se le debe dar a la utilización de parte de Mattelart de la noción de *bloque histórico* de Antonio Gramsci, quien —lo citaba Mattelart— afirmaba que “la infraestructura y la superestructura forman un bloque histórico” (2010 [1979]: 57).

En fin, estamos lejos del dualismo implicado en la metáfora arquitectónica (base-superestructura), que supone por definición relaciones de determinación y derivación, de causa-efecto. La posición de Mattelart puede leerse más en sintonía con una concepción monista, inmanentista, de la causalidad donde el conflicto y la lucha se piensan como elementos constitutivos del desarrollo del “bloque histórico” y como variables indispensables para analizar su objetivación.¹⁰ En este marco podemos leer ahora la singularidad de la posición teórica de Mattelart, implícita en la genealogía que proponía este trabajo del desarrollo de la cultura de masas como un “modo de intercambio entre el mercado y las clases”. Su emergencia —en su perspectiva— había ampliado el acceso a los “bienes del espíritu” y asegurado la participación de las clases subalternas en los modos de construcción del consenso, cuando se había hecho visible, primero a nivel local y luego a nivel internacional, la realidad de la lucha de clases (2010 [1979]: 71-72). Podemos seguir aquí la distancia de Mattelart de las posiciones que derivaban la emergencia de la cultura de masas exclusivamente de la lógica del capital y su necesidad de administrar la demanda de mercancías.

Luego de definir el concepto de modo de producción de la comunicación, que refería a coordenadas abstractas y generales, Mattelart lo relacionaba estrechamente con el de *formación social*. Este, escribía siguiendo la *Contribución a la crítica de la Economía Política* de Marx, “puede ser definido como el tipo de modo de producción existente en una situación histórica particular” (p. 59). Según cómo se organicen las diferentes relaciones de producción bajo la hegemonía de determinadas relaciones sociales —que le imprimen sus características al conjunto de la sociedad— será la naturaleza de una formación social específica. En rigor, había sido Lenin quien había elaborado el concepto de formación económico-social a partir de su existencia en Marx. Definido “como un organismo vivo”, el concepto permitía dar cuenta de la existencia particular que adoptaba una formación social en una situación histórica concreta, donde se combinaban distintos modos de producción y donde, producto del

¹⁰ No podemos aquí detenernos en el análisis de los puntos de contacto entre las posiciones teóricas de Althusser y Gramsci que estamos sugiriendo a partir de la lectura de la posición de Mattelart. Como es sabido, el propio Althusser ha reconocido coincidencias profundas con el comunista italiano, aunque ha señalado diferencias notables entre ellos en relación con su concepción del materialismo histórico (Althusser, 2006 [1967]). En todo caso, insistimos, no estamos diciendo que Mattelart fuera althusseriano, sino que algunas categorías de Althusser nos prestan una clave para leer ciertos elementos de su posición teórica.

estado de las relaciones de fuerza entre las clases, emergían estructuras jurídico-políticas particulares y por ende diversos modos de producción de la comunicación.¹¹ En fin, escribía Mattelart:

Si aplicamos el concepto de modo de producción a los procesos de comunicación es posible usar el concepto de formación social para referirnos a las características específicas que asume el modo de producción capitalista de la comunicación en cada sociedad determinada. Se pueden observar las características que adopta el proceso de comunicación en cada formación social a través de la combinación particular de relaciones de producción, instrumentos de trabajo, métodos de trabajo, relaciones de clase y de poder, luchas, formas de dominación estatal, etc., que producen un sistema de medios que es igual y diferente en cada espacio histórico (p. 59).

Como se puede leer en este párrafo, además de poner de relieve la *sobredeterminación* de elementos que configuran un modo de producción de la comunicación en una sociedad determinada, donde las relaciones de poder y el estado de la lucha de clases juegan un papel constitutivo y no derivado, el concepto de formación social permite abordar la diversidad y complejidad de los procesos de internacionalización de la producción cultural y de desarrollo de cada sistema de medios “igual y diferente en cada espacio histórico”. De allí que la utilización de ambos conceptos (modo de producción de la comunicación; formación social) deba leerse en relación con la revisión del concepto de *imperialismo cultural* que desplegaba Armand Mattelart por entonces y al que hemos referido al comienzo de este artículo. Como vimos, intentaba tomar distancia del economicismo presente en buena parte de los

¹¹ Mattelart citaba un conocido párrafo de un texto de Lenin referido a la cuestión: “Quiénes son los amigos del pueblo” (Mattelart, 2010 [1979]: 52). Es ilustrativo referir a la lectura que contemporáneamente José Aricó hacía de los conceptos de *formación económico-social* y de *modo de producción*. Para Aricó Lenin había mostrado cabalmente su comprensión de la significación de la *crítica* de la economía política en Marx. Escribía: “el concepto [de formación económico-social] tiene una importancia fundamental desde el punto de vista teórico dado que su característica esencial consiste en concebir a todos los fenómenos relativos a la producción material como mediaciones de las relaciones sociales humanas. En este caso (...) Lenin utiliza el término de *esqueleto*: la *formación económico-social* es el esqueleto en torno al cual se articula toda la sociedad. A partir de esta visión el marxismo ya no es una teoría dedicada a analizar *la vida económica* sino *la totalidad de la vida social*. Además, planteando esta categoría de formación económico-social como eje interpretativo de la sociedad, Lenin se colocaba fuera de la concepción del materialismo histórico que había caracterizado las posiciones anteriores y que planteaba la cuestión en términos de relación infraestructura/superestructura” (Aricó, 2011 [1976-1977]: 146. *Subrayado del autor*).

abordajes críticos, que solamente podían describir y predecir un fatal proceso de homogeneización cultural.

En fin, todos estos elementos nos permiten delinear los contornos del *análisis de clase de la comunicación*, o de la *crítica de su economía política* que, como hemos apuntado, Mattelart profundizaba en la introducción al segundo volumen de *Communication and Class Struggle*, titulada en su traducción española, “Para un análisis de clase y de grupo de las prácticas de comunicación popular” (2011 [1983]). En este texto (donde dedicaba un párrafo a la “crítica de la economía política de los medios de comunicación de masas”, pp. 85-106) Mattelart explicaba la unidad conceptual que intentaba reflejar la antología, a pesar estar organizada en dos volúmenes. Oponía esta unidad a la escisión que observaba entre las dos tradiciones que, en su parecer, configuraban el pensamiento crítico sobre la comunicación: la economía política y las teorías o investigaciones que centraban sus preocupaciones en la llamada cultura popular y/o la comunicación alternativa.

Respecto a la economía política, luego de dar cuenta de su conocimiento de sus principales debates y referentes (citaba a Smythe, Murdock, Garnham y Miège, entre otros) Mattelart afirmaba que esta corriente había contribuido a la construcción de una teoría materialista de la comunicación, puesto que suponía una ruptura con la recepción de las ideas althusserianas en los estudios en comunicación y cultura,¹² con los abordajes de “tipo culturalista” y el “formalismo” propio del “encierro en el discurso de la semiología estructural”. Sin embargo, si bien reconocía que bajo su ímpetu estaban tomando forma teorías que permitían explicar el funcionamiento de lo que algunos llamaban “industrias culturales” y otros, “aparatos” o “dispositivos”, Mattelart concluía que pocos investigadores de la llamada economía política de la comunicación lograban integrar “en su formulación heurística la preocupación por exponer el sistema económico y político de los medios masivos de comunicación, y detectar los modos en que la lógica del desarrollo de estas nuevas fuerzas productivas puede ser obstaculizada” (p. 87). Como se desprende de la cita, la dificultad analítica estaba

¹² Mattelart escribía sobre la influencia de las ideas althusserianas en los estudios en comunicación y cultura lo siguiente: “después de haber estimulado la reflexión crítica y revitalizado el estudio de las ideologías, finalmente contribuy[eron] al distanciamiento respecto al análisis de las situaciones de grupo concretas y de las confrontaciones de clase” (2011 [1983]: 87). No podemos extendernos aquí sobre los avatares de la relación de Mattelart con el pensamiento althusseriano.

dada por la escisión entre lo económico y lo político, por un lado, y, por otro, por la autonomización de la lógica de la valorización del capital y del poder respecto al conflicto y las luchas. Esta escisión se expresaba, entendía Mattelart, en el recelo mutuo que afectaba a las dos tradiciones críticas: la economía política y el estudio de la comunicación popular.

Fiel a su estilo, la reflexión de Mattelart en este trabajo articulaba el debate sobre las posiciones teóricas con el intento de comprensión de los procesos de reestructuración de la sociedad que por entonces tenían a la cultura y la comunicación como vectores. Allí se puede seguir la puesta en análisis de su posición teórica. Una vez más, insistía en analizar estas transformaciones como producto y salida de la crisis de los años setenta. Era precisamente en el campo ambiguo que contorneaban las oposiciones de clase, en tanto demandas y prácticas de los sectores populares, pero también en tanto estrategias del poder por neutralizarlas o incorporarlas, en donde debían buscarse las claves de lectura de la transformación de las estructuras de los sistemas de medios que estaban teniendo lugar en Estados Unidos o en Gran Bretaña.

Sobre el final del párrafo dedicado a la “crítica de la economía política de la comunicación”, Mattelart planteaba una última observación que, él mismo advertía, podría servir también como una conclusión de su propuesta. Vale reponer la cita a pesar de su extensión:

Para desarrollar una *economía política de los medios* no basta con abordar las industrias culturales (que generalmente son transnacionales) analizando el proceso de producción en sus diversas etapas (creación, concepción, publicación, promoción, distribución, ventas), analizando las estructuras de sus sectores industriales (formas de concentración, niveles de concentración, etc.) o analizando las estrategias de estas corporaciones. Sólo se puede intentar comprender el funcionamiento de estas industrias culturales como un sistema homogéneo y diversificado al mismo tiempo si se hace referencia a una cuestión esencial que debe subyacer en toda investigación crítica sobre el modo en que el capital está intentando actualmente reconsiderar el campo cultural: ¿qué efecto tiene esto sobre el sistema político? (...) En este tiempo de crisis, cuando la reestructuración del modo de producción de bienes materiales tiene que ser acompañada por una reestructuración de los bienes simbólicos y las mercancías culturales, *una economía política digna de ese nombre* no puede marginar estas cuestiones de sus preocupaciones. ¿Cuál es el papel que las industrias culturales y el nuevo sistema de información juegan en la reestructuración del Estado? ¿Cuál es la función del aparato de Estado como productor

de una voluntad colectiva ante el cortocircuito que representa la función ideológica de estas industrias? (p. 105. *El subrayado es mío*).

El programa teórico-metodológico contenido en este párrafo, que resume en buena medida la posición teórica de Armand Mattelart, debe contraponerse entonces con el de las otras tradiciones de la economía política de la comunicación con las que estaba polemizando explícitamente. Estas definían su objeto en tanto objeto económico, esto es —dicho de manera general y por ende algo esquemática— en el estudio de la especificidad de los procesos de valorización de las industrias culturales, y en algunos casos, en el análisis de las huellas que estos procesos dejaban en la configuración de la “superestructura” ideológica. La singularidad de la posición teórica de Armand Mattelart al interior de la economía política de la comunicación se debe leer a partir de su redefinición de la problemática que la había constituido, es decir, en la crítica del propio concepto de su objeto. No se trataba, en su perspectiva, de pensar el conflicto y la lucha de clases como un elemento externo, en tanto momento de autonomía, resistencia o desvío de las legalidades del poder o de la mercancía (posición cara a las derivas culturalistas de las teorías de la comunicación a partir de los años ochenta). Por el contrario, en la posición de Mattelart, el conflicto y la lucha debían considerarse como elementos constitutivos de las dinámicas de la acumulación económica y la hegemonía, esto es, de las lógicas que gobernaban la producción y reproducción del poder y del valor, y por ende, como elemento ineludible para pensar los procesos de comunicación y la configuración y las transformaciones de los sistemas de medios. En este punto se jugaba una crítica de la economía política de la comunicación que pretendía redefinir su objeto y su campo teórico y, de fondo, una lectura epistemológica original del marxismo como crítica de unos saberes instituidos a partir de una definición empirista de objetos compartimentalizados.¹³

¹³ Como ejemplo de esta tradición económico-empirista y como contrapunto con las posiciones de Armand Mattelart, son iluminadoras las críticas que algunos años más tarde el economista marxista vasco Ramón Zallo le hará al autor de *Para leer al pato Donald* en un extenso trabajo donde se proponía sentar las bases teóricas para una economía política de la comunicación. Zallo tomaba el trabajo que Armand Mattelart escribió junto a Héctor Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática* (1983) para ponerlo como ejemplo de lo que definía como “una perspectiva fundamentalmente sociológica” que “globaliza la comunicación” (Zallo, 1988: 22). Para Zallo la perspectiva sociológica de los autores no permitiría aislar distintas clases de información, puesto que ésta se encontraría en la interpenetración de elementos económicos, políticos, y militares (este era el caso también de Schiller, señalaba Zallo). Por oposición, Zallo observaba que “desde el punto de vista económico —no sociológico— no parece oportuna la globalización del conjunto de la comunicación que plantean Mattelart y Schmucler” (*Ibid.*). Zallo

Bibliografía

- ALTHUSSER, LOUIS, *Para leer El capital*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2006 [1967].
- ARICÓ, JOSÉ, *Nueve lecciones sobre economía y política en el marxismo*, Ciudad de México, ediciones El Colegio de México, 2011 [1976-1977] (edición y notas por Horacio Crespo).
- BOLAÑO, CÉSAR; MASTRINI GUILLERMO; SIERRA FRANCISCO, "Introducción", *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
- GARNHAM NICHOLAS, "Contribution to a Political Economy of Mass Communication" (1979), in *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information*, Londres, Sage, 1994 [1990].
- MATTELART, ARMAND, *Para un análisis de las prácticas de comunicación popular. Introducción a Comunicación y lucha de Clases. Vol. 2*. Buenos Aires, El Río Suená. Edición y traducción, Mariano Zarowsky, 2011 [1983].
- *Para un análisis de clase de la comunicación. Introducción a Comunicación y lucha de Clases. Vol.1*. Buenos Aires, El Río Suená. Edición y traducción, Mariano Zarowsky, 2010 [1979].
- *Pour un Regard-Monde, Entretiens avec Michel Sénécal*, La Découverte, París, 2010.
- *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. México, Siglo XXI, (con MATTELART, MICHÈLE), 2003 [1979].
- *Multinacionales y sistemas de comunicación*, México, Siglo XXI, 1977 [1976].
- *La cultura como empresa multinacional*, Buenos Aires, Galerna, 1974.
- *Agresión desde el espacio. Cultura y NAPALM en la era de los satélites*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1972.
- MIÈGE, BERNARD, "La concentración en las industrias mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos", en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2006, pp. 155-166.
- « L'économie politique de la communication », en *Hermes*, París, N°38, 2004.
- MOSCO, VINCENT, "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después", CIC, *Cuadernos de Información y Comunicación*, 2006, Vol. 11, pp. 57-79.

proponía, entonces adoptar una definición de la economía política de la comunicación que diferencie su objeto por su *naturaleza* y su *función económica* (p. 23).

SCHILLER, HERBERT, “La comunicación sigue al capital”, en RICHERI, GUISEPPE., (ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

— *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976 [1970].

SMYTHE, DALLAS, “Las comunicaciones: ‘Agujero Negro’ del Marxismo Occidental”, en RICHERI, G. (ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983. Versión original.

“Communications: Blindspot of western Marxism”, en *Canadian Journal of Political and Social Theory/Revue canadienne de théorie politique et sociale*, vol. 1, N°3, otoño de 1977, pp. 1 a 27.

ZAROWSKY MARIANO, “Armand Mattelart: un itinerario entre América Latina y Europa”, en revista *A contracorriente*, Vol. 9, n°2, invierno de 2012, pp. 221-247, North Carolina State University, http://tools.chass.ncsu.edu/open_journal/index.php/acontracorriente/about/editorialPolicies#custom-0