

Entrevista

Acerca de la Escuela Mexicana de Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Délia Crovi Druetta

Vice-presidente da Associação Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación; Profesora -Investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México

Por Irma Portos

La trascendencia del pensamiento crítico a partir de los estudios de la economía política de la comunicación en México, ha sido limitada al espacio académico, y silenciada en el ámbito social, debido al fuerte poder de los grupos monopólicos como TELEVISIA que continúa ejerciendo el mayor dominio ideológico a partir de la televisión, principal medio de comunicación en México. Por su parte, la televisión pública o del gobierno, carece de autonomía y obedece a los designios del poder político en turno, a pesar de que en ella participan profesionales de la comunicación egresados y formados por la economía política de la comunicación.

¿Existe en México algún tipo de disparador o situación de arranque que dé inicio a los estudios de economía política de la comunicación?

En México, como en toda América Latina, los estudios de economía política de la comunicación han sido producto de la observación del proceso de integración de los diferentes sistemas nacionales de medios, la mayoría aglutinados en dos ejes: medios públicos y medios privados. Los primeros, por lo general escasamente atendidos en términos presupuestales y predestinados a ser medios gubernamentales (cooptados por los gobiernos en turno para difundir su información y propaganda); y los segundos que, con su natural vocación para generar ganancias, fueron configurando un mapa caracterizado por la concentración, que los llevó más tarde a convertirse en poderes fácticos.

Sin duda el caso mexicano con TELEVISA como el mayor consorcio mediático de habla hispana, no sólo encaja en esta caracterización compartida por la mayoría de los países de la región, sino que es paradigmático. Su visibilidad hizo imposible no analizarla, no hablar sobre su evolución y su injerencia tanto social como política y económica.

Claro está que esta labor de observación, que yo diría que fue creciendo en rigor y calidad, revolucionó en la medida en que evolucionaba el propio campo de conocimiento de la comunicación. La aparición de un número creciente de escuelas, la institucionalización de la investigación mediante posgrados o a través de la creación de institutos dedicados a investigar sobre estos temas, e incluso el surgimiento de las asociaciones nacionales de académicos del campo, permitieron que pasáramos de una observación oportuna, aunque algo desarticulada y esporádica, a estudios que complementan su miradas con trabajos de campo rigurosos y también sistemáticos.

¿Cuál crees que han sido los actores más importantes en esta trayectoria?

Yo diría que en el tema de la economía política de la comunicación existen al menos dos tipos de actores, opuestos por sus intereses y fines, pero en una permanente dialéctica, a veces silenciosa. Por un lado los medios, y más específicamente el consorcio Televisa como la representación de todo lo que es posible ver desde la economía política; y por otro los investigadores del campo.

Cabe recordar que esta empresa surge a mediados del siglo XX, dato que la convierte en pionera respecto a lo que hoy es moneda corriente para los consorcios globalizados: integración de diferentes ramas productivas de la llamada industria cultural (producciones en materia de comunicación y espectáculos); alcance internacional mediante la venta de sus propias producciones (cine, televisión, radio, revistas, espectáculos, actores, contenidos, entre otros); interlocución directa con los grupos de decisión política y económica. Además Televisa, si se puede decir de este modo, generó escuela en el sentido de que fue una empresa exitosa lo que la convirtió en un modelo a seguir.

En el ámbito televisivo este proceso se vio con claridad a partir de mediados de los 90, cuando mediante la tarea privatizadora encarada por el Estado mexicano (ya neoliberal) se pone a la venta el llamado "paquete de medios", que aglutinaba entre otros el sistema público de TV incorporado al Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISIÓN). Este sistema fue adquirido por TV Azteca, una empresa que hoy integra el llamado duopolio nacional de TV, y que ha seguido los pasos de su antecesora. Al principio la pelea por rating las llevó a diversos enfrentamientos, pero recientemente ambas se asociaron para ofrecer telefonía celular, echando por tierra las bases del libre juego de mercado que en teoría las debería enfrentar como competidoras acérrimas. Los intereses económicos las han llevado a superar diferencias históricas, mimetizándose en la búsqueda de ganancias, pero también en el confort que les proporciona ofrecer contenidos repetitivos, largamente probados ante los riesgos que significa introducir formas y mensajes creativos o diferentes.

La misma labor ejemplificadora de TELEVISIÓN se manifestaría en los últimos lustros, cuando tanto como producto del modelo neoliberal promotor del libre mercado como del desarrollo tecnológico digital, no fueron pocos los empresarios que buscaron hacerse de empresas rentables del sector mediático. Así, han surgido empresas convergentes que se caracterizan por integrar y potenciar la producción de varios medios, mediante las que convierten a los creadores de contenidos en periodistas todo terreno, que deben emplearse a fondo para cubrir los requerimientos de este tipo de emprendimientos.

¿Y los actores académicos?

Juegan un papel nodal que con el tiempo se va transformando. Los estudios que en un principio tuvieron más una tónica de militancia académica, de denuncia, con el tiempo fueron mutando. Así constituyeron una historia, tal vez pequeña pero portentosa, porque llegó a impactar a otras regiones del mundo donde la realidad mediática no era tan brutalmente excluyente como la de América Latina.

En el contexto de la expansión sin pausa que vivía Televisión y tomando en cuenta el propio desarrollo del campo, los estudios de economía política pasan de una denuncia sin nombre propio, a una de las líneas de investigación del campo que aborda ahora temas más incluyentes donde caben todos los medios, electrónicos o digitales, así como otras manifestaciones de la industria cultural. Con el auxilio de otras disciplinas ganan terreno teórico y metodológico, pasando del ensayo al trabajo de campo, de la especulación teórica a la documentación como base de esa especulación.

¿Consideras que estos estudios han tenido impacto en la sociedad Mexicana?

No el que quisiéramos. Como te decía antes, ha sido una dialéctica silenciada por el propio poder mediático. Silenciada en las agendas de los propios medios, silenciadas en cuanto a esferas de decisión, pero no estéril. Se han logrado éxitos, parciales sin duda, pero destacados, como algunas modificaciones al marco legal que son tan necesarias como urgentes. Se han logrado espacios para una expresión social más amplia mediante programas, incluso medios o espacios para sectores sociales históricamente olvidados en la industria de la cultura.

En el campo académico existe además el reconocimiento de la mirada de la economía política sobre el sector mediático. Por ejemplo, en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y por supuesto en ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) existen grupos de trabajo que abordan esta perspectiva. Contamos también con ULEPICC (Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura), asociación que aborda directamente el tema de manera sistemática y reiterada.

¿Crees que existen algunos inconvenientes, tal vez algunas sombras, para un mayor desarrollo de esta perspectiva?

Si los hay, y tienen varias caras. Por ejemplo, el dinamismo de las fusiones, ventas, incursión en nuevos negocios que presentan hoy los medios de comunicación, no se daba en el siglo XX. Apenas al final, en los años 90, es cuando comienza este entrecruzamiento de intereses. Este contexto representa un reto importante para el registro y el trabajo de campo. Incluso se suelen reforzar algunas señales de otros tiempos: la falta de información sobre esos movimientos. Con el concurso de Internet parecería que estos datos pueden ser más transparentes, visibilizarse más, pero no es así, también han evolucionado las formas de ocultamiento.

Y a esta situación podemos todavía agregar un componente más: la situación de la investigación. Los recursos siempre han sido insuficientes para estudiar al campo de la comunicación en su dimensión total, abarcadora, sobre todo tomando en cuenta el crecimiento de los procesos de mediatización de la sociedad que nos plantean la necesidad de contar tanto con más investigadores como con más recursos para los estudios de este tipo. Esto no es privativo de la economía política, es una escasez compartida por todo el campo.

Frente a estas sombras, ¿cuáles son los desafíos en el contexto actual?

A pesar de que las áreas oscuras existen, y no siempre son negativas. Pensemos por ejemplo, que son el disparador del conocimiento, la simiente del saber.

Quisiera, no obstante, destacar dos aspectos, entre muchos otros que podemos identificar: el primero se refiere a la falta de apoyos para realizar estudios longitudinales; el segundo es la articulación del propio campo.

Si alguna característica tienen los estudios de economía política de la comunicación en México, es que sus principales estudiosos abordan simultánea o consecutivamente, varias miradas sobre varios temas. Dicho de otro modo: pueden en algún momento hacer análisis de economía política y luego abordar temas tales como la comunicación política, la educativa, de la recepción, en fin, otras parcelas del saber sobre un mismo objeto, no menos importantes ni interesantes, pero que a la larga debilitan el área que estamos analizando en estas reflexiones. Y claro, la comunicación política, la educativa, los estudios de recepción, sufren las mismas mermas.

Esto habla de una necesidad de contar con más estudiosos de los medios que puedan abrazar una perspectiva y seguirla, fortaleciendo con ello los estudios longitudinales. No podemos continuar haciendo sólo cortes de situaciones coyunturales, debemos construir la historia del campo, así como por ejemplo, construir los vaivenes de las políticas públicas o de los movimientos económicos en torno a la estructura de medios privados. Ver también la evolución del marco legal, compararlo con los de otras realidades...en fin,

estudios que no son de coyuntura sino históricos o con elementos donde el hilo histórico es fundamental.

Agrego también, que al interior del propio campo hay una lucha por el posicionamiento de la economía política de la comunicación. Frente a los estudios culturales se ha dado una confrontación que todavía tiene aspectos por superar: sumar ambas perspectivas, de manera efectiva, es sin duda un reto que debemos superar. Si bien esta suma de miradas ya se ha iniciado, hace falta todavía una discusión más amplia que termine por situarnos, irreversiblemente, en la tónica de un pensamiento crítico en torno a la comunicación, que aglutine todas las miradas y todos los esfuerzos.

Finalmente, ¿crees que hay aportaciones de la economía política de la comunicación que son dignas de destacarse?

Como mirada específica dentro de un campo más amplio que es el de la comunicación, la principal virtud o si quieres aportación, de la economía política es que ha abonado al pensamiento crítico. Sin sus contribuciones, habrían sido imposibles ciertos cambios en la legislación, ciertas advertencias referidas al contenido que difunden los medios, algunos llamados de atención sobre el movimiento de integración de capitales, o sobre la falta de recursos para los medios públicos.... En fin, un camino de llamadas de atención, de militancia, que se convirtió en contribuciones científicas destacadas para conocer mejor y críticamente, a los medios, sus actores e intereses.

Finalmente, hay colegas (y no quiero dar nombres para no cometer la injusticia de dejar de lado a alguno), que han dedicado su vida a enriquecer el pensamiento crítico. Ellos, aunque a veces lo han hecho de manera esporádica, constituyen en sí una aportación ineludible. Sin sus reflexiones las cosas no estarían como están, y cuando pensamos que aún queda mucho por hacer, debemos hacerlo con el agradecimiento a esas reflexiones, muy oportunas a veces, tanto que lograron torcer algunos de los poderosos intereses mediáticos.