

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

Mariano Zarowsky

Artículo publicado en: Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Vol. XIV, n.3, Sep – Dic / 2012.

En este artículo, Mariano Zarowsky hace un recorrido por el pensamiento de Mattelart sobre la economía política de la comunicación en el trascurso de los años 70 y 80, de acuerdo con las teorías y debates que se daban en ese momento y cómo estas influenciaron o no, en el desarrollo de sus posturas.

Para ello propone trazar un mapa de la economía política de la cultura y la comunicación desde los “énfasis regionales”, identificando dos grandes grupos: la escuela norteamericana y la europea, que entonces colaboraron en su desarrollo teórico. También reseña los aportes latinoamericanos en los análisis de la CEPAL, los cuestionamientos a las teorías de la dependencia y a la contribución al debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información.

Según el autor, Armand Mattelart es ubicado por distintos autores en las tres corrientes, sin embargo, Zarowsky se encarga de revisar sus tendencias y aportes teóricos al tema, que según el momento puede ser identificado con cualquiera de los grupos. De hecho explica, que por ser cosmopolita Mattelart logró poner en relación tradiciones emergentes en el mundo que para la época (década de 1970) tenían poco contacto entre sí. A partir de ese acercamiento, generó nuevas concepciones y categorías, desde una mirada crítica de la economía política de la comunicación.

Un contacto importante de Mattelart con la escuela norteamericana se dio en Chile en 1971 en donde conoció a Schiller y Dallas Smythe dos de sus principales exponentes. A partir de las ideas de Schiller sobre la intervención hegemónica de Estados Unidos desde su poder económico, tecnológico y militar en los procesos de internacionalización de la producción cultural de otras naciones, Mattelart se aproxima de manera crítica a la noción de capital monopolista.

En sus primeras investigaciones sobre la internacionalización de los sistemas de comunicación y el imperialismo cultural, se evidencia su interés por estudiar estos procesos en las dinámicas latinoamericanas, en particular en Chile, pero problematizando el concepto de imperialismo cultural, a diferencia de Schiller, él entendía que el proceso de internacionalización de la producción cultural no desaparecía las culturas nacionales, por el contrario señalaba que debía analizarse su formación “a partir de la construcción 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 sus burguesías con las internacionales” (p. 5), es decir, centró la discusión desde las relaciones de fuerza de las clases, de la cultura nacional y de su mediación con el imperialismo.

Desde esta perspectiva, introduce al campo de los estudios de la economía política de la comunicación conceptos de Gramsci –como los de partido político internacional y de intelectuales– para analizar la combinación de las relaciones de fuerza –nacionales e internacionales– y la reproducción ideológica.

En un posterior trabajo Armand y Michèle Mattelart, retoman a Gramsci y su noción de taylorización para referir la racionalización del aparato de Estado, el monopolismo no solo afectaba la esfera económica sino la social y en suma el modo de producción de la vida en la sociedad.

Para Zarowsky esta posición de los Mattelart desarrolla una perspectiva de análisis de la comunicación que articula elementos económicos y políticos, y por ende,

... su análisis debería permitir determinar cuándo cada medio masivo se convierte en un objetivo económico y/o político para el poder” en conclusión “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, aún en su dimensión económica, debía situarse en el marco de las oposiciones de clase. (p. 9-11)

Análisis de clase de comunicación

En un segundo momento del pensamiento de Armand Mattelart, se evidencia la mirada desde el marxismo que hace a la economía política de la comunicación, pues en sus trabajos de finales de los años 70 y principios de los 80, este hace una analogía entre los modos de producción de Marx y los modos de producción de la comunicación.

Para Mattelart el concepto de modos de producción de la comunicación vinculaba: todos los instrumentos de producción (maquinarias), métodos de trabajo (selección de información y de géneros) y, las relaciones de producción establecidas entre los individuos del proceso (relaciones de propiedad, entre el emisor y el receptor, formas de organización, división del trabajo). Esta noción

supone que hay una relación de fuerzas desiguales y que a su vez existe una superestructura político-jurídica (normativa de regulación de la información) y una superestructura ideológica –que determina una forma de comprender y practicar la comunicación.

Así pues para Mattelart lo ideológico no solo es un sistema de ideas sino también un conjunto de prácticas sociales. A esta forma ideológica la llamó “Ideología Burguesa de la Comunicación”, también se refirió a la noción de “ciencia de la comunicación”.

En estos estudios, refería que la comunicación y los medios implantaban ciertos modelos de relaciones sociales en tanto se constituyen en fuerzas productivas, a su vez, relacionó el concepto de modo de producción de la comunicación con el de formación social para referir las características específicas que asume en cada sociedad y momento histórico determinado. Allí las relaciones de poder y lucha de clases “juegan un papel constitutivo y no derivado”.

Mattelart identificada dos tradiciones del pensamiento crítico sobre la comunicación: la economía política y las investigaciones que se centran en la cultura popular o la comunicación alternativa.

En relación a la primera, afirmaba que esta corriente contribuyó a una teoría materialista de la comunicación, poniendo un énfasis economicista. Ahora bien, en su trabajo “para un análisis de clase y de grupo de las prácticas de comunicación popular” (1983) señala los siguientes interrogantes: ¿Cuál es el papel que las industrias culturales y el nuevo sistema de información juegan en la reestructuración del estado?, y ¿Cuál es la función del estado como productor de una voluntad colectiva ante el corto circuito que representa la función ideológica de estas industrias?

En tal sentido, Mattelart propone una redefinición al objeto de la economía política de la comunicación toda vez que para él,

... la lucha y el conflicto 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. (p. 19)

Así es como Mattelart desde una lectura epistemológica del marxismo, hace una crítica de la economía política de la comunicación.

En este trabajo Mariano Zarowsky, logra explicar el pensamiento de Armand Mattelart como uno de los exponentes más importantes de la teoría crítica, el cual cuestionó la mirada economicista de los procesos de internacionalización de la cultura, dando un sentido sociológico.

María Ilse Andrade Soriano

Corporación Universitaria Minuto De Dios - UNIMINUTO, Colombia.