

Estado, mercado y medios de comunicación en el capitalismo neoliberal¹

State, market and media in the neoliberal capitalism

PABLO SCHLEIFER²

Indagamos sobre el rol de los medios de comunicación en el modelo de acumulación del capitalismo neoliberal; la articulación entre el Estado, el mercado y los medios de comunicación es central para comprender la consigna de liberalizar, desregular y privatizar, así como las luchas simbólicas tendientes a legitimar el orden neoliberal.

PALABRAS CLAVE: Estado, mercado, capitalismo, neoliberalismo, medios de comunicación.

We inquire about the role of the media in the model of accumulation of the neoliberal capitalism; the articulation between the state, the market and the media is key issue to understanding the slogan of trade liberalization, deregulation and privatization as well as the symbolic struggles to legitimize the neoliberal order.

KEY WORDS: State, market, capitalism, neoliberalism, media.

¹ Este trabajo se inscribe en el curso de postgrado Economía Política Internacional dictado en la Universidad Nacional de Quilmes por el profesor Manuel Eiros y en el plan doctoral del autor de este escrito.

² Universidad Nacional del Comahue, Argentina.
Correo electrónico: pablo_schleifer@yahoo.com.ar
Mendoza y Perú, General Roca; Río Negro, Argentina.

INTRODUCCIÓN

Pretendemos en este trabajo presentar algunas líneas de análisis para pensar la articulación entre el Estado, el mercado y los medios de comunicación en el marco de la globalización capitalista y del modelo neoliberal de acumulación del capital. Pues, hacia 1975, tras el agotamiento y derrumbamiento de los acuerdos de Bretton Woods, toma impulso el proceso de reorganización del capitalismo bajo una serie de lineamientos diferentes conocidos como Consenso de Washington o neoliberalismo. De un régimen caracterizado por el taylorismo-fordismo-keynesianismo, se pasa a otro basado en la premisa de que los distintos gobiernos debían liberalizar, desregular y privatizar (Wade, 2008).

En este marco, los medios de comunicación juegan un rol importante en distintas dimensiones, a saber: a) lo comunicacional y lo cultural se han convertido en mercancías que generan plusvalía y que, en consecuencia, constituyen un bien explotado por el mercado; b) la estructura de los sistemas de medios, como lo muestra el caso argentino, ha sido impulsada en las últimas décadas a través de diversas políticas de Estado según los parámetros de la lógica neoliberal, y c) desde allí, los medios de comunicación han operado, en gran parte, como difusores del Consenso de Washington.

Ahora bien, partimos de la base de que la economía de mercado instaurada en el periodo neoliberal del capitalismo no puede ser comprendida solo desde sus aspectos económicos, sino que este sistema económico es también un sistema político de organización social, política y cultural. Por ello, pretendemos desarrollar nuestro análisis poniendo en relación los aportes de la Economía Política Internacional y de la Economía Política de la Comunicación puesto que si la primera, a decir de Manuel Eiros,³ busca comprender las interacciones económicas en el marco de las relaciones de poder y desde ese lugar estudia, entre otros temas, la distribución global de la riqueza o las autonomías nacionales; para la segunda:

El rol de los medios en el proceso de acumulación de capital –el problema de las clases sociales, los medios y la legitimación de la estratificación social; la

³ Clase 1, Curso de Postgrado Economía Política Internacional.

relación entre producción material y producción intelectual– constituye (su) base analítica (Herscovici, Bolaño & Mastrini, 1999, p. 10).

EL MODELO DE ACUMULACIÓN

En esta primera parte del trabajo pretendemos indagar en las características del modelo de acumulación del capital, en las formas de organización internacional del mercado capitalista después de los acuerdos que dan origen a la etapa neoliberal. Para ello, el recorrido que nos trazamos implica preguntarnos por el proceso de globalización en tanto fase actual de “internacionalización del capital” y en tanto concepto político que procura gestar la idea de inclusión y libertad, por la posibilidad de intervención y la forma de intervención de los Estados, por las características del mercado y de la economía de mercado, por el neoliberalismo como sistema político-económico.

Creemos fundamental indagar, en la segunda parte de esta investigación el papel que juegan los medios de comunicación en el capitalismo. En este sentido, como afirma Zallo (2011), el capitalismo de hoy no solo se continúa basando en la mercancía, en la explotación de los trabajadores y en la acumulación privada del capital sino que además se centra en el “capital cognitivo, tecno-informacional, intelectual, inmaterial, digital, o como quiera que le llamemos” (Zallo, 2011, p. 20).

La globalización como un proceso no tan nuevo

Conviene preguntarnos, en principio, qué entendemos por globalización, puesto que dicho concepto se ha impuesto como algo que “va de suyo”; es decir, una de las virtudes de los intelectuales y de los publicistas de la globalización parece ser la de habernos convencido que la globalización es, y que es como es, pero con el enorme “mérito” de haberlo hecho evitando la explicación. Todos hablamos, en nuestra vida cotidiana y en una especie de sociología espontánea, de la globalización, y tal vez hasta veamos en ella un avance social y cultural, o no. En todo caso, no importa mientras la hayamos naturalizado,⁴ mientras

⁴ Como veremos, esta naturalización corre en paralelo con la naturalización del neoliberalismo de la cual habla Harvey (2007).

la hayamos incorporado en nuestras creencias sociales. De esta forma, en una de sus dimensiones, la globalización funciona como creencia y en este sentido vale recordar que, como ha mostrado Bourdieu (1977), las creencias sociales constituyen un verdadero objeto de lucha, tal vez de los más importantes puesto que dan sentido al mundo social al tiempo que legitiman arbitrariedades (como la propiedad de los medios de producción). Los grupos y las clases disputan la imposición de una representación sobre el mundo siendo, por supuesto, una lucha extremadamente desigual ya que son los dominantes quienes cuentan con todas las posibilidades y con los instrumentos de producción e imposición de representaciones.⁵ En este sentido, la idea de globalización como virtud es una idea trabajada y difundida con el fin de promocionar e imponer una forma de organizar el mundo pero, al mismo tiempo, como algo novedoso cuando en realidad, como afirma Harvey (citado en Arrighi, 1998), no es más que un truco promocional de un nuevo proceso de reconfiguración del sistema internacional.

En efecto, la denominada globalización o mundialización no es un fenómeno nuevo (Arrighi, 1998; Flores Olea & Mariña Flores, 1999; Wallerstein, 2005) sino un proceso antiguo que encuentra su origen en los principios del sistema.⁶ En este sentido, como afirma Arrighi (1998), si es verdad que, por ejemplo, la “revolución” de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) constituyen fenómenos impresionantes que permiten surcar las barreras del tiempo y del espacio (operar en forma directa y al instante en la otra punta del mundo), no es menos cierto que, en su momento, la rueda, el ferrocarril, el telégrafo, el automóvil o la radio constituyeron fenómenos igual de relevantes para la vida social y para las formas de organización económica del sistema/mundo capitalista.

⁵ Entre estos instrumentos se encuentran los medios de comunicación.

⁶ Como veremos más adelante, algunas de las características del proceso actual de globalización están vinculadas con la maximización de las tasas de ganancia; pues los Estados tendieron a liberalizar los mercados de capitales tanto como a incentivar la instalación de empresas multinacionales en su territorio; pues así los Estados recibían divisas mediante impuestos y las empresas aumentaban su rentabilidad.

De hecho, tampoco para los autores referenciados en el párrafo anterior la “virtualización de la actividad económica” es un invento de la “globalización”. Por el contrario.

Los cables submarinos del telégrafo desde la década de 1860 en adelante conectaron los mercados intercontinentales. Hicieron posible el comercio cotidiano y la formación de precios a través de miles de millas, una innovación mucho mayor que el advenimiento actual del comercio electrónico (Arrighi, 1998, s. p.).

En otras palabras, el capitalismo siempre necesitó de la interdependencia; pues establecer y mantener un mercado global o mundial (sea de materias primas, de bienes o de divisas) constituye una de las necesidades de los distintos modelos de acumulación del capital.⁷

Sin embargo, otros autores encuentran en los procesos actuales de interdependencia importantes novedades que la constituyen como diferente de los procesos anteriores. En este sentido, Del Arenal (2002) considera, entre otros factores, que la interdependencia actual abarca “prácticamente todos los ámbitos de la actividad humana” (interacciones políticas, económicas, sociales, culturales, técnico-científicas y comunicacionales-informacionales) o bien que la interdependencia del siglo XIX estuvo marcada por los Estados y la actual por una serie de redes de relaciones que escapan al poder y al control del Estado. La globalización, para este autor, vendría a ser la última fase de la mundialización⁸ y sería la apertura a una nueva etapa en la historia de la humanidad al generar una verdadera sociedad mundial: “la globalización es algo distinto y más que la internacionalización, la universalización,

⁷ Como afirma Harvey (citado en Arrighi, 1998), el sistema de Bretton Woods, delineado por los países dominantes después de la Segunda Guerra Mundial, era un sistema global; de manera que, postula el autor, en todo caso hemos asistido al cambio de un sistema global por otro sistema global mayormente coordinado por el mercado.

⁸ Para el autor, la mundialización “hace referencia al proceso de conformación de un único mundo a escala planetaria, considerado en términos geográficos, políticos y económicos” (Del Arenal, 2002, p. 30).

la mundialización y la liberalización, aunque sea deudora de todos esos procesos” (Del Arenal, 2002, p. 35), pues sostiene que mientras el componente esencial de la mundialización es el dominio y la unificación del territorio y del tiempo, la globalización supone la superación de uno y otro como marco de actuación para los distintos actores. La globalización implicaría así el pasaje de un mundo en el que la humanidad estaba dividida y fragmentada territorialmente a otro mundo en que esa misma humanidad se constituye como un todo.

Ahora bien, lo que Del Arenal parece obviar es que esa supuesta globalización que habría borrado todo tipo de fronteras (económicas, políticas, culturales, etc.) no es, en realidad, sino un nuevo estadio del sistema capitalista mundial que no persigue el fin de aniquilar las desigualdades, las brechas y las distancias, sino que busca garantizar la acumulación del capital y las relaciones de dominación internacionales. En efecto, tal y como muestra Arrighi (1998), la formación, organización y su posterior transformación en el “sistema socio-histórico del mundo entero” está basado en organizaciones territoriales, los Estados, con las capacidades de regular la vida económica, política, cultural y social además de ejercer el monopolio, como diría Weber, de la violencia física legítima. El capitalismo neoliberal no es, como postulan las miradas globalizantes, un sistema en el que ha desaparecido el papel del Estado (o por lo menos se ha visto fuertemente reducido) o en el que ese Estado habría cedido (por obligación) su poder a las empresas multinacionales; este capitalismo, aun desde el punto de vista del auge del mercado financiero, es un sistema en el que para mantener o restaurar el poder y la dominación de clase (Harvey, 2007) se genera una “nueva” (o con nueva forma) alianza y múltiple dependencia entre esos Estados y las empresas multinacionales, por ejemplo: las empresas requieren de la ayuda de los Estados, sea para garantizar su internacionalización, sus tasas de ganancias o para ajustar (re-regular) las normativas vigentes de la misma forma en que esos Estados requieren de las empresas en la persecución de sus objetivos.

En cada época, entonces, van surgiendo distintos centros de poder y decisión. Es decir, en las diversas etapas de formación, de transformación y de expansión del sistema capitalista, hasta el momento actual, algunos Estados pierden poder al tiempo que otros se van fortaleciendo

hasta ocupar el centro (Arrighi, 1998): unas organizaciones territoriales desplazan a otras en la búsqueda de imponer las formas de garantizar la dominación y la expansión del capital. Pues la globalización puede ser entendida como la “forma contemporánea de la internacionalización del capital” (Flores Olea & Mariña Flores, 1999), pero sin desconocer que el capitalismo siempre requirió de la internacionalización del capital en los distintos modelos de acumulación.

El modelo de acumulación de Bretton Woods

La teoría de los ciclos de Kondrátiev establece dos fases principales en los ciclos largos de hegemonía: una de expansión y otra de declinación. Así, hay un momento de hegemonía en disputa entre una potencia que comienza su periodo de declinación y una potencia en ascenso; el segundo momento se da cuando la potencia emergente desplaza a la vieja potencia y comienza un periodo de hegemonía plena e indiscutida. Cada etapa implica una forma de organizar el capitalismo, con sectores dominantes en disputa por la imposición del modelo de acumulación y toda una serie de mecanismos simbólicos destinados a generar consensos. En efecto, la hegemonía supone, para lograr perdurabilidad y aceptación de lo impuesto, hegemonía cultural; en este sentido, ante la imposibilidad de recurrir permanentemente a la fuerza física y militar, los dominantes y sus agencias trabajan también sobre la dominación cultural, es decir, sobre la imposición de una forma de ver, de entender y de actuar en el mundo.

Como afirma Arrighi (1998), los procesos de integración planetaria (desde el punto de vista económico, pero inseparablemente de su costado militar) no son una novedad incluso cuando en cada ciclo hayan adquirido una forma determinada; pues, tal como muestra Polanyi (1992), la organización y la internacionalización de las finanzas y de la economía propuesta e implementada por la *haute finance* constituye un ejemplo. Al mismo tiempo, estos procesos constituyen “engranajes”, centrales en todo caso, de la construcción de hegemonía mediante la cual los dominantes no solo imponen las reglas del juego (de la dominación) sino que, además, las legitiman (es allí donde tal vez podamos pensar la presentación de la “globalización” como un fenómeno “nuevo, integrador y liberador”).

En este sentido, el sistema internacional que surge y se consolida en la salida de la Segunda Guerra Mundial estará atravesado por dos bloques con lógicas opuestas: el bloque capitalista dominado por Estados Unidos y sus aliados y el bloque soviético dominado por la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y sus aliados. Tanto unos como otros se encontraron en una batalla, hacia el interior y hacia el exterior de sus respectivos bloques, por imponer una forma de organizar la sociedad y la economía.

En este marco, como apunta Arrizabalo Montoro (1997) “el conflicto bélico desempeña una función ‘regeneradora’ en la lógica capitalista porque permite una recomposición del contexto en el que se desarrolla el proceso de acumulación” (pp. 51-52). De esta forma, el periodo de auge de Estados Unidos comienza hacia 1942 mediante la reactivación de la industria, especialmente la bélica. En este sentido, “el gasto militar es una forma concreta de gasto público” (Arrizabalo Montoro, 1997) y constituyó, antes y después, uno de los factores predominantes en el andamiaje de la maquinaria económica de Estados Unidos. En otros términos, si la producción de y para la guerra constituyó una fuente de ingresos (por exportación de los productos armamentísticos) al mismo tiempo que una fuente de generación interna, en el periodo de postguerra dicho gasto público no descendió sino que, so pretexto de la Guerra Fría, perduró.⁹

Al finalizar la guerra, Estados Unidos impulsa los acuerdos Bretton Woods. El acuerdo, establecido por 44 países, regiría el funcionamiento de la economía mundial desde ese momento hasta mediados de la década de 1970. Dicho acuerdo incluía la formación del Fondo Monetario Internacional, del Banco Mundial y, dos años más tarde, del GATT (Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles); el objetivo de estas instituciones era:

Impulsar el crecimiento económico del mundo capitalista, asegurando la estabilidad monetaria a través de un sistema internacional que sustituyera al

⁹ Lo mismo en relación con las otras dos guerras libradas por Estados Unidos desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la Guerra del Golfo: Vietnam y Corea.

patrón oro ... proporcionando fondos para la reconstrucción de la infraestructura productiva destruida y promoviendo la ampliación del comercio internacional (Flores Olea & Mariña Flores, 1999, p. 194).

De esta forma, el dólar estadounidense reemplazó al patrón oro, pues se estableció que las tasas de cambio entre las monedas se fijaban en dólares, con un dólar respaldado por el oro a una cotización de 35 dólares la onza (Eatwell & Taylor, 2005). Este hecho le aseguró a Estados Unidos la posibilidad de emitir moneda a muy bajo costo y, así, pagar al resto de los países los bienes que adquiriría tanto como financiar inversiones en el exterior. Financiar a bajo costo, mediante el Plan Marshall, la reconstrucción de Europa y del mercado europeo o bien mediante la Alianza para el Progreso en la década de los años sesenta el “desarrollo” de los países de América Latina y sus mercados.

Estos planes no solo generaban las condiciones para ampliar el mercado internacional para los productos estadounidenses, sino que constituían una especie de barrera a la influencia soviética. Barrera económica y barrera simbólica. En este sentido, los medios de comunicación, en tanto “instrumentos de circulación de símbolos eficaces”, juegan un papel central en la “gestión gubernamental de las opiniones” de los aliados y de los enemigos (Mattelart & Mattelart, 1997). En efecto, este periodo va acompañado por el desarrollo conceptual de la *Mass Communication Research*, corriente que desde una visión instrumental-funcionalista-difusionista de los medios considera que éstos cumplen un rol fundamental en lograr la aceptación e incorporación de los valores y las actitudes de la modernización y, por ende, en la imposición de una forma de percibir el mundo.¹⁰

Ahora bien, el auge económico de la postguerra, que finalmente implicará el ascenso de Estados Unidos a potencia hegemónica, se sus-

¹⁰ Así, dentro de esta corriente, mientras que autores como Lasswell proponían un principio mecanicista de efecto inmediato e indiferenciado, otros autores como Lazarsfeld y Katz postulan que el flujo de la comunicación de los medios se da en dos etapas: hay personas bien informadas e informadas por los medios que luego, en un segundo paso, se convierten en “líderes de opinión” y le transfieren esas informaciones a sus grupos primarios.

tenta en la modalidad de acumulación denominada taylorista-fordista-keynesiana. Pues si antes del estallido de la Gran Guerra los capitalistas tenían confianza en las capacidades autorreguladoras del mercado (confianza que reaparecerá con el Consenso de Washington), una serie de fenómenos como la Gran Depresión de 1929 los impulsaron a dar un vuelco y a avalar e impulsar la intervención del Estado en la economía. Como plantea Polanyi (1992), la idea de una economía de mercado sin intervención estatal era –y es– una utopía.

El modelo de acumulación, entonces, se basó en la articulación entre las nuevas formas de organización del trabajo y la producción y las políticas intervencionistas impulsadas por la teoría de Keynes. Efectivamente, el taylorismo plantea la organización científica del trabajo como forma de maximizar la eficiencia y la eficacia; separa la dirección y el planeamiento del hacer, de manera que el trabajador ve reducida su labor a una cuestión repetitiva de funciones previamente diseñadas por otros (contando hasta los tiempos necesarios para ese hacer). El fordismo incrementa la intensidad y la productividad del trabajo “mediante una coerción externa al propio obrero” (Flores Olea & Mariña Flores, 1999); pues la cadena de montaje y la maquinización de los procesos productivos y de los ritmos del trabajo implican la socialización forzada del trabajador, la vigilancia y supervisión de los trabajadores y, en consecuencia, el aumento de la productividad. Es decir, el modelo de acumulación tiene como elemento central la expansión de la producción y la aparición de nuevas economías que absorbieran ese aumento en las tasas de producción.

Es allí donde aparece Keynes, quien:

Plantea la promoción estatal del pleno empleo mediante la elevación de la propensión social al consumo (a través de la redistribución progresiva del ingreso y del gasto público) y del incentivo a la inversión productiva (vía disminución de las tasas de interés) (Flores Olea & Mariña Flores, 1999, pp. 205-206).

Ciertamente, al producir más, aumenta la oferta por lo que es necesario generar mayor demanda agregada, para lo que se requiere pleno empleo y capacidad de consumo (por salarios directos o indi-

rectos como el crédito). En este sentido, el poder de intervención del Estado debía estar dirigido a expandir el mercado interno y a ampliar la salida de los productos hacia los mercados externos.

En este punto, también los medios de comunicación participan como actores necesarios de la producción y el consumo. Pues estimularon la ampliación de los mercados mediante la transmisión constante de los aparatos publicitarios. Así:

El consumo, impulsado por los aparatos de difusión y publicidad, parece determinar la producción porque su continua expansión no es un obstáculo a la acumulación, sino más bien una condición suya que con gran eficacia permite la realización de la producción y las ganancias; por consiguiente, “comanda” la acumulación en términos de las favorables expectativas que genera (Flores Olea & Mariña Flores, 1999, p. 209).

Entonces, producción y consumo, ordenamientos jurídicos y políticas públicas tendientes a incentivar el dinamismo de la economía, son algunas de las características de este periodo que entra en crisis a principios de los años setenta, cuando se inicia la fase recesiva que culminara con la imposición de un nuevo modelo de acumulación. Este nuevo modelo implica un ataque global contra la intervención del Estado y contra cualquier pensamiento o acción que condicione la “libertad” (de mercado y de empresa).

El sistema del Consenso de Washington

El modelo de Bretton Woods fue remplazado por el modelo de acumulación conocido como neoliberalismo, establecido mediante el Consenso de Washington. Pues la estabilidad económica y el periodo de auge iniciados en las postguerra, entraron en su etapa recesiva acompañados, hacia 1974, por un fuerte proceso de *estanflación* (estancamiento más inflación). Varios factores jugaron un rol importante en estos sucesos: Estados Unidos al tiempo que aumentaba el gasto público, acrecentaba su déficit en la balanza de pagos y perdía competitividad con las economías de Alemania y de Japón; la paridad cambiaria del dólar con las otras monedas se derrumbó y para marzo de 1973 los integrantes de la Comunidad Europea acordaron la flotación conjunta contra el dólar

(Eatwell & Taylor, 2005); la crisis de los precios del petróleo; la sobre-capacidad de producción en el nivel mundial y la sobreacumulación de capitales. Pues si bien desde inicios de los años setenta:

Se percibe una disminución en el ritmo de crecimiento de la producción y de la inversión productiva, así como un aumento de las presiones inflacionarias, no es hasta 1974-1975 cuando se presenta la primera recesión generalizada de la economía capitalista desde la Segunda Guerra (Flores Olea & Mariña Flores, 1999, p. 211).

En fin, la crisis de rentabilidad del sistema ideado en New Hampshire e implementado a través del Estado de bienestar se trasladó a todo el mundo “desarrollado”.

El neoliberalismo, que como corriente teórica había surgido después de la Segunda Guerra Mundial y que, por lo tanto, tuvo que “soportar” el periodo de auge del mismo modelo de acumulación cuyos teóricos criticaban con vehemencia, nace como una reacción teórica y política contra el intervencionismo de Estado, pues los miembros de la *Société du Mont-Pèlerin*¹¹ tenían como objetivos “combatir el keynesianismo y toda medida de solidaridad social ... y, de otra parte, preparar para el porvenir los fundamentos teóricos de otro tipo de capitalismo, duro y libre de toda regla” (Anderson, 1995, p. 2). El igualitarismo (relativo y dentro de los marcos de posibilidad del capitalismo) promovido por el Estado de bienestar, para estos autores, destruye la libertad de los ciudadanos y la vitalidad de la sana competencia del mercado de la que depende la prosperidad de todos (Anderson, 2001).

La doctrina neoliberal postula, entonces, el achicamiento del Estado a su mínima expresión y la libertad de mercado como factores centrales para alcanzar la prosperidad y el desarrollo de este nuevo mundo global. Maximizar las libertades empresariales, garantizar la propiedad privada, la libertad individual, mercados sin trabas burocráticas/impositivas, libre comercio y seguridad jurídica, constituyen las claves del modelo de acumulación que el Estado debe garantizar e institucionalizar. De

¹¹ Entre los miembros más destacados se encuentran Hayek, Milton Friedman, Karl Pooper, Walter Lippman y Michael Polanyi.

allí que, como postula Harvey (2007), el neoliberalismo, además de ser un modelo teórico para reorganizar el capitalismo, sea fundamentalmente una cruzada política para restablecer las condiciones para la acumulación de capital y restaurar al mismo tiempo el poder de clase.¹²

Entonces, la consigna del neoliberalismo, como vimos más arriba, fue liberalizar, privatizar y desregular. Así, para Harvey (2004, 2007), el neoliberalismo es la continuación acelerada del proceso de acumulación por desposeimiento característico del capitalismo. Encuentra el autor cuatro elementos principales, a saber:

- La *privatización* de los activos públicos y de las empresas públicas. Pues aquí juegan dos cuestiones: por un lado, reducir al Estado alejándolo de actividades que no le son propias (como el ser empresario) y, por otro lado, ampliar los campos de intervención para los empresarios “legítimos” acrecentado así mismo los espacios posibles para acumular capital. De este traspaso participaron los medios de comunicación (que pasaron a manos privadas y defendieron el modelo), los servicios públicos en general, la extracción y explotación de los recursos naturales, etc.
- La *financialización*. El neoliberalismo implica la desregulación o la reregulación de las reglas en favor de otros agentes, en este caso los especuladores financieros en detrimento de los Estados nacionales. Pues, como señalan Eatwell y Taylor (2005), para la construcción de “moderna maquinaria de la especulación” fue necesario modificar las instituciones financieras y generar nuevas normas que permitieran, sin restricciones, los movimientos internacionales de capital, la abolición de los controles de cambio o de las restricciones domésticas para acceder a mercados cruzados o de los controles al crecimiento del crédito, y generar al mismo tiempo posibilidades normativas para regirse por el manejo de tasas de interés a corto plazo o para generar nuevas formas de inversión especulativa como los Money Market Mutual Funds (Fondos Mutuos Moneta-

¹² Se entiende, así, que una de las ideas fuerza del modelo sea que los gobiernos deben encargarse de generar un buen clima, ameno y seguro, para los negocios más que ocuparse de las necesidades de la población en general.

rios) o los Hedge Funds (Fondos de Cobertura). Así mismo, como muestra Gowan (2009), el nuevo modelo bancario de Wall Street adquiere las siguientes características: se convierte en un modelo prestamista-inversor; el arbitraje especulativo y el estímulo a las burbujas de precios; tendencia a maximizar el aplacamiento y la expansión del balance de la situación; la relevancia de los mercados de dinero y su conversión en financiadores de actividades especulativas. Pues, en palabras de Harvey, las siguientes son características del sistema capitalista financiero contemporáneo: las promociones bursátiles, los esquemas de ponzi, la destrucción estructurada de activos a través de la inflación, el vaciamiento a través de fusiones y adquisiciones, la promoción de niveles de endeudamiento que reducen a la servidumbre por deudas a poblaciones enteras la desposesión de activos mediante la manipulación de créditos y acciones (Harvey, 2004).

- *La administración y manipulación de la crisis.* La deuda o las deudas constituyen un claro ejemplo, para Harvey, de acumulación por desposeimiento pues implican la transferencia deliberada de activos de los países más pobres a los países más ricos.
- *Redistribuciones estatales.* El Estado continúa siendo un agente redistributivo, como en el periodo anterior, pero con una inversión de las direcciones de transferencia. En este sentido, entre las condiciones que ha impuesto el capital para restablecer las tasas de ganancia se encuentran:

El debilitamiento de las organizaciones laborales y la disminución en los niveles de empleo, el recorte de los gastos sociales y la consiguiente individualización de la supervivencia cotidiana, las políticas sociales de austeridad y la consecuente disminución de la participación de los salarios en el ingreso nacional (Flores Olea & Mariña Flores, 1999, pp. 213-214).

El neoliberalismo, entonces, constituye un sistema político y económico que, tras la caída del Muro de Berlín y de la Unión Soviética, fue impuesto como el único modelo posible, como la única forma posible de organizar la sociedad y la economía. Más o menos doctrinariamente, los países han ido aplicando las recetas diseñadas “desde

Mont-Pèlerin”, privatizando, liberalizando, rerregulando las normativas en favor de los sectores dominantes. Pese a la retórica que postula la no intervención del Estado, este es, sin embargo, un elemento clave en la consolidación del modelo de acumulación (incluso para garantizar la actividad financiera).

Ahora bien, ¿las sociedades hubieran aceptado estos cambios sin un trabajo de imposición simbólica, de legitimación? Pues, la aceptación de ese proceso no pudo darse sin el derrumbamiento de los pilares del Estado de bienestar; en el caso argentino, por ejemplo, como afirma Borón (2001), los agentes del neoliberalismo pusieron en práctica un impresionante discurso “autoincriminatorio” del Estado tendiente a generar en la “opinión pública” la idea de la necesidad de “reducir al Estado”, liberar los mercados, etc. En ese marco se privatizaron los medios de comunicación, quienes ayudaron a legitimar el modelo privatista de libre mercado.

ESTADO, MERCADO Y MEDIOS

Llegados a este punto, podemos emprender el análisis de algunas líneas de investigación que implican abordar la cuestión de los medios como actores necesarios, desde el punto de vista simbólico tanto como desde la producción de mercancías, del modelo de acumulación capitalista. Efectivamente, si los medios de comunicación pueden jugar –y juegan– un rol importante en la producción y puesta en circulación de formas simbólicas (informaciones, puntos de vista, contenidos, entretenimiento, etc.),¹³ no es menos cierto que también sus productos constituyen mercancías, pues “la

¹³ Conviene aclarar que si bien los medios cuentan con estas capacidades, ello no implica inmediatamente que el público acate (como una orden) aquello que recibe (una visión de los problemas y del mundo). Los públicos cuentan con capacidades de negociación y re-simbolización, capacidades de todas formas desigualmente distribuidas en las sociedades capitalistas. No obstante, ello no quita importancia al poder de imposición simbólica de los medios máxime cuando esos medios de producción de significados están concentrados, desde el punto de vista de la estructura de propiedad, en pocos prestatarios.

producción cultural ya no es solo una función residual de la acumulación, o una función ejercida por el Estado o el mecenazgo, sino una actividad inscrita en la producción de capital” (Zallo, 1998, pp. 7-8).

De manera que, postulamos, los medios de comunicación juegan un rol importante en el modelo de acumulación, por lo menos, en dos sentidos: sus productos constituyen mercancías altamente redituables en el mercado capitalista;¹⁴ y sus contenidos pueden ayudar a la legitimación de un orden de las cosas. En este sentido, el rol del Estado en la configuración de ese orden de cosas es central, puesto que cuenta con el monopolio de las posibilidades para estructurar, desde el punto de vista legal, las condiciones del juego. Por ello, nos proponemos en este apartado, sobre la base de lo visto en los anteriores, indagar en la relación Estado-mercado-medios bajo el modelo neoliberal de acumulación del capital.

En este sentido, afirman Bolaño y Mastrini (2001), 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 (p. 73).

En este marco, como señalan Mastrini y Becerra (2006) la Economía Política de la Comunicación, entre otros puntos, indaga en las correlaciones y mutuas determinaciones entre los procesos macroeconómicos y los comunicacionales, en las industrias culturales en tanto complejos económicos y tecnológicos integrados y en la política y legislación sobre industrias culturales. Así mismo, estos procesos requieren de una mirada histórico-estructural (Sánchez Ruiz & Gómez García, 2006) para comprender una estructura social capitalista histórica y cambiante; es decir, para observar las características de los distintos sistemas de

¹⁴ Por ejemplo, según los datos publicados por Becerra y Mastrini (2009), en el año 2004 en Argentina, la televisión abierta facturó, en concepto de publicidad, 390 780 000 USD; la radio 31 millones USD; la prensa 380 760 000 USD; o la televisión de pago, en concepto de abono, 800 millones USD.

comunicación en tanto están socialmente contruidos en el contexto del capitalismo (Mosco, 2009), contexto cambiante e histórico.

Ahora bien, como referenciamos más arriba y afirma Polanyi (1992), la doctrina neoliberal se basa en los principios de liberalizar, privatizar y desregular. En Argentina, el modelo, impulsado desde los grandes centros de poder internacionales, y acatado por sus representantes locales, exigía una redefinición del rol del Estado que implicaba modificar la relación Estado-mercado a favor de este último a través de la liberalización y la apertura de los mercados y de la privatización de las empresas públicas. Para ello, fue necesaria la intervención del Estado en pos de modificar la legislación.

Para reformar la estructura del Estado, entonces, era necesario emprender una serie de reformas que permitieran traspasar al sector privado los recursos estatales. Con este propósito, el presidente Carlos Menem (1989-2005 y 2005-2009) envió dos leyes al Congreso. La primera, la Ley de Emergencia Económica, estaba destinada a reducir los gastos del Estado. La segunda, la Ley de Reforma del Estado, “dispuso la intervención de las empresas estatales, fijando el cronograma y los criterios para la transferencia de los activos públicos al sector privado” (Basualdo, 2001, p. 59). El proceso privatizador que estas políticas neoliberales impulsaron fue tan veloz que para 1993 las empresas estatales más importantes estaban en manos privadas.¹⁵

En estrecha consonancia con el modelo de acumulación implementado, el Estado emprendió una serie de medidas¹⁶ que condujeron hacia

¹⁵ Por citar solo algunos ejemplos emblemáticos, los recursos petrolíferos fueron privatizados y desnacionalizados, al igual que el sistema de agua potable o el servicio de telecomunicaciones.

¹⁶ Solo por citar algunas, la Ley de Reforma del Estado posibilitó la privatización y la formación multimédios; la reforma de la Constitución Nacional, al otorgar rango supralegal a los tratados internacionales, permitió el ingreso de capitales extranjeros en los medios; o el decreto 1005/99 a través del cual, podemos afirmar, terminan de sentarse las bases de la concentración en la propiedad de los medios y, al mismo tiempo, se instituye legalmente la primacía de la lógica comercial y de ganancia, a través de la pauta publicitaria, como motor del sistema.

la privatización, la concentración y la desnacionalización de los medios de comunicación. Es decir, se emprendió un proceso de re-regulación “generando un volumen de dispositivos legales, en muchos casos mayor que los previos, destinados a establecer reglas de juego acordes a los intereses de los grupos oligopólicos” (Mastrini & Mestman, 1995, p. 2). En otros términos, lejos de permanecer ausente, el Estado intervino en el sector con el sentido político de sujetar los medios a las reglas de juego de la doctrina neoliberal; pero en concordancia no tanto con una cierta “ideología” neoliberal, sino más bien con una forma de presentar esa ideología, el Estado interviene para reconfigurar las reglas y luego se hace a un costado dejando un “funcionamiento libre y auto-regulado” al mercado.

Así, alejado de cualquier lógica de servicio público que pretendiera garantizar el acceso, la participación, la diversidad y la pluralidad,¹⁷ los medios audiovisuales en Argentina quedaron sumergidos en la lógica de la competitividad y la ganancia. Los medios son empresas y sus productos (informaciones, ficciones, entretenimientos, etc.) mercancías que generan plusvalía. En este sentido, como afirma Bolaño (2006), la relación que se establece entre los medios y su público es una relación de comunicación pero “no es una comunicación cualquiera, sino una comunicación específicamente capitalista, con todas sus características: jerarquizada, unidireccional, contradictoria” (p. 49). Esa comunicación ofrece productos pero también ofrece ideas y representaciones.

Los programas y los contenidos, especial y cuidadosamente seleccionados por los encargados de la programación (gerentes en busca de eficacia, eficiencia y rentabilidad), siempre en clara consonancia con los designios del “público” medido a través del rating (especie de encuesta de opinión pública mucho peor realizada que dichas encuestas), circulan entre “más de lo mismo” (formatos probados que garantizan éxito), uniformidad en los horarios (a la misma hora lo mismo, ejemplo: noticias en todos los canales) o la búsqueda desesperada de “nichos”, de

¹⁷ Conceptos y directrices surgidas y desarrolladas a partir de las luchas, teóricas y políticas, llevadas adelante desde los años setentas en pos de alcanzar, mediante Políticas Nacionales de Comunicación, la democratización de las comunicaciones.

lugares vacíos para cubrir no siguiendo una lógica de complementariedad sino de explotación de los gustos no satisfechos por el mercado. Es decir, serían las “reglas del mercado” las que condicionan, determinan y definen los modos de ser de los medios que operan en la libertad del mercado.

En ese mercado existe una gran industria de la publicidad que produce su propio producto (el aviso), al mismo tiempo que “como el conjunto de la industria de transportes y comunicaciones, forma parte de la infraestructura social necesaria para la realización de las mercancías y que acrecienta el valor de estas últimas” (Bolaño, 2006, p. 50). De allí que, tal como sostiene el autor, esta industria sea doblemente productiva al crear no uno sino dos productos: el producto publicitario en sí mismo y la audiencia (la clientela, los consumidores). Es en este sentido que la publicidad, al generar una audiencia de potenciales compradores, se instituye como un elemento central de la maquinaria capitalista.

Pero también, como anunciamos más arriba, los medios juegan un papel en la puesta en circulación de ideas, de presentaciones y de representaciones. Por ejemplo, en Argentina durante la década de los años noventa, los medios dominantes eran fervientes partidarios del neoliberalismo (doctrina mediante la cual, como vimos, los prestatarios pudieron acceder a las licencias) y, en consecuencia, claros defensores del mercado o de la no intervención estatal. Pero, además, herramientas necesarias para imponer una aceptación de la cosa financiera.¹⁸

La comunicación es central en la segunda dirección anteriormente anunciada: en el plano de la lucha de las ideas, solo así se entiende la preeminencia que han tomado las encuestas de “opinión pública” y, sobre todo, la idea de “opinión pública”. Más allá de la enorme cantidad de cuestiones metodológicas y epistemológicas que se juegan en las encuestas, que no viene al caso discutir aquí, lo cierto es que, tomadas por el mercado y difundidas sus resultados por los medios, estos se han convertido, como anunció Bourdieu (1990), en la mismísima palabra de lo que la “gente” piensa, siente y quiere.

¹⁸ Por tomar un caso, aunque pocos entendiéramos de qué se trataba el “riesgo país”, todos hablábamos de ello y nos preocupábamos por su aumento.

En este sentido:

Dado que la opinión promedio sobre cuál será la opinión promedio mueve los mercados, toda información o señal que contribuya a reconocer las oscilaciones de la opinión promedio –y la reacción de la opinión promedio frente a los acontecimientos cambiantes– tiene un peso enorme (Eatwell & Taylor, 2005, p. 27).

De manera que generar una opinión favorable y difundir la idea de un consenso sobre los problemas y las políticas para abordarlos, tanto como de las bondades de un sistema y los riesgos de otros, es otra de las tareas que los medios juegan en el modelo de acumulación del capital.

Finalmente, conviene resaltar otro factor importante que marca el juego de la legitimación. Muchas de las más importantes empresas, nacionales o multinacionales, han ingresado en el mercado de las comunicaciones aun cuando este constituía un sector ajeno a sus actividades de origen. Esto se debe a las ganancias que pueden extraer de esas empresas tanto como al hecho de que sirven a la legitimación del modelo y de su propia práctica. Y esto, en consonancia con el modelo de acumulación, ha sido avalado e impulsado por el Estado neoliberal.

PALABRAS FINALES

Nos hemos propuesto en este trabajo pensar algunos puntos posibles de relación entre las características que el sistema capitalista ha ido asumiendo en cada momento histórico y los medios de comunicación. Entendemos que los medios constituyen actores centrales puesto que no solo pueden cumplir un rol simbólico que contribuya a legitimar un “orden de cosas” en un momento determinado (más Estado y desarrollo o menos Estado y libertad de mercado) sino que, además, el producto de los medios es una mercancía con alto valor en el mercado capitalista.

De allí la imposibilidad de analizar los medios de comunicación en y por los medios mismos. El discurso que los medios de comunicación producen y transmiten, en cada caso y cada vez, se comprende mejor si podemos relacionarlo con sus condiciones de producción y

de circulación. En otros términos, parece imposible discernir las propiedades del mensaje sin conocer al productor de ese mensaje en el sentido de analizar la estructura de propiedad, los vínculos políticos y económicos, las relaciones de poder, la estructura histórica y social del sistema de medios, indefectiblemente inscripto en un sistema global del poder, también histórico y social. En este sentido, tal vez sea necesario recordar(nos) que analizar los medios de comunicación es analizar los medios de comunicación en el marco del sistema capitalista.

Por ello, la economía política, en tanto pretende comprender las interacciones económicas en el marco de las relaciones de poder, constituye un punto de partida necesario. La forma que los sistemas de medios adquieren en cada momento histórico es fruto de esas relaciones de poder. De esta forma, se comprende que en el marco del dinamismo del sistema capitalista, la concepción dominante sobre la comunicación y sobre los medios de comunicación varíe al son de las ideas económicas, políticas y sociales dominantes.

Al mismo tiempo, no se puede desconocer la importancia de los medios de comunicación como empresas productoras de productos simbólicos. En otros términos, los productos de los medios de comunicación, es decir las informaciones, los puntos de vista, los contenidos, los entretenimientos, constituyen verdaderas mercancías predispuestas a ser ofrecidas en el competitivo mercado de las ideas.

En efecto, como dijimos, esos productos son altamente redituables en dos sentidos: desde el punto de vista económico y en el plano simbólico/político. Así, los productos mediáticos constituyen mercancías económicamente redituables en el mercado capitalista; por otra parte, sus contenidos pueden ayudar (o no) a la legitimación de un orden de las cosas, es decir a hacer circular una serie de ideas tendientes a justificar (o no) las formas políticas de concebir y de organizar el mundo social.

Bibliografía

- Anderson, P. (1995). Historia y lecciones del neoliberalismo. *Revista Deslinde*. Recuperado el 16 de septiembre de 2012 de http://www.deslinde.org.co/IMG/pdf/Historia_y_lecciones_del_neoliberalismo-_Por_Perry_Anderson.pdf
- Anderson, P. (2001). Neoliberalismo: balance provisorio. En E. Sader & P. Gentili (Comps.), *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social* (pp.15-27). Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Arrighi, G. (1998). La globalización, la soberanía estatal y la interminable acumulación del capital. *Revista Iniciativa Socialista*, 48. Recuperado el 20 de agosto de 2012 de <http://www.inisoc.org/arrighi.htm>
- Arrizabalzo Montoro, X. (1997). *Crisis y ajuste en la economía mundial*. Madrid, España: Editorial Síntesis.
- Basualdo, E. (2001). *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo libros.
- Bolaño, C. (2006). Tapando el agujero negro. Para una crítica de la economía política de la comunicación. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 47-56.
- Bolaño, C. & Mastrini, G. (2001). Economía política de la comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. *Revista de Economía Política das Tecnologías da Informação e comunicação*, 1 (3), 58-78.
- Borón, A. (2001). La sociedad civil después del diluvio neoliberal. En E. Sader & P. Gentili (Comps.), *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social* (pp. 45-87). Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Bourdieu, P. (1977). Une classe objet. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 17-18, 2-5.
- Bourdieu, P. (1990). La opinión pública no existe. En P. Bourdieu, *Sociología y cultura* (pp. 239-250). México: Grijalbo.
- Del Arenal, C. (2002). La nueva sociedad mundial y las nuevas realidades internacionales: un reto para la teoría y para la política. En *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de*

- Vitoria Gasteiz 2001. País Vasco: Universidad del País Vasco-Servicio de Publicaciones.
- Eatwell, J. & Taylor, L. (2005). *Finanzas globales en riesgo. Un análisis a favor de la regulación internacional*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Flores Olea, V. & Mariña Flores, A. (1999). *Crítica de la globalidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gowan, P. (2009). *Crisis en el corazón del sistema*. Madrid, España: Akal.
- Harvey, D. (2004). El “nuevo” imperialismo: acumulación por desposesión. En L. Panitch & C. Leys (Comps.), *El nuevo desafío imperial* (pp. 99-130). Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Harvey, D. (2007). El neoliberalismo como destrucción creativa. *The annals of the American Academy of political and social science*, 610 (1), 212-44. Recuperado el 2 de julio de 2012 de <http://es.scribd.com/doc/8913408/David-Harvey-El-neoliberalismo-como-destruccion-creativa>
- Herscovici, A., Bolaño, C. & Mastrini, G. (1999). Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación. En G. Mastrini y C. Bolaño (Eds.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación* (pp. 9-25). Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Mastrini, G. & Becerra, M. (2006). La economía política de la comunicación vista desde América Latina. *E compoós. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 7, 2-20.
- Mastrini, G. & Mestman, M. (1995). ¿Desregulación o reregulación? De la derrota de las políticas a la política de las derrotas. *Ponencia ante las I Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación*. Buenos Aires, Argentina.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Mosco, V. (2009). *La economía política de la comunicación*. Barcelona, España: Editorial Bosch.
- Polanyi, K. (1992). *La gran transformación*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Sánchez Ruiz, E. & Gómez García, R. (2006). *La economía política de la comunicación y la cultura. Tradiciones y conceptos*. Recuperado el 20 de diciembre de 2012 de http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62_esp.pdf
- Wade, R. (2008). ¿Cambio de régimen financiero? *Revista N.L.R.*, (53), 5-21.
- Wallerstein, I. (2005). *La decadencia del poder estadounidense. Estados Unidos en un mundo caótico*. México: Ediciones Era.
- Zallo, R. (1998). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, España: Akal.
- Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura. En L. Albornoz (Comp.), *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 17-60). Buenos Aires, Argentina: Paidós.