

# Buscar aquello que nos une desde una perspectiva esencialmente crítica

Search for what unites us from an essentially critical perspective

**Lucía Guamán Gavilano, Andrea Stambuk Sánchez, Paula Andrea Peñarrieta Chaga**

Bolivianas, estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Regional Cochabamba. Las autoras declaran no tener conflicto de intereses con la revista Punto Cero ni con ningún miembro de su Comité Editorial.

**luciaguamangavilano@gmail.com, andrea.stambuk@gmail.com, paulaandrea\_chaga@hotmail.com**

GUAMÁN, Lucía et al. (2013). "Buscar aquello que nos une desde una perspectiva esencialmente crítica". Punto Cero, Año 18 – N° 26 – 1° Semestre 2013. pp. 89-92. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.

## Resumen

César Bolaño, presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) habla sobre la situación de la comunidad académica de la comunicación en la región, el estado actual del organismo que preside y cuáles son sus proyectos más inmediatos. Bolaño destaca la influencia de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC) en las asociaciones latinoamericanas. Le apasiona el estudio de la Economía Política de la Comunicación a tal punto que fue fundador de la red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (EPTIC). Según el autor, la Economía Política es una visión crítica "básicamente marxista" que se puede articular en el campo de la comunicación.

**Palabras clave:** Economía Política de la Comunicación, medios de comunicación y democracia, ALAIC.

## Abstract

Cesar Bolaño, president of the Latin-American Communication Researchers Association (ALAIC), comments on the academic community of communication in the region, the actual situation of the ALAIC and their current projects. He also highlights the influence of the Bolivian Association of Communication Researchers (ABOIC) in the Latin-American academic community. He is passionate about the studies on Political Economy of Communication to the extent of being the founder of the Political Economy of the Information Technology in Communication Network (EPTIC). Bolaño says that the Political Economy is a critical vision "basically Marxist" that can be articulated in the field of communication. He concludes with the explanation of his current studies and giving suggestions in future studies in communication.

**Keywords:** Political Economy of Communication, Democratization of the media, ALAIC.

## Résumé

César Bolaño, président de l'Association Latino-Américaine de Chercheurs de la Communication (ALAIC) parle sur l'état actuel de la communauté académique du continent, ainsi que du devenir de l'affiliation qu'il préside. Mais aussi, Bolaño met en évidence l'influence de l'Association Bolivienne de Chercheurs de la Communication (ABOIC) dans le développement des associations similaires en Amérique Latine. Comme passionné de l'étude de l'Économie Politique de la Communication, il a établi le réseau d'Économie Politique des Technologies de l'information et de la Communication (EPTIC). D'après lui, l'Économie Politique part d'une vision critique « essentiellement marxiste » que l'on peut articular à partir du champ intellectuel de la communication.

**Mots-clés:** Économie Politique de la Communication, démocratisation des média, ALAIC.

César Bolaño, presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), llegó a la ciudad de Cochabamba para participar en el I Seminario Regional Andino de Investigación en Comunicación que se llevó a cabo en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Regional Cochabamba, del 8 al 10 de noviembre de 2012.

Bolaño, brasileño, es un hombre robusto y serio. Es uno de los pioneros de la red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (EPTIC) y director de su revista EPTIC ON LINE. Fue el primer presidente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) y hoy se dedica, además, a ser el tesorero de The International Association for Media and Comunicación Research (IAMCR).

Entre sus libros más importantes figuran un estudio clásico sobre la televisión brasileña, publicado en 1988 (Mercado Brasileño de Televisión) y re-editado en 2004, otro teórico sobre la Economía Política de la Comunicación, publicado en 2000 en portugués (Industria Cultural, Información y Capitalismo), en vías de publicación en español.

Sus artículos más recientes abordan temas como la economía política de Internet, la crítica de la economía política del conocimiento, regulación y mercado de la televisión brasileña. Con su experiencia en el campo de la comunicación, Bolaño es profesor en la Universidad de Sergipe y de la Universidad de Brasilia y ha sido invitado, en diferentes ocasiones, por universidades brasileñas y latinoamericanas, así como por la New York University y por las universidades españolas de Sevilla y Santiago de Compostela. Coordinó un proyecto de intercambio CAPES-COFECUB (Brasil-Francia) en los años de 1990 y actualmente coordina un CAPES-MECD (Brasil-España) (Cf. JORNAL INTERCOM 2008).

### 1. La gestión de la ALAIC

En ocasión de su visita a Cochabamba, habló con Punto Cero sobre la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) que preside, como organismo internacional de carácter científico y gremial sin fines lucro, que desde noviembre de 1978 agrupa a investigadores, asociaciones e instituciones dedicadas a la investigación científica en materia de comunicación.

**PREGUNTA.** ¿Se puede decir que existe una comunidad académica de comunicación en la región?

**BOLAÑO.** Sí, seguramente. América Latina tiene una tradición muy importante en comunicación y eso es muy importante que se diga porque muchas veces los estudiantes no lo saben. Éste es un problema de dominación cultural. No quiero hablar del imperialismo que era la idea de Beltrán, porque yo tengo una visión muy distinta. Pero, de hecho, en lo que se refiere al mundo de la producción científica en general, hay una importancia muy grande y, ante el avance del pensamiento norteamericano y del pensamiento eurocéntrico, nosotros estamos en una situación de organizarnos internamente para enfrentar eso. Entonces en América Latina hay una tradición muy larga y a veces poco conocida.

**P.** ¿Cuál fue el papel de Luis Ramiro Beltrán en esto?

**B.** Estuve en el seminario de Luis Ramiro Beltrán y ustedes saben mejor que yo el trabajo que tuvo ya en aquel momento junto a muchos otros intelectuales latinoamericanos en el campo de la comunicación. Esto siguió con el trabajo de Barbero en los años ochenta, noventa; y luego el trabajo de los de mi generación. Entonces esto hay que articular y dejar claro que se trata de un campo que tiene una historia, una tradición y una perspectiva de futuro.

**P.** ¿Cuál fue su contribución a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación?

**B.** Yo estoy en ALAIC desde su refundación en el '92, participé del primer congreso y fui coordinador del grupo de economía política. En un determinado momento, entre los compañeros, decidimos que podía presentarme dentro de una plancha con un proyecto para asumir la presidencia en ese momento.

**P.** ¿Cómo encontró a la ALAIC al asumir el cargo?

**B.** Todo estaba muy bien. La ALAIC tiene una trayectoria interesante, pero a partir del '92 asume una cara más académica: de organización de congresos, de publicaciones. Es un momento muy interesante, un momento de crecimiento de los cursos y de los postgrados en comunicación, pero también es el momento del pensamiento único.

Cuando yo entré, la propuesta era avanzar sobre lo que se había construido en términos de organización con cara académica, hacer algunas

reformas que eran necesarias y avanzar en términos de debate interno sobre el pensamiento crítico latinoamericano. Ese es el proyecto en general.

P. ¿Cuál es la situación actual de la ALAIC y cuáles son los proyectos que se están trabajando?

B. La situación actual es un poco la consecuencia de lo que hemos hecho en los últimos tres años, entonces es mucha cosa [...]. Pero básicamente se ha hecho una reforma de los grupos de trabajo que ahora cuentan con un coordinador y dos vicecoordinadores. También hubo un proceso de regionalización, se crearon representaciones regionales y se están organizando seminarios regionales como éste [el I Seminario Regional Andino de Investigación en Comunicación]. Básicamente la idea es extender el debate al interior de América Latina.

También hubo un crecimiento importante del número de asociaciones nacionales que son nuestras socias, entonces, estamos trabajando con representaciones regionales, con grupos de trabajo y asociaciones nacionales en la perspectiva de avanzar en el debate interno sobre el pensamiento latinoamericano.

Por otro parte, tenemos una estrategia de acción en el nivel externo. Con otras entidades que no son de comunicación como ALAS, por ejemplo, y también con entidades de comunicación no latinoamericanas, estamos organizando cosas; con CREA, CONFIBERCOM hemos creado una revista que es puramente en inglés para establecer el debate interno y externo.

## 2. La contribución de la ABOIC

La Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC) es una institución sin fines de lucro que nace el 4 de febrero de 1981, con el objetivo de apoyar, producir incentivar y difundir la investigación en el campo de la comunicación en Bolivia desde una perspectiva democrática y pluralista.

P. ¿Cómo ve a la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación?, ¿cuál es su influencia en la región?

B. La ABOIC siempre tuvo una influencia, bueno, siempre no. Desde que yo participo del campo, la ABOIC siempre fue una institución fundamental. En el momento más bajo [ríe] de nuestra organización solo había tres asociaciones nacionales: INTERCOM de Brasil, AMIC de México y ABOIC de Bolivia. Entonces la

posición de la ABOIC en el campo se puede decir (hoy que tenemos nueve asociaciones en el campo) es una posición tradicional.

La ABOIC participó en todos los momentos de organización del campo, desde el principio tuvo la presidencia de Erick [Torrico]. Ahora, en la política de regionalización, [Erick] está participando en nuestra plancha, estuvo desde el primer momento.

La ABOIC tiene una influencia grande, importante y yo creo que esto -bueno habría que hacer una investigación también- pero yo creo que esto es influencia también del hecho de que Bolivia, a través de Luis Ramiro Beltrán, tuvo una participación muy importante en la formación del pensamiento comunicacional latinoamericano. O sea, esa influencia y el trabajo de coordinación que tuvo Erick, desde la refundación de ALAIC, yo creo que esto todo, y hace que la ABOIC tenga una posición muy importante hoy día en este contexto.

## 3. El aporte del Brasil

P. Se dice que la comunidad latinoamericana de la comunicación se ha estructurado alrededor del aporte del Brasil. ¿Qué piensa al respecto?

B. El aporte de Brasil es un aporte siempre muy grande, si en Brasil todo es grande, ¿no? [Ríe]. El campo académico en Brasil es muy grande y en comunicación hay como cincuenta postgrados, entonces se imaginan.

Los congresos que nosotros tenemos, pues por lo menos la mitad del público, de los asistentes, son brasileños. Entonces, hay muchos trabajos brasileños y eso hace que el pensamiento brasileño tenga una incidencia importante. Pero hay que decir que esto no significa que sea mejor o peor que otros, ¿no?

Mi perspectiva como presidente de esta asociación es buscar aquello que nos une y entender las contribuciones de un país pequeño, bueno Bolivia no es un país pequeño, es más o menos como Francia, ¿no?, pero en el contexto europeo sería enorme. Es decir, en el contexto latinoamericano, países relativamente pequeños como Bolivia tienen una tradición impresionante, tiene una figura como Luis Ramiro, fundamental. Entonces no es el tamaño lo que decide.

## 4. La economía política de la comunicación

Según el entrevistado, la Economía Política de la Comunicación enfrenta tres tareas básicas: recuperar las discusiones planteadas en torno a

la propiedad de los medios, trabajar en la definición de políticas democráticas de comunicación y luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información.

P. De una manera sencilla, ¿qué es y qué sentido tiene el estudio de la economía política de la comunicación?

B. La Economía Política de la Comunicación es una perspectiva de estudio del campo de la comunicación, de las mediaciones comunicativas, con base en el reconocimiento de la estructura de la organización del sistema político, económico y social. Tiene una tradición crítica, que viene de la economía política crítica, es básicamente marxista, pero no solo eso. Entonces, es uno de los paradigmas que se pueden articular en el interior del campo de la comunicación al cual América Latina también tiene una contribución que dar.

Entonces, para la economía de la comunicación latinoamericana es más importante reconocerse al interior del pensamiento crítico latinoamericano que en una economía política general, porque esto no existe. Entonces, es una forma, junto con otras, de entender la realidad de nuestros países.

P. ¿Cuál es la contribución a este fenómeno de la Red de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (EPTIC) que Ud. ha conformado?

B. Tengo que ser modesto, ¿no?, porque fue una creación nuestra. La revista EPTIC organizó la Economía Política de la Comunicación latinoamericana. Esto comenzó en 1999 y ahí fue donde se aglutinó una idea de una Economía Política de la Comunicación latinoamericana. Y ello a partir de los grupos de trabajo de economía política de la ALAIC y de INTERCOM (en ese momento yo manejaba las dos asociaciones, la latinoamericana y la brasileña, respectivamente). Entonces cuando se creó la Red hubo como una expansión y, a partir de ahí, se creó la EPTIC, que luego creció mucho. Entonces, la Red está un poco en la génesis y sigue muy activa, porque publica la revista EPTIC y participa de todos los foros de la economía política a nivel internacional.

P. Respecto de las nuevas tecnologías, ¿cree posible una democratización del acceso a las mismas y a la red Internet en la región?

B. Yo creo que ése es el punto fundamental de la realidad que nos toca estudiar y proponer. El mundo está cambiando y entre las cosas que están cambiando en el mundo, que se puede explicar, está esto. Estamos pasando de una

determinada forma de organización de los sistemas de comunicación a otro y aquí muchas veces hay muchos equívocos: la gente, a veces, no entiende exactamente lo que pasa.

La Economía Política tiene una explicación para el fenómeno. Y yo creo que éste puede ser uno de los espacios en que se podrían juntar diferentes disciplinas para poder hacer un análisis más realista.

## 5. Proyectos futuros

P. ¿Qué estudios se encuentra realizando actualmente?

B. Tengo dos líneas de trabajo en este momento, una personal que es el estudio del pensamiento de Celso Furtado sobre la cultura. Furtado fue uno de los dos principales economistas de América Latina, creador del estructuralismo latinoamericano que tuvo una influencia muy grande en todo el continente. Era un economista político, un hombre que se movía mucho en diferentes ciencias sociales y tenía un pensamiento muy holístico en su interior.

Entonces, en el campo de la Económica Política tal como yo la veo y respecto de la relación que tiene que tener, por ejemplo, con la antropología y con las ciencias sociales, el pensamiento de Furtado es fundamental. Ésa es la investigación que estoy realizando a título personal. Ahora, con mis estudiantes en la universidad estamos, ya hace algún tiempo, trabajando sobre la Economía Política de la Internet. Ya hemos producido dos pequeños libros y estamos ahora comenzando a trabajar sobre el tema de las redes sociales.

P. ¿Qué sugerencias puede dar a los jóvenes para futuros estudios en comunicación?

B. La sugerencia es que procuren conocer el pensamiento latinoamericano que tiene la perspectiva esencialmente crítica. Es interesante que se sepa manejar todas las herramientas, que se conozca bien el inglés y que haya relación también hacia fuera. Pero la fuerza que ustedes puedan tener en el futuro, en su contribución, parte de su propia cultura. Hay que reconocerse en el pensamiento latinoamericano no solamente en el pensamiento comunicacional ¿no? Entender la cultura en general y como cultura académica, porque a partir de ahí se puede efectivamente dar contribuciones originales, no reproduciendo o imitando aquello que nos viene de afuera.

GUAMÁN, Lucía et AL. (2013). "Buscar aquello que nos une desde una perspectiva esencialmente crítica". Punto Cero, Año 18 – N° 26 – mayo 2013. pp. 89-92. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.