

El legado de Robert A. Brady: Orígenes antifascistas de la Economía Política de la Comunicación¹

Dan SCHILLER*

(Traducción de Ana I. SEGOVIA)

(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

Propuesto: 27 de marzo

Aceptado: 10 de abril

A lo largo de las décadas, a través de un proceso de desarrollo paulatino y al mismo tiempo tremendamente irregular, los sistemas de comunicación institucionalizados han circundado y acordonado el globo. Antes de la Segunda Guerra Mundial, en las regiones desarrolladas aparecieron los medios electrónicos y los sistemas de telecomunicaciones, que se unieron a la prensa urbana y la industria del cine, convirtiéndose en grandes empresas, y dando lugar a nuevas prácticas económicas, políticas y culturales.

¿Qué formas de propiedad y control ejemplificaban este próspero sector comunicativo? ¿Cómo se organizaban, y reorganizaban, las agencias de comunicación, de acuerdo con las preferencias políticas gubernamentales (tanto tácitas como explícitas)? ¿Qué funciones sociales y propósitos institucionales eran puestos de relieve por los modernos sistemas de comunicación? ¿Cómo, preguntaba un temprano estudio de estos problemas (Smythe, 1960), se tomaban las decisiones para la producción de ciertos tipos de bienes y servicios comunicativos y no otros? ¿Y qué políticas determinaban la distribución social de estos bienes y servicios? Por último, ¿cómo se interrelacionaban, quizás amoldaban, los nacientes sistemas de toma de decisión de los medios con aquéllos que regían otras instituciones económicas, políticas y culturales? ¿Apoyaban la libertad política, el desarrollo cultural y el bienestar económico los modernos sistemas de comunicación —o avalaban algún tipo de disfunción social—? ¿Cuál era el estatus histórico de las comunicaciones organizadas dentro de la más amplia esfera de la reproducción social?

Éstas eran cuestiones que una radical Economía Política de la Comunicación, que surge entre 1950 y 1970 como un proyecto académico relativamente aislado en

¹ Publicado originalmente en *The Journal of Media Economics*, 12 (2), 1999, pp. 89-101, bajo el título "The Legacy of Robert A. Brady: Antifascist Origins of the Political Economy of Communications". Agradecemos especialmente al autor su permiso para la traducción y publicación del artículo.

* Graduate School of Library & Information. University of Illinois at Urbana-Champaign. El autor agradece su ayuda a Susan G. Davies, Edward S. Herman y Hebert I. Schiller.

los Estados Unidos, el centro histórico de la industria de la comunicación mundial de hoy en día, calificaba como urgentes. Al abordarlas, este pionero esfuerzo suscitó lo que Mosco (1996) consideró se convertiría en “un historial de investigación considerablemente superior al apoyo institucional recibido” (p. 70). Si bien admitiendo que supone un desaire para los desarrollos complementarios de fuera de la anglófona Norteamérica, y en cierta medida resulte arbitrario, no obstante es útil para nuestros presentes propósitos diseccionar la tradición académica estadounidense en dos vertientes más generales y coincidentes. La primera está formada por el análisis de las presiones y limitaciones político-económicas que actúan habitualmente sobre gran parte de las comunicaciones y prácticas culturales contemporáneas, permitiendo de este modo que, en una medida u otra, el capital controle su forma y contenido (Herman y Chomsky, 1988; Schiller, 1995). La segunda está formada por estudios sobre el estatus ascendente de la industria de la comunicación en el proceso de acumulación de un capitalismo global “informacionalizado” (Davis, Hirschl y Stack, 1997; Herman y McChesney, 1996; Mosco, 1982; Mosco y Wasko, 1988; Schiller, 1982, 1999; Schiller, 1981, 1982, 1999; Sussman y Lent, 1991).

¿Qué motivó la aparición de esta tradición investigadora que, gracias a la observación de las relaciones entre comunicación y cultura por un lado y las fuerzas político-económicas por otro, han aumentado nuestro conocimiento sobre el proceso de formación social? ¿Qué fuerzas históricas lo animaron como proyecto académico? Casualmente, al menos en Estados Unidos, la gestación de un enfoque político-económico no tomó la forma de un haber directo sobre las prioridades analíticas del marco establecido por la Economía Política marxista —elementos que fueron, de hecho, incorporados en una etapa más tardía—. Ni fue con seguridad producto de un academicismo abstracto. Más bien la problemática conceptual que fue elaborada en los primeros estudios sobre la Economía Política de la Comunicación tenía sus raíces en los que Denning (1996) denominó “el frente cultural” de los años 30 y principios de los 40 y, en concreto, la síntesis intelectual antifascista que fue el distintivo de la época.

EL TRABAJO DE ROBERT A. BRADY

Para entender los orígenes de este campo de estudio conviene revisar las durante largo tiempo desconocidas aportaciones del economista Robert A. Brady. A través de su influencia, directa e indirecta, en dos de sus defensores pioneros, Brady tuvo un profundo impacto en el marco conceptual sobre el que se construyó el enfoque de la Economía Política de la posguerra. En la época en la que Dallas W. Smythe y Herbert I. Schiller trabajaron juntos como colegas a principios de los 60 en la Universidad de Illinois at Urbana-Champaign (junto con otros como Thomas Guback y George Gerbner) integraron las ideas de Brady a la Economía Política de la Comunicación. El trabajo y legado de Brady fue fundamental para su proyecto académico.

Nacido en 1901 en una granja en Washington e influido por el “radicalismo rural” (Dowd, 1994, p. 1033) de ese tiempo y lugar, Brady obtuvo un Doctorado en Economía en la Universidad de Columbia en 1929, y logró a partir de entonces una

distinguida carrera como economista institucional. Se unió al profesorado de la Universidad de California, Berkeley, lugar que fue su hogar de manera continuada hasta su muerte en 1963. Durante la Depresión, Brady fue investigador del Social Science Research Council (1930-1931) y de la Carnegie Corporation (1935-1936); durante la Segunda Guerra Mundial fue profesor visitante de la Universidad de Columbia y la Universidad de Chicago. Ocupó puestos de alto nivel en la Consumers Division of National Recovery Administration (NRA) en 1934 y en la Office of Price Administration de 1941 a 1942. Desde cerca de los treinta hasta cerca de los cincuenta, Brady editó trabajos académicos muy importantes a un ritmo frenético. Después de 1950, sin embargo, en parte como resultado de su desconcierto personal consecuencia de la amenaza roja, sus publicaciones disminuyeron brusca-mente. Su último libro publicado apareció en 1961. Dos años después acaeció su muerte, precedida de una enfermedad degenerativa, justo cuando las comunicacio-nes estaban comenzando a asegurarse un nicho académico y cuando el estudio radi- cal de la economía política de la comunicación empezaba a despegar.

Como maduró entre las titánicas luchas sociales y los vaivenes económicos de comienzos del siglo XX, el pertinaz esfuerzo de Brady se centró en documentar y teorizar sobre lo que el historiador económico Douglas Dowd (1994) —en un tiem- po su estudiante y amigo— identificó como “las relaciones existentes y potencia- les entre la tecnología y la organización social” (p. 1035). Conocedor del marxismo, y no contrario a él, tomaba la explotación económica como un hecho; sin embargo, como relata Dowd, no trabajó formalmente dentro de la construcción teó- rica establecida por el marxismo, sino que llamó sistemáticamente la atención sobre “el *poder* socioeconómico de los negocios” (p. 1033). En este contexto, Brady se concentró en las tendencias hacia la centralización que invadían los negocios durante las primeras décadas del siglo XX; y no sólo en tanto su organización inter- na sino también en cuanto a sus relaciones con la sociedad en general. Para ello desarrolló dos líneas fundamentales de investigación. En primer lugar, exploró a lo largo de su carrera los modos por los cuales el crecimiento continuado de las grandes empresas de negocios plasmaban las formas y procesos de “racionaliza- ción” económica —o la planificación sistemática combinada con la imparable reor- ganización industrial—, los cuales minaban en gran medida las suposiciones y prácticas que definían el capitalismo liberal del siglo XIX. En segundo lugar, durante las décadas de los 30 y 40, intentó demostrar que esas formas incipientes de organización económica generaban en cambio la base futura para una estructu- ra de dominio social envolvente y antidemocrática. A lo largo de la depresión, la guerra y la Guerra Fría, Brady insistía continuamente en que el problema funda- mental de nuestro tiempo era si la gestión de una estructura industrial centralizada podía conciliarse con las instituciones democráticas (Brady, 1961).

Como muchos otros, desde Thorstein Veblen, el más viejo de los inconoclastas (a quien conoció y del que aprendió), hasta marxistas como Rudolf Hilferding y Paul Sweezy —casi contemporáneo suyo este último—, Brady luchó por aceptar teórica e históricamente la revelación de que la era del *laissez-faire*, caracterizada por la inter- acción competitiva entre muchas unidades económicas individuales, había llegado a su fin. Brady se dio cuenta de que en su lugar predominaba un nuevo sistema sor-

prendentemente centralizado. De este modo, un relativamente pequeño número de gigantescas corporaciones que operaban en toda la nación intentaban sistematizar su propia producción y programas locales, al mismo tiempo que reducían la duplicación de instalaciones en industrias enteras e integraban de manera más eficiente la oferta y la demanda entre industrias antaño separadas (Dowd, 1994: 1041-1042). Esta tendencia hacia la racionalización necesitó de la creación de nuevas formas preponderantes de coordinación y control económicos. El maremágnum resultante de las medidas institucionales emprendidas para llevar cabo una planificación económica más centralizada dio lugar, como consecuencia, al rasgo más elemental y representativo del capitalismo contemporáneo. El establecimiento por parte de la Administración Roosevelt de la National Recovery Administration (NRA), cuyo programa de formación de cárteles por iniciativa del Estado permitió (antes de ser declarado institucional en 1935) que unas 800 industrias tuvieran asociaciones de comercio que fijaban precios mínimos así como cuotas geográficas y de producción (Dowd, 1994), personificó esta tendencia.

Brady argumentó que la planificación cada vez más sistemática y la racionalización industrial eran elementos indisolubles de la empresa industrial moderna. La tecnología y el ascenso, de hecho, de los grandes negocios contemporáneos demandaban una centralización sin precedentes del proceso de toma de decisiones en los negocios y la creación de políticas, no sólo dentro de empresas individuales sino también entre ellas. Para Brady (1943), por tanto, “Integración, coordinación y planificación son la propia médula y raíz, esencia y espíritu, del sistema industrial tal y como se está desarrollando en nuestro tiempo” (p. 1).

Brady no era en absoluto contrario al proceso de racionalización económica o a lo que él terminó por llamar *la revolución científica en la industria* (Brady, 1961). ¿Sobre qué otras bases podía establecerse una economía industrial moderna que fuera operativa? Actividades como las técnicas de procesamiento y producción, las estimaciones de costes y, no menos importante, la dirección en sí misma, simplemente tenían que someterse a una gestión sistemáticamente centralizada. En algunas industrias, siendo la de telecomunicaciones un caso clásico en este caso, las necesidades operacionales suponían que estaba generalmente justificada la integración completa del suministro de servicios bajo una sola dirección (Brady, 1943). Incluso donde no se habían llegado a formar monopolios auténticos existía una necesidad de interconectividad general entre los usuarios que obligaba a la creación de estándares técnicos comunes para que las redes en colaboración pudieran “operar como si formaran parte de un único sistema industrial” (Brady, 1961: 365). La necesidad de planificación iba más allá de la simple propiedad.

La cuestión imprescindible era, de nuevo, si las “redes de control” resultantes podrían armonizarse con la democracia o si, “al quitar toda restricción pública” (Brady, 1943: 2), el poder centralizado de los negocios podría tomar “el camino totalitario”. Durante la guerra, Brady (1943) intentó situar esta difícil cuestión en una perspectiva comparativa sistemática: “¿muestra en alguna parte la civilización capitalista algún signo de ser capaz o estar dispuesta a planificar recursos y aunar metas en una escala nacional de acuerdo con una fórmula viable que sea coherente con las instituciones democráticas?” (p. 6).

¿TENDENCIAS FASCISTAS DENTRO DEL CAPITALISMO?

Perfeccionando su pericia académica sin descanso, Brady escudriñó iniciativas empresariales en varios países, en especial Alemania y los Estados Unidos, a la búsqueda de una respuesta. Lo que encontró demostrable fue que los grandes negocios estaban intentando no sólo reestructurar sus operaciones y procedimientos internos, sino también aumentar su influencia externa sobre toda la sociedad en general. ¿Con qué fin? Esta pregunta tuvo una presencia insistente, incluso enervante, durante los años 30 y principios de los 40, y llegó a impregnar todas las perspectivas de estudio de Brady. ¿Auguraban la centralización de los negocios en curso la creación de una fundación de origen antidemocrático y propósitos autoritarios con intereses extra-económicos? ¿Podiera ser el fascismo una consecuencia orgánica del desarrollo capitalista?

Brady no era ni mucho menos el único en identificar la marcada continuidad entre ambas formaciones sociales. Durante los días del Frente Popular, los famosísimos novelistas Sinclair Lewis (1935) y Mari Sandoz (1939) estaban entre aquellos que utilizaron la ficción para advertir del peligro que suponía la displicente creencia de que “eso no podía ocurrir aquí”. Trabajando desde un género diferente, el teórico de la Escuela de Frankfurt Max Horkheimer —que se convertiría más tarde en alguien fundamental para el estudio de la comunicación—, compartía esta crítica al declarar en 1939 que cualquiera “que no desee hablar del capitalismo debería permanecer en silencio respecto del fascismo” (en Held, 1980: 52). Robert Lynd, uno de los valedores del estudio de la comunicación de la Universidad de Columbia Paul Lazarsfeld, también adujo, en su prólogo al libro de Brady *Business as a System of Power*, que la manera antidemocrática en la que los grandes negocios estadounidenses habían asumido la dirección de la Segunda Guerra Mundial presagiaba “un ticket de ida hacia el fascismo americano” (1943: xvii).

El profundamente documentado estudio de Danielian (1939) sobre la American Telegraph & Telephone detectó también augurios aterradores de autoritarismo en los intentos de esa compañía por manipular “la mente pública”. Y el análisis de Rorty sobre la “pseudocultura” americana distinguía en el aparato de la publicidad contemporánea una “maquinaria de [...] súper-gobierno”, un “instrumento de reglamentación” cuya función económica, la producción de clientes, Rorty (siguiendo a Veblen) consideraba “no menos esencial que la producción de carbón o acero” (1934:30, 18, 33).

El propio Brady sostuvo que cualquier tipo de transición de una democracia liberal al autoritarismo en los Estados Unidos requería necesariamente de algo más profundo y sólido que la subjetividad reaccionaria de líderes empresariales como Henry Ford, o la ampulosa propaganda del “sacerdote radiofónico” Charles Coughlin. El fascismo, en definitiva, supone algo más que malas maneras. Inspirándose en su estudio anterior —“The Rationalization Movement in German Industry”²—, en su experiencia en el ámbito de la NRA, y en su contacto personal con Franz Neumann —analista destacado del nazismo de la Escuela de Frankfurt— y otros estudiosos

² N. T.: “El movimiento hacia la racionalización de la industria alemana”.

refugiados, Brady compuso un análisis comparativo de las tendencias estructurales de las seis potencias capitalistas líderes. Para él, la aparición, durante las primeras décadas del siglo XX, y especialmente tras la Primera Guerra Mundial, de una forma de capitalismo construido en torno a gigantescas corporaciones, relacionadas entre sí a través de agrupaciones comerciales, patronales, cárteles y otras maneras de “asociación en la cumbre”, ponía de manifiesto el punto de convergencia fundamental entre los principales poderes industriales. El control establecido en connivencia sobre precios, producción, *marketing* y políticas laborales, posibilitaba a los reducidos complejos de poder corporativo, por tanto, la dominación de la vida económica de cada país (Brady, 1943: 259).

La centralización del control de los negocios también había permitido la provisión de una base decisiva de poder político sobre el Estado. Para Brady (1937),

la fuerza concentrada [de los grandes negocios] es fuerza política. El poder para influir en la legislación es poder político; el poder para coaccionar a los sindicatos es poder político; el poder para hacer cumplir una política en materia de precios es poder político; el poder para imponer un uso más o menos exclusivo de los medios de comunicación para la manipulación de la opinión pública es poder político (pp. 374-375).

Los grandes negocios se habían entrelazado unos con otros, con las instituciones del Estado y partidos políticos, y, en algunos casos, con las instituciones militares y religiosas, no sólo en Alemania, Italia y Japón, sino también en Francia, Gran Bretaña y los Estados Unidos. Brady sostiene que “El programa de la NRA americana”, como las *British Marketing Acts*, era en el nivel económico, “un programa ‘fascista’ en esencia, en principio y —en general— en estructura” (pp. 332, 329).

Como quintaesencia de dichas tendencias, a su vez, el régimen nazi alemán podría ser descrito equitativamente “como una dictadura del capitalismo monopolístico. Su ‘fascismo’ es aquel del sector empresarial organizado sobre una base monopolística, y sometido por completo al poder militar, policial, legal y propagandístico del Estado” (Brady, 1937: 22). El fascismo era por tanto la unión de poder económico y extra-económico, desplegado y supervisado conscientemente por una “pirámide de control” centralizada que permanecía dispuesta a preservar el principio capitalista (Brady, 1943: 114).

Brady trató por todos los medios de poner de relieve que no existía ninguna prueba de que el gran capital hubiera concebido por sí mismo el Estado fascista, independientemente de lo mucho que apoyara o se beneficiara de un régimen fascista concreto (Brady, 1943: 74). No obstante consideraba no menos vitales dos observaciones relacionadas entre sí. La primera, que la estructura de organización del fascismo, su “Estado corporativo”, surgió en última instancia como “una evolución directa de lo que se había desarrollado a partir de los en otros tiempos círculos de empresarios” (1943: 121, 74). El fascismo era por tanto una extensión de la “dominación de clases coordinada” (1943: 79). La segunda que, sin embargo, el fascismo debía observarse como señal de un hito crucial, una elección de la sociedad entre la extensión radical de la práctica democrática y la contrarrevolución. En los países del Eje, el gran capital había hecho esta elección de manera preferente, en un torbellino de movilización política en aumento —no sólo de la derecha sino también

de la izquierda—. La presión de la clase trabajadora había inducido al sector empresarial a ser “políticamente consciente” (1937: 368). Brady escribió:

Fue la pobreza generalizada y las privaciones masivas, que condujeron a una acción revolucionaria masiva, las que hicieron que los intereses industriales y financieros italianos respaldaran el Fascismo a la carta de Mussolini. Fue el desempleo creciente y el descenso en el nivel de vida lo que llevó al crecimiento continuado de la izquierda revolucionaria, y produjo que el capital alemán llegara a un acuerdo con Hitler. Fue el intento por recuperar las propiedades perdidas y los privilegios de clase los que provocaron la unión de las fuerzas de la derecha —fascistas— en España contra el poderío creciente de los valedores de las reivindicaciones de campesinos y trabajadores. Y es el desafío de obreros y granjeros sacudidos por la pobreza en Inglaterra, Francia y los Estados Unidos lo que está impulsando la consolidación de las fuerzas fascistas dentro de sus propias fronteras (pp. 363-364; ver también Brady, 1943: 69, 139-145).

Mientras se tomaba esta fatídica decisión, aparecía la característica definitoria del fascismo, el rasgo que lo distinguía de las democracias capitalistas. Tal y como señaló Robert Lynd (en su prólogo a Brady, 1943: xvi-xvii), la etiqueta identificatoria del fascismo era su intento consciente de coordinar “toda faceta cultural y social relevantes”. De este modo, de manera similar a la teorización simultánea de Gramsci (1971) sobre la “hegemonía” como esfuerzo multifacético para asegurar el consenso popular y dar continuidad al principio capitalista, Brady (1937) expuso que el Nazismo requería de una “coordinación de espíritu”. Experiencias alemanas recientes habían sugerido que el “control del fuero interno del trabajador lleva poco a poco al control de la cultura entera —el entorno emocional e intelectual del trabajador por completo, las ciencias y las artes—” (Brady, 1937: 126).

Por consiguiente fue significativo que un estudioso versado en el análisis de la estructura económica hiciera hincapié en el “espíritu” —lo que nosotros llamamos “cultura”—. Pero Brady no veía este “espíritu” como un ámbito que funcionara bajo leyes y principios definidos de modo indiscutible; ni intentaba comprender la evolución de las formaciones culturales fascistas analizando la conciencia y experiencia *per se* —¿cómo podría alguien abordar ese proyecto bajo esas circunstancias?—. Más bien Brady buscó definir los procesos de reorganización a través de los cuales se propagaban las medidas fascistas de control, medidas cuya función básica era integrar la práctica cultural dentro del engranaje del principio antidemocrático. El paternalismo y la disciplina de trabajo; las formas de ocio reglamentadas; los programas de educación, esparcimiento y socialización diseñados para mujeres, jóvenes y niños; las luchas sistemáticas para hacer depender a las asociaciones científicas de la buena voluntad de los grandes negocios y el Estado... Todos y cada uno de ellos fueron perfilados siguiendo el plan de autoritarismo centralizado de los nazis. De este modo, por ejemplo, el régimen nazi descansaba sobre “el control efectivo de todo tipo de instituciones —escuelas, campos de deportes, campamentos— y medios de comunicación para formar e influir sobre la mente juvenil” (Brady, 1937: 184).

Brady —y esta idea no puede enfatizarse más de lo debido— detectó profundas similitudes entre la coordinación totalitaria del espíritu llevada a cabo por los nazis

y las prácticas que se habían convertido en comunes en los Estados Unidos durante el periodo de entreguerras. Se hicieron completamente visibles en los Estados Unidos rasgos de bienestar capitalistas como por ejemplo los sindicatos de empresas; también eran innegables los intentos sistemáticos de avivar los sentimientos racistas. Particularmente de interés para una recién creada Economía Política de la Comunicación se encontraban tres tendencias relacionadas entre sí: “concentración creciente del poder sobre los medios de comunicación para diseminar información” (1943: 290), aumento de las aportaciones para educación por parte de empresarios (1943: 299-301), y una vertiginosamente creciente explotación de las relaciones públicas por parte de los grandes negocios (1943: 197-198, 215-216, 287-293). Cada una de ellas demostraba el esfuerzo paulatino de los intereses empresariales organizados por canalizar la conciencia popular hacia la dirección deseada. “Los negocios orientados hacia el monopolio que intentaban evitar las limitaciones democráticas”, explicaba Brady (1943: 320), “pueden dominar el gobierno simplemente a través del control de los procesos racionales de la mayoría de la gente que está situada en la base de la pirámide social”. El empeño en continuo aumento del sector de los negocios por dar forma a los procesos de formación política había provocado el incremento de los esfuerzos destinados a aprovecharse de su acceso desproporcionado a las formas de comunicación institucionalizadas (ver también Schiller, 1996: 42-51).

En una enunciaci3n que indudablemente contribuy3 a que le pusieran en la piqueta por “antifascista prematuro”, Brady insistió en se~alar que

La 3nica diferencia que se puede encontrar entre la m3quina de propaganda nazi (a la que se han sometido todas las artes y las ciencias en Alemania), y el esp3ritu comercial y los “asesores de relaciones p3blicas” americanos, se encuentra en la facilidad con la que el sistema alem3n es capaz de funcionar a causa de su captura formal de los poderes coercitivos del Estado. Excepto por esta diferencia, los dos coinciden en ver el arte y las ciencias como instrumentos para “vender” una lista de mercancías al p3blico. En ambos pa3ses se conoce como “publicidad” cuando tiene que ver con peque~os asuntos, relacionados con cuestiones como la venta de bienes y servicios concretos. Se llama “propaganda” o “relaciones p3blicas” cuando se refiere a asuntos m3s graves como el “sistema empresarial”, el “capitalismo”, los “grandes negocios” o el “Socialismo Nacional”. El tipo de propaganda que en los Estados Unidos se promueve tan activamente en la actualidad bajo el eufemístico t3tulo de “relaciones p3blicas”, en Alemania est3 centralizado bajo el control del “Ministerio de la Propaganda y la Ilustraci3n” (1937: 83-84).

¿Creían “los escalones m3s altos de la sociedad” en los Estados Unidos (Brady, 1943: 272)

que el paternalismo benevolente est3 libre de la m3cula del despotismo simplemente porque los asuntos esenciales deben ser interpretados tan autoritaria y h3bilmente, los hechos relevantes presentados de tal forma, y los s3mbolos m3s profundamente arraigados en los sistemas de valores de la gente manipulados de tal manera, que se debe hacer “querer” al pueblo en general, o parecer que “quiere”, todo aquello que la elite —que va perpetu3ndose a s3 misma— requiera de ellos?

Brady (1943) llegó hasta a afirmar que “Es prácticamente seguro que si se produce alguna vez en América un golpe de estado de derechas será anunciado como una defensa de las libertades democráticas y un revés para el Fascismo” (p. 273). La misma noción había sido ampliamente expuesta: Por ejemplo Lynd, en un prólogo a Brady (1943, p. xvii), hizo énfasis en que «Si llega una versión americana del fascismo, tendrá que llegar disfrazada con todos los ropajes aparentes de la democracia». Reminiscente de una sugerencia planteada por Rorty (1934, p. 394), la misma idea aparece de nuevo en un filme contemporáneo protagonizado por Spencer Tracy, *Keeper of the Flame*.

De esta manera, formas cada vez más coercitivas de capitalismo (de las cuales el fascismo representa la “fase más políticamente consciente”) amenazaban con echar raíces en todo lo ancho del mundo industrializado (Brady, 1937, p. 362). Dentro de este contexto histórico más amplio, los medios de comunicación eran un instrumento clave, entre otros; todos ellos explotados por una estructura de mando cada vez más conscientemente antidemocrática, comprometida en mantener sus propias reglas. Este acertado punto de vista, y mucha de la problemática que lo revestía, fue abordado por los precursores de la corriente de la economía política de la comunicación.

LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

Smythe, canadiense, fue el primer economista jefe de la Comisión Federal de Comunicaciones (1943-1948), y el primero en introducir cursos en economía política de la comunicación en la Universidad de Illinois (Guback, 1994: 2). Gracias a una larga serie de artículos y dos libros, Smythe, que murió a la edad de 85 años en 1992, ayudó a construir una tradición de estudios político-económicos sobre comunicación.

La influencia de Brady fue reconocida por Smythe en numerosas ocasiones. En el prefacio a su legendaria monografía, *The Structure and Policy of Electronic Communication*, Smythe (1975) agradeció a Brady, a quien había llegado a conocer en Berkeley durante sus estudios de Doctorado en Economía, “participar con él en las discusiones que habían dado lugar a la escritura de la presente obra”. (p. 5). En unas memorias autobiográficas elaboradas durante la década de los 80, Smythe explicó detalladamente que su primer trabajo

comenzó en 1955, cuando Robert A. Brady me envió un manuscrito para que lo revisara. Estaba escribiendo sobre el desarrollo de la estandarización (como parte de su trabajo sobre el movimiento burocrático/de racionalización) y sus repercusiones político-económicas. Le escribí señalando que había incurrido en algunas afirmaciones erróneas sobre la estandarización en la telegrafía y la telefonía. Él me contestó interesándose por las modificaciones que debería hacer en su manuscrito. Entonces le propuse un libro conjunto en el que yo trataría los movimientos de estandarización en las telecomunicaciones y él en otras áreas industriales. Sugirió que cada uno escribiera su parte de manera independiente (en Guback, 1994: 49).

El manuscrito de Brady apareció como uno de los capítulos fundamentales de su propio trabajo profético, *Organization, Automation, and Society*, que integraba las

telecomunicaciones dentro de un retrato más global de la reorganización continuada de la industria moderna.

La obra monográfica de Smythe, que se centraba únicamente en las telecomunicaciones, incorporaba no obstante uno de los fundamentos teóricos de Brady en su marco de trabajo preponderante. El propósito de Smythe era “considerar el grado de integración de las agencias de comunicación en organización y gestión que ha provocado la tecnología de las comunicaciones electrónica, tanto dentro como entre las distintas naciones” (p. 7). Por tanto, al explorar la racionalización económica y la coordinación centralizada en el contexto histórico específico de la industria de las comunicaciones, Smythe estableció su estudio dentro de una construcción analítica que era en lo general, si bien implícitamente, la de Brady.

Este marco de trabajo resultó provechoso. Smythe lo utilizó para dar sentido a las políticas de distribución de frecuencias, hechas en la teoría y en la práctica, respecto del espectro electromagnético, un asunto de importancia crítica que Smythe situó como permanente en los temas de investigación de una Economía Política de la Comunicación incipiente. El énfasis de Smythe en los usos industriales del espectro radiofónico (1957) —en el momento en el que empresas coetáneas de fuera del sector de la radiodifusión se apresuraban a integrar las comunicaciones en todos los ámbitos, desde la exploración petrolífera hasta la navegación aérea— preparó también el camino para investigaciones posteriores que harían hincapié en la emergente importancia de las comunicaciones como eje central del último desarrollo capitalista (quizá la más clara la de Schiller, 1982). Por último, la contribución más destacada de Smythe tenía ecos del precepto guía de Brady: los principios democráticos tenían que conciliarse de alguna manera con la industria moderna. “Las telecomunicaciones demuestran”, resumía Smythe (1957: 12).

que la organización nacional e internacional integrada ya existe (y es inútil especular sobre el hecho de que no es así). También provee la base para concluir que siendo ése el caso, los asuntos relevantes para ser considerados socialmente no deberían partir de la pregunta: ¿Debería existir esa organización?, sino más bien, ¿Qué políticas debería seguir tal organización?

El propio Brady no podría haberlo dicho mejor.

Huellas de alguna manera más difusas de la problemática de Brady están asimismo presentes en la literatura sobre comunicación del otro fundador del enfoque de la Economía Política de la Comunicación, Herbert I. Schiller. En el prefacio al libro de Schiller *Mass Communications and American Empire* (1969), Smythe intentó hacer explícita esta conexión citando la obra de Brady *Business as a System of Power* como un trabajo igualmente motivado y precursor (en Schiller, 1969: viii). En conversaciones personales con este autor, el mismo Schiller resaltó repetidamente la importancia de los trabajos de Brady en su propia perspectiva incipiente. De este modo es poco sorprendente encontrar un eco de la teorización de Brady sobre el autoritarismo antidemocrático en ascenso en la mismísima primera página de *Mass Communications and American Empire*, en la que Schiller pone énfasis en que “la fusión de la fuerza económica y el control de la información, o la creación de imágenes, o la formación de la opinión pública, o llámese como se quiera, es la nueva quintaesencia del poder” (1969: 1).

La descripción de Schiller de la “red de conexiones” (1969: 54) que constituían la “coalición militar-industrial de comunicaciones” elevó el sector de las comunicaciones a una nueva cima analítica, manteniéndose además dentro de la órbita formal trazada por Brady. El carácter y actividades paralelos de este nexo de poder antidemocrático fue el tema principal del siguiente libro de Schiller (1973), que documentaba la diversidad de medios y agencias gubernamentales interconectadas que apoyaban el principio capitalista corporativo de distintas maneras que son ahora rutinarias: campañas de información gubernamental, sondeos de opinión pública, actividades educativas, programas de información y entretenimiento... En su tercer trabajo Schiller situó explícitamente a los medios de comunicación dentro de un “aparato cultural” integrado —“los lugares de trabajo, las escuelas, las fuerzas armadas, las organizaciones profesionales y los sindicatos”— cuya función tradicional era el “reforzamiento del sistema” de la “clase propietaria” (1976: 101). Por tanto, al igual que para Brady, el principio antidemocrático se hacía presente en la creciente incorporación de prácticas culturales organizadas. No hay duda de que la unión de “electrónica y economía”, detectada por Schiller a finales de los 60, fue una revelación que le guió aún más allá, hacia el reconocimiento de la industria de la comunicación como eje central del proceso de acumulación capitalista informacionalizado, renombrado directamente como la combinación de “espíritu y estructura” que Brady había considerado 30 años antes como la marca característica de un capitalismo invasor. Pero las aspiraciones de este complejo de poder concentrado eran ya, por supuesto, mucho más evidentes dentro del contexto del capitalismo transnacional incipiente, guiado por las elites estatales y empresariales estadounidenses. Al asumir la administración de la economía política global de la mano de Gran Bretaña, Francia y las otras potencias imperialistas debilitadas, los Estados Unidos harían un uso vital de los florecientes sistemas de comunicación comerciales, como puntas de lanza de un esfuerzo reintegrador más general. Si esto último tenía éxito, muchas naciones latinoamericanas y caribeñas, así como estados africanos y asiáticos recién independizados, quedarían atrapados dentro de un nuevo conjunto de relaciones sociales dominantes si bien informales (ver Susman y Lent, 1998). Si, por lo tanto, los países del mundo pobre desearan convertirse en independientes realmente —y no sólo formalmente—, deberían luchar por un “programa de comunicaciones” y una planificación cultural nacional cuidadosos (Schiller, 1969: 122). Sin una transformación general de las políticas y estructuras de medios de comunicación comerciales, como puso de manifiesto la experiencia del Gobierno de Allende en Chile de 1970 a 1973, la propia democracia está en peligro (Schiller y Smythe, 1972).

En el contexto de los antifascistas años 30 y principios de los 40, Brady se equivocaba acerca de la llegada inminente en las democracias capitalistas más destacadas de estructuras de control abiertamente autoritarias. Pero merece la pena poner de relieve que su teoría, en nuestro propio contexto, no ha sido puesta a prueba totalmente debido a la ausencia prolongada de clases trabajadoras militantes movilizadas. Tanto Brady como los pioneros de la Economía Política de la Comunicación estarían de acuerdo en que *este* resultado estaba estrechamente relacionado con la integración sistemática del aparato cultural y, en particular, de los modernos sistemas de comunicaciones, en el mecanicismo del principio capitalista. Los éxitos de

la “pirámide de control” para concentrar “espíritu y estructura” ayudaron a su vez a la regeneración y apoyo por parte del capital de la coordinación del proceso de formación política en todo el mundo. Al hacer que esta perspectiva facilitara la comprensión de la dominación en el mundo contemporáneo, Brady dotó al enfoque de la Economía Política de la Comunicación de un legado intelectual crítico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRADY, R. A. (1937): *The spirit and structure of German fascism*. Nueva York, Viking (reimpreso por Howard Fertig, 1969).
- . (1943): *Business as a system of power*. Nueva York, Columbia University Press (reimpreso por Books for Libraries Press, 1972).
- . (1961): *Organization, automation, and society: The scientific revolution in industry*. Berkeley, University of California Press.
- DANIELIAN, N. B. (1939): *Story of industrial conquest*. Nueva York, Vanguard.
- DAVIS, J. Hirschl, T. A. & Stack, M. (1997): *Cutting edge: Technology, information, capitalism and social revolution*. Londres, Verso.
- DENNING, M. (1996): *The cultural front*. Londres, Verso.
- DOWD, D. F. (1994): “Against decadence. The work of Robert A. Brady (1901-1963)”. *Journal of Economic Issues*, 28, pp. 1031-1061.
- GUBACK, T. (ed.) (1994): *Counterclockwise: Perspectives on communication-Dallas Smythe*. Boulder, Colorado, Westview.
- HELD, D. (1980): *Introduction to critical theory: Horkheimer to Habermas*. Berkeley, University of California Press.
- HERMAN, E. S. & CHOMSKY, N. (1988): *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Nueva York, Pantheon.
- HERMAN, E. S. & MCCHESENEY, R. W. (1997): *The global media*. Londres, Cassell.
- LEWIS, S. (1935): *It can't happen here*. Garden City, N. Y., Sun Dial.
- MOSCO, V. (1982): *Pushbutton fantasies: Critical perspectives on videotex and information technologies*. Norwood, NJ, Ablex.
- . (1996): *The political economy of communication*. Londres, Sage.
- MOSCO, V. & WASCO, J. (eds.) (1988): *The political economy of information*. Madison, University of Wisconsin.
- RORTY, J. (1934): *Our master's voice: Advertising*. Nueva York, John Day.
- SANDOZ, M. (1939): *Capital city*. Boston, Little, Brown (reimpreso por University of Nebraska Press, 1982).
- SCHILLER, D. (1982): *Telematics and government*. Norwood, NJ, Ablex.
- . (1996): *Theorizing communication: A history*. Nueva York, Oxford.
- . (1999): *Digital capitalism: Networking the global market system*. Cambridge, MIT Press.
- SCHILLER, H. I. (1969): *Mass Communication an American Empire*. Nueva York, Augustus M. Kelley.
- . (1973): *The mind managers*. Boston, Beacon.
- . (1976): *Communication and cultural domination*. White Plains, NY, M. E. Sharpe.
- . (1981): *Who knows: Information in the age of Fortune 500*. Norwood, NJ, Ablex.

- SCHILLER, H. I. (1989): *Culture, Inc.* Nueva York, Oxford University Press.
- SCHILLER, H. I. & SMYTHE, D. (1972): "Chile: An end to cultural colonialism". *Transaction/Society*, 9 (5), pp. 35-39, 65.
- SMYTHE, D. (1957): *The structure and policy of electronic communication*. Urbana, University of Illinois.
- . (1960, otoño): "On the political economy of communications". *Journalism Quaterly*, pp. 563-572.
- SUSSMAN, G. & LENT, J. A. (1991): *Transnational communications: Wiring the Third World*. Newbury Park, CA, Sage.
- . (1998): "Who Speaks for Asia: Media and Information Control in the Global Economy", *The Journal of Media Economics*, 12 (2), 1999, pp. 133-147.

RESUMEN

Durante su periodo de formación en Estados Unidos, la Economía Política de la Comunicación se vio profundamente influida por las enseñanzas del economista Robert A. Brady. A lo largo de las décadas de los 30 y 40, dentro del contexto político más amplio del antifascismo estadounidense, Brady desarrolló un análisis convincente de las nacientes prácticas económicas y culturales autoritarias. Este proyecto fue en gran medida transferido, y más tarde desarrollado, por los dos pioneros de la perspectiva de la Economía Política Dallas W. Smythe y Herbert I. Schiller.

Palabras clave: Economía Política de la Comunicación, antifascismo estadounidense, pioneros de la Economía Política de la Comunicación, Dallas Smythe, Herbert Schiller, Robert Brady.

ABSTRACT

During its formative period in the United States, the Political Economy of Communications was profoundly influenced by the teachings of the economist Robert A. Brady. Throughout the 1930s and 1940s, within the broader political context of U.S. anti-fascism, Brady developed a potent analysis of emerging authoritarian economic and cultural practices. This framework was substantially carried over, and further developed, by the two pioneers of the Political Economy approach, Dallas W. Smythe and Herbert I. Schiller.

Key words: Political Economy of Communication, North American anti-fascism, Political Economy of Communication pioneers, Dallas Smythe, Herbert Schiller, Robert Brady.

RÉSUMÉ

Pendant la période de formation des Etats Unis, l'Économie Politique de la Communication a été très influencée par les enseignements du économiste Robert A. Brady. Au cours des decades des années 30 et 40, dans le contexte politique du anti-fascisme nord-américain, Brady developpa son persuadant analyse des nouveaux pratiques autoritaires dans l'économie et la culture. Ce projet fut en grande mesure transferé, et plus tard développé, par deux pioniers de l'Economie Politique de la Communication tels que Dallas W. Smythe et Herbert I. Schiller.

Mots Clé: Economie Politique de la Communication, anti-fascisme nord-américain, pionniers de l'Economie Politique de la Communication Dallas Smythe, Herbert Schiller, Robert Brady.