

# Vieja, nueva y no tan vieja convergencia mediática<sup>1</sup>

*Richard Maxwell y Toby Miller<sup>2</sup>*

*Traducido por André Dorcé<sup>3</sup>*

La convergencia mediática es uno de los más poderosos fetiches contemporáneos tanto en el pensamiento popular como en el ámbito académico. Este artículo explora algunos de los ejemplos de tal fetiche al tiempo que detalla visiones alternativas. Nos interesa especialmente contrarrestar el discurso en torno a lo novedoso, que ciega a muchos participantes respecto a la historia y el impacto material de la convergencia. Comenzamos nuestro análisis con los argumentos centrales que se esgrimen respecto a la relación de la convergencia mediática con la democracia, antes de establecer una suerte de contra-historia sobre tales cambios socio-tecnológicos.

PALABRAS CLAVE: convergencia mediática, Estado, Hollywood, impacto ambiental.

Media convergence is one of the most powerful contemporary fetishes of both popular and academic thought. This paper details some examples of that fetish alongside alternative visions. We are especially concerned to counter the discourse of newness that blinds many participants to the history and material impact of convergence. We begin with the core claims of media convergence for democracy before seeking to establish this counter-history.

KEY WORDS: media convergence, State, Hollywood, environmental impact.

<sup>1</sup> Agradecemos a Nick Couldry, James Hay y a Mila Sterling por los comentarios hechos a las versiones anteriores de este texto.

<sup>2</sup> Richard Maxwell es profesor y director de Estudios de Medios en el Queens Collage de la Universidad de la Ciudad de Nueva York. Toby Miller es especialista internacional en Estudios Culturales y Medios en la Universidad de California-Riverside.

<sup>3</sup> Profesor-investigador en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa [adorcera@gmail.com].

## Introducción

LA CONVERGENCIA MEDIÁTICA es uno de los más poderosos fetiches contemporáneos tanto en el pensamiento popular como en el ámbito académico. Este artículo explora algunos de los ejemplos de tal fetiche al tiempo que detalla visiones alternativas. Nos interesa especialmente contrarrestar el discurso en torno a lo novedoso, que ciega a muchos participantes respecto a la historia y el impacto material de la convergencia. Comenzamos nuestro análisis con los argumentos centrales que se esgrimen respecto a la relación de la convergencia mediática con la democracia, antes de establecer una suerte de contra-historia sobre tales cambios socio-tecnológicos. Ilustraremos lo venerable del concepto en relación con una vieja tendencia en la economía política que promueve la idea de que la destrucción ecológica es un componente constitutivo de la tecnología mediática. Al conectar los impactos medioambientales con ciertas tendencias gerenciales, describiremos cómo los intereses corporativos y del Estado, en los viejos, nuevos y no tan viejos medios, desarrollan y mantienen la convergencia en Hollywood como una forma de control del trabajo, de la generación de ganancias, así como del mantenimiento del imperialismo. Nos motivan en esta tarea dos deseos relacionados: el primero sería el de contravenir al fetiche de la innovación que informa a mucho de lo que se dice respecto a la convergencia mediática; segundo, demostrar que la destrucción medioambiental y el poder centralizado subyacen en la convergencia mediática. Ambos deseos se derivan de y culminan en la participación política.

En términos de la orientación temática de este número de *Versión*, es claro que la retórica y “tangibilidad” de la convergencia mediática tiene diversas implicaciones para la democracia parlamentaria. Algunas parecieran ser positivas, sin embargo todas aparentan involucrar antinomias inherentes:

- El discurso sobre la convergencia mediática promete –a sus sujetos– una inserción dramáticamente facilitada –al ámbito de lo público– a través de un universo expandido de ideas promovidas y distribuidas por fuera de los canales institucionales ya establecidos. Las antiguas barreras del discurso político parecieran haberse derruido con la expansión de

Internet y sus tecnologías asociadas, especialmente las vinculadas con la telefonía celular; pero el antiguo dominio del dinero y los medios burgueses podrían bien estar ramificándose expansivamente, en tanto las corporaciones y los propagandistas utilizan más y más plataformas que ya dominan para difundir ideas políticas que promueven según sus intereses, así como aquellos de la clase política que trabaja para tales grupos.

- El declive del periodismo convencional del Norte Global podría disminuir las tendencias reaccionarias y nacionalistas de los medios burgueses y estimular un nuevo y dinámico tipo de periodismo amateur; no obstante, tal declive también podría disminuir el número de profesionales lo suficientemente preparados, competentes y acreditados –bien pagados– para realizar investigaciones a fondo respecto a temas de interés público, sin la interferencia de los intereses comerciales y estatales.

Como todo binarismo, estos dos pares de posibilidades opuestas pueden ser fundamentalmente inestables.

Como señalamos arriba, uno de los principales deseos que alimentan a nuestro argumento es contrarrestar la amnesia que rodea a la convergencia mediática, pues en realidad es vieja, muy vieja. Por ejemplo, las nociones cybertarias (*cybertarian*) del *cyborg* que está por llegar siempre se atisban en el horizonte, incluso cuando dicen que ya están presentes;<sup>1</sup> pero como todas las fantasías sobre la convergencia, dichas nociones se nutren de supersticiones ancestrales para generar sus ficciones: en el siglo XIX suponían que las personas estarían gobernadas por impulsos eléctricos y el telégrafo se caracterizaba entonces como una manifestación física del intelecto humano y el proceso de pensamiento que podía acoplar la esencia de la humanidad al desempeño del trabajo (Peters, 2006: 142-43). En el temprano siglo XX, se dijo que las ondas de radio se movían a través del “éter”, una substancia mística que contactaba a los muertos y que curaba el cáncer (Walker, 1973: 34). Ese deseo por una ostensible eficiencia natural, conjugar la tecnología mediática con lo humano, se ha mantenido cardinal para los mitos de la convergencia en función de lo que David Golumbia llama ‘la lógica cultural de la computación’; las personas como máquinas calculadoras.

## Teorizando la convergencia

El concepto de convergencia no es nuevo. Para la sociología de los años cuarenta y la economía de los años sesenta del siglo pasado, la “teoría de la convergencia” se usó para dar cuenta del hecho de que las sociedades capitalistas se estaban transformando en instancias más gerenciales y centralizadamente planificadas, señalando incluso que aquellas sociedades organizadas por el Estado socialista estaban creciendo más capitalistas y emprendedoras que sus contrapartes (Mattelart, 2002; Galbraith, 1967).

Para los estudios sobre comunicación de los años ochenta, “la teórica de la convergencia” fue instrumental, para caracterizar la emergencia de sentidos compartidos al interior de grupos y organizaciones. Un proceso mediante el cual las personas y las instituciones comenzaron a compartir métodos de expresión y temas significativos (Bormann, 1985).

Somos afortunados, por lo tanto, de contar con una literatura especializada ya bien establecida sobre los aspectos macro y micro de la convergencia. Se pueden establecer algunos vínculos ahora entre estos acercamientos institucionales y simbólicos que vinculan lo general con lo específico (las instituciones con las personas). Néstor García Canclini argumenta que

[...] la fusión del multimedia con la concentración de la propiedad en el ámbito mediático de la producción cultural encuentra su correlato con cambios en el consumo cultural. Por lo tanto los acercamientos macrosociales que buscan comprender la integración de la radio, televisión, música, noticias, libros e Internet en la fusión del multimedia con los negocios necesitan de una mirada antropológica. Una mirada más cualitativa para comprender cómo los modos de acceso, los bienes culturales y las formas de comunicación se están reorganizando [García, 2008: 390].<sup>2</sup>

Por supuesto, mezclar instituciones y signos es algo necesariamente benigno. Para los futuristas de la Guerra Fría, como Zbigniew Brzezinski (1969) y Daniel Bell (1977), las comunicaciones convergentes y las tecnologías de la información prometían nada menos que el desplazamiento permanente del sucio trabajo de la manufactura del primer al tercer mundo garantizando,

entre otras cosas, el dominio continuo del poder textual y técnico de Estados Unidos; claro, siempre y cuando las coqueterías del socialismo y las reacciones negativas a los negocios globales no generaran la lucha de clases.

El modelo no era necesariamente coercitivo. La convergencia puede matar con gentileza, y la dominancia del Norte Global se ha logrado frecuentemente con el consentimiento de los políticos del Sur Global, quienes buscan integrar a sus naciones al sistema mundo. Consideremos en este ejemplo una de esas caracterizaciones sobre las comunicaciones y la globalización:

La revolución en la tecnología de la información u la internacionalización de los procesos de producción han ayudado a constituir una extraordinaria convergencia de métodos y percepciones entre las comunidades de negocios en todos lados. A pesar de la persistente relevancia de las características nacionales y regionales, los círculos de negocios están definitivamente compartiendo un código común de procedimientos y conceptos en beneficio de los niveles generales de productividad [Cardoso, 2005: 8].

Esta oda proviene del distinguidísimo teórico de la inequidad racial y de la injusticia centro-periferia, Fernando Henrique Cardoso, quien se transfiguró de un *dependista* (los seguidores de la teoría de la dependencia) a un presidente neoliberal en Brasil. Él no es el único capitalista converso esclavizado por la convergencia mediática. Jaques Attali, por ejemplo, quien devino de la teoría cultural a aceptar un trono en el Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, argumenta que un “nuevo orden mercantil se forma cuando una clase creativa domina una innovación clave, ya sea de la navegación a la contabilidad o, en nuestro propio tiempo, cuando los servicios son más eficientes al ser producidos masivamente, por lo tanto generando una enorme riqueza” (Attali, 2008: 31). Por supuesto ellos tienen socios de todo el espectro político: la consultoría del ex secretario de Estado norteamericano, amo de las artes oscuras de las relaciones internacionales, Henry Kissinger, advierte que Estados Unidos “debe ganar la guerra de los flujos mundiales de información, dominando las ondas aéreas así como Gran Bretaña dominó los mares algún día” (Rothkopf, 1997: 47). Esos intereses se mantienen bien atendidos. Para el año 2009, una nueva división internacional del trabajo aseguró la

externalización del trabajo industrial (*outsourcing*) para mantener los costos bajos, al tiempo que la hegemonía textual-tecnológica permaneció en el dominio del Norte Global: menos de 7% de los africanos y 20% de los asiáticos pudieron conectarse a Internet.<sup>3</sup>

Esto difícilmente representa el tipo de convergencia que defienden los cybertarios del siglo XXI; más bien como Herbert Marcuse (1941) predijo hace setenta años, la convergencia tecnológica ha intensificado la coordinación gerencial desde arriba. Escribiendo dentro de esta tradición crítica neo-marxista, y contra los futuristas, Herbert Schiller (1976: 8-9, 16) redefine a la convergencia cultural y tecnológica como una “infraestructura de socialización”, diseñada para expandirse de países capitalistas ricos hacia las regiones poscoloniales pobres. Ésta sincronizó los intereses de los grupos dominantes, tanto en el centro como en la periferia, por medio de modalidades sociales comunes como ciertas “culturas de negocio”, “redes institucionales”, modelos organizacionales, modos de comunicación y producción cultural. Esto no implica que el poder del Norte Global opera de forma unificada o estable –se funda en una modalidad de crisis llamada capitalismo cuya división del trabajo es multilateral y cambiante, especialmente cuando atraviesa territorio político–. Estados poderosos con poblaciones numerosas bajo su tutela pueden competir ideológicamente por medio del socialismo de Estado (la República Popular China en los años sesenta), o bien económicamente por medio del mercantilismo (la República Popular China en la década de dos mil).<sup>4</sup>

La desindustrialización de las economías del Norte Global ha venido acompañada por cambios culturales que conjugan signos e instituciones de forma convergente. Al mismo tiempo que Marcuse, George Orwell (1982) escribió respecto a “un generalizado reblandecimiento de los modales” en la vida británica de los años cuarenta, puesto que la nueva tecnología dependía cada vez menos del “proletariado de antaño”, a saber aquellos trabajadores manuales “no afeitados, raídos y musculosos”. En lugar de ese tipo de proletariado emergió una cultura común de clase media con gustos, hábitos y perspectivas compartidas. En un plano académico, la sociología figuracional ha dado seguimiento a esta convergencia multinacional de gustos de clase (Elias, 1994), así como lo ha hecho la crítica del imperialismo cultural desarrollada por Schiller.

Los estudios sobre medios y los estudios culturales están divididos en relación con este punto. Por un lado, caemos en la fantasía individualista de la autonomía de la audiencia-consumidor-intérprete –el sueño húmedo del intelectual neoliberal que fantasea con la convergencia de la música, el cine, la televisión y todo lo demás bajo el signo de fans empoderados–. Por el otro, caemos en la fantasía corporativa del control –o sea, la árida pesadilla del economista político que teme la convergencia de la música, el cine, la televisión y todo lo demás bajo el signo de corporaciones empoderadas–. Esas antinomias ensombrecen al argumento que desarrollamos a continuación.

Todavía es muy reducido el número de académicos que han atendido al nexo entre gestión, imperio, trabajo y los medios electrónicos desde la perspectiva ecológica.<sup>5</sup> Esta cuestión permanece ignorada al tiempo que con gran júbilo lo “nuevo” es bienvenido. Consideremos a la nueva derecha en los estudios culturales que invierten en el discurso de los emprendedores shumpeterianos, la economía evolutiva y las “industrias creativas” con un inusitado entusiasmo. Esta línea de los estudios culturales nunca se ha topado con una “*app*” que no le agrade, o una idea socialista que encuentre atractiva (Miller, 2012).<sup>6</sup> Al contrario, es necesario recordar que, como sugieren James Hay (2009) y Nick Couldry (2009), los “nuevos” medios son raramente originales: emergen en el presente pero expresan tecnologías y relaciones sociales del pasado.

La convergencia deja un legado medioambiental de fuentes acuíferas contaminadas, trabajadores enfermos y hábitats tóxicos. Incluso, los dispositivos digitales protagonistas de “la fiebre de la convergencia” están hechos para que dejen de funcionar o dejen de ser “*cool*” en ciclos de doce meses o menos. Esta obsolescencia planificada estimula el consumismo y la ideología del crecimiento que plantea que toda innovación tecnológica es necesaria y buena. Una historia ecológica muestra cuán superfluas son en realidad las promesas de la convergencia. Las “eficiencias” gerenciales desperdician recursos naturales y humanos; las exacerbadas experiencias de la inmediatez y la interactividad inducen una ignorancia con efectos intergeneracionales en el consumo, incluyendo el daño a trabajadores y el medio ambiente en el largo plazo. La conectividad constante implica una peculiar desposesión de nuestra habilidad

para habitar las interconexiones entre la comunicación humana y nuestro planeta. Esto requiere ser atendido urgentemente, si no deseamos que nuestras fantasías sobre la democracia posible por medio de la convergencia se transformen en pesadillas de destrucción.

## Eco-historia

Hubo accidentes por medio de los cuales pude acceder al mundo más allá de la comunidad negra. Irónicamente tendría que comenzar con algunas de las características de la vida norteamericana que últimamente está de moda criticar de la forma más irreflexiva: los medios de comunicación. Como muchos niños en los años veinte, yo me divertía con la radio armando receptores de cristal y circuitos con transistores cuyos esquemas aparecían publicados en las revistas de radio. En ese entonces vivíamos en un barrio blanco de clase media, donde mi madre era portera de unos departamentos, y fue mientras hurgaba en los depósitos de basura para encontrar una caja cilíndrica de helado y otros aditamentos usados por radio aficionados, que conocí a un chico blanco que buscaba lo mismo que yo. Le di algunas de las piezas que encontré y nos hicimos amigos... después me mudé a la zona donde residía la comunidad negra y... jamás lo vi de nueva cuenta [Ralph Ellison citado en Smith, 2003: 93].<sup>7</sup>

La suerte es frecuentemente invocada como un factor clave en los descubrimientos tecnológicos, en una narrativa teleológica que narra cómo heroicos innovadores de negocios, así como audaces inventores independientes, “preparan” la libertad y la diversión para los consumidores incorporando nuevas formas de conocimiento público para satisfacer un deseo innato de progreso y realismo artístico (Bazin, 1967). En concordancia con esos mitos fundacionales, las historias convencionales enumeran de forma consecutiva nuevas tecnologías mediáticas a lo largo de líneas de desarrollo histórico relativamente autónomas y benignas. La historia comienza con las telecomunicaciones (el telégrafo, el teléfono y la radio inalámbrica), de ahí procede a la emergencia del cine, el fonógrafo, y así hasta que la digitalización funde su destino en los años ochenta para crear el *Aufklärung* contemporáneo (la ilustración de hoy) en la que voz, datos, video, prensa y música son distribuidos a los consumidores y ciudadanos. Esta historia de la convergencia está

repleta de autodescripciones narcisistas desarrolladas por los propios medios de comunicación que frecuentemente nos dicen que la digitalización fue producida por los ensueños de californianos alivianados (y no por el complejo industrial-militar-mediático-académico). Los “prosumidores” supuestamente emergieron del sueño de apoderarse de los medios de producción, al canalizarse éstos por medio de computadores de todos tamaños y resolución (de los diminutos teléfonos celulares hasta las gigantes pantallas planas) (Barbrook y Cameron, 1996; Turner, 2006). Los mercadólogos se han deleitado vendiendo este logro histórico como el “nuevo ecosistema televisivo” (Navar, 2008).

De hecho, la convergencia mediática no tiene tal linaje. Para los años treinta, ejecutivos de telecomunicaciones en Estados Unidos planeaban desde entonces unir distintas tecnologías en operaciones de negocios unitarias. Su necesidad por incrementar las ganancias y reducir el riesgo cobijó el deseo de conjuntar las industrias mediáticas por medio de la acumulación de patentes en electricidad, química y telecomunicaciones (Noble, 1977; Schiller, 2007). La convergencia estratégica delineada desde los pizarrones de diversas corporaciones encontró apoyo entre ingenieros que habían demostrado cómo propiedades físicas comunes entre la telegrafía, la telefonía y la tecnología inalámbrica permitieron el uso de la energía eléctrica para la “transmisión inteligente”. Ellos contaron con poderosos aliados entre los clientes corporativos: el teléfono y el telégrafo fueron “usados de forma desproporcionada por empresas de gran escala orientadas hacia una economía política verdaderamente nacional: bancos, comerciantes de bienes, agencias de noticias y las ferroviarias” (Schiller, 2007: 62, 102-06; ver también Du Boff, 1980). Consideremos, por ejemplo, la perspectiva del científico social y luchador de la Guerra Fría Ithiel de Sola Pool, quien veía muy positivamente a la tecnología telefónica:

El presidente de la compañía se ubicó en el lugar donde se desarrollaban sus más importantes comunicaciones. Antes del teléfono, él tenía que estar cerca de la línea de producción para dar sus instrucciones sobre las cantidades, ritmos y procesos de producción. Sin embargo, una vez instalada la red telefónica, él podía dirigir eficazmente a sus empleados en la planta y ubicarse en el sitio donde ocurrían gran parte de las negociaciones con los clientes, banqueros y distribuidores [De Sola, 1980].



Por otro lado, ya desde hace casi un siglo, Max Weber entendía el rol que el teléfono jugó para el capital ficticio:

El corredor de bolsa [*arbitrager*] busca una ganancia cuando de forma simultánea vende un bien, en un precio más elevado, en el lugar en el que se encuentra, al tiempo que compra el mismo tipo de bien en otro lugar en donde lo consigue más barato. Su negocio, por lo tanto, consiste en hacer el cálculo asociado a tal operación. Él se sienta al teléfono... y pronto nota la posibilidad, por ejemplo, de generar una ganancia de la compra de valores rusos o valores de intercambio de Rusia disponibles en Londres para luego venderlos en París en donde él ubica sus órdenes [Weber, 2000: 344].

Retomando el relato de Ellison respecto a su búsqueda de partes en el basurero para construir receptores de radio, podemos recordar que la historia de la tecnología mediática es raramente escrita en una secuencia de felices o dañinos accidentes, o bien como el resultado del rampante racismo. El accidente que permitió el encuentro de dos jóvenes entusiastas de la radio, y la discriminación que los separó, requiere que repensemos esas historias. La falacia mimética, el dulce relato sobre cómo el arte, el mercado, el realismo o la innovación le dan forma al cambio tecnológico de los medios, no puede explicar, por ejemplo, la existencia de película para cine-fotografía que privilegia –en su reacción química– los tonos de la piel blanca sobre los de la piel oscura. Eso ocurrió porque el desarrollo de agentes químicos que resaltarán los tonos más oscuros de piel en la película no fue una prioridad para la industria cinematográfica. La blancura (*whiteness*) resultó barata y temprana, a expensas del nexo entre estética, química, comercio y raza –un nexo que debería desestabilizar los mitos causales de la convergencia respecto al realismo inmanente, la oferta y demanda pura, o los discursos sobre el desarrollo tecnológico apolítico (Winston, 1996: 40-43).

Al colocar los artificios político-económicos en su contexto ecológico, se revela una cultura de la convergencia que ha sido omisa respecto a los peligros creados por los proyectos de comunicación y transporte de gran escala: los hábitats destruidos y las vías migratorias animales obstruidas. Esta desmesura implicó, por ejemplo, la fragmentación de manadas de bisontes americanos por la construcción del ferrocarril transcontinental, que también facilitó el genocidio de los grupos originarios

de Norteamérica. Implicó “olvidar” cómo la tecnología mediática facilitada por los recursos naturales-medioambientales también converge en torno a procesos químico-mecánicos, la producción termo-hídrica de energía, la deforestación, la minería, la metalurgia, la generación de gases tóxicos en aire, tierra y agua, un patrón, por cierto, establecido por las industrias del papel y la impresión en Norteamérica y Europa en el siglo XIX. En la era eléctrica, las pilas químicas dieron energía a la telegrafía y a la telefonía, los centros de combustible fósil generaron la energía para que la radio, la televisión y las redes telemáticas vibraran con información y placer (Abrams, 2001: 49; Mattelart, 1996: 57; Standage, 1998: 6-21; Lueck, 2002: S619).

Tal progreso fue impulsado por posiciones filosóficas establecidas y emergentes respecto a la naturaleza. La muy citada máxima de Hobbes (1998) referente a la vida como una “guerra de todo contra todos” ha legitimado durante mucho tiempo la domesticación y destrucción del medio ambiente por los humanos. Para Hegel (1988), la tediosa crónica de la naturaleza en la que “nada es nuevo bajo el sol” debe ser interrumpida por el “progreso”. Durante el siglo XIX y la mayoría del XX, las empresas y gobiernos compartieron esta orientación antropocéntrica, que virtualmente dejó sin espacio a los reclamos de conservacionistas, grupos originarios o esclavos. La naturaleza no humana obstruía la construcción de la nación y la generación de ganancia económica. Junto con el trabajo, la naturaleza debía ser superada, fetichizada y explotada. El impulso y las habilidades para generar bienes de consumo fueron sólo comparables con la pasión y capacidad para devastar lo que hubiese en su camino (Foster, 1999). En otras palabras, la eficacia gerencial y la efectividad fueron sólo alcanzadas por medio de la dominación del trabajo y de la naturaleza, legitimándose por medio de una narrativa de crecimiento sobre la construcción de lo nuevo saqueando a lo viejo: recursos “gratuitos” de tierra, bosques, aire y agua. El contra discurso marginal a estas perspectivas fue el “ambientalismo de colonos”, una variante del conservacionismo que idealizaba a los edenes coloniales (Grove, 1995).

Sería engañoso proyectar el ambientalismo actual hacia el pasado y cuestionarse por qué la opinión pública no percibió la dimensión dañina de tales procesos. Sin embargo, podemos especular que las relaciones

contradictorias de trabajo, el medio ambiente y los medios jugaron un papel sustancial en la relativa ausencia de esas críticas. Pensemos en la paradoja del leñador que participa en la destrucción del mismo medio ambiente que le da sentido a su vida para proveer de una materia prima a los medios burgueses, que a su vez la usan para moldear sus opiniones:

El leñador que mide al árbol caído en el bosque y quien camina los senderos del bosque al igual que su abuelo, es hoy comandado por la industria que produce las maderas comerciales, independientemente de si él lo sabe o no. Él es subordinado de la demanda de celulosa, que a su vez es requerida por la necesidad de usar papel, materia que será entregada a los periódicos y revistas ilustradas. El primero, a su vez, insta a la opinión pública a tragarse lo que está impreso para que cierta configuración de la opinión esté disponible por demanda [Heidegger, 1977: 299].

Así como el trabajo del leñador está subsumido en la producción moderna de pulpa de celulosa y papel, el trabajo y el medio ambiente se desarticulan el uno del otro. Los molinos de papel y las prensas para imprimir son aclamados como “revolucionarios”, y periódicos, revistas, libros y papel fino se convierten en signos de progreso y de vida intelectual. No guardan relación alguna con su rol o con los efectos medioambientales que producen en su ciclo de vida útil. La convergencia latente del trabajo, el medio ambiente y los medios de comunicación desaparece de la vista. Una historia ecológica que enfatiza el poder gerencial y la explotación del trabajo puede restaurar las lastimadas conexiones del leñador y puede iluminar nuestro entendimiento de la convergencia como fuerza destructiva.

En 1930 se sabía que los desechos industriales implicaban riesgos para los trabajadores y las fuentes acuíferas usadas por poblaciones cercanas a las fábricas, pero las leyes de protección ciudadana prácticamente no fueron aplicadas por miedo a espantar las inversiones industriales y los trabajos que éstas ofrecían. Las empresas se hicieron cada vez más arrogantes respecto a tirar los desechos en los ríos y los sistemas de drenaje (el uso generalizado de vertederos ocurrió después de 1945). Los fabricantes de tecnología mediática presumían que la reducción o eliminación de desechos entorpecería la producción y disminuiría las ganancias. “Gestionar” los

deshechos significaba botarlos en cualquier lugar o en las vías acuíferas. El dilema no era “cómo deshacerse de los residuos de forma segura”, sino “cómo interferir lo menos con el proceso de manufactura” (Colten, 1988: 15-16). La historia ha continuado en esta dirección por las siguientes siete décadas.

## Hollywood

Probablemente no hay mejor caso que el del cine para ilustrar cómo opera la convergencia gerencial y medioambiental en torno a las tecnologías mediáticas. Las relaciones político económicas subyacen a las modalidades en que Hollywood ha operado a lo largo de la historia, incluso antes de que los medios digitales borraran las líneas entre el negocio del celuloide y la industria electrónica. Consideremos, por ejemplo, las alianzas entre facciones opuestas dentro de la burguesía cinematográfica a principios del siglo XX, quienes durante mucho tiempo se confrontaron por darle mayor énfasis, por un lado, a la tecnología y, por el otro, al contenido. Esta distinción está vinculada con los respectivos orígenes socio-económicos de ambos grupos: el primero vinculado con la manufactura; el segundo, con la venta. La mitología del pobre comerciante inmigrante que se convierte en magnate esconde el hecho de que los grupos dominantes en ese negocio fueron una clase profesional que muy rápidamente se orientó hacia un tipo de administración gerencial de esa industria (entre los años veinte y treinta del siglo pasado). La mayor parte de Hollywood no fue encabezada por lo que quedaba de los grupos del *lower East Side*, sino por asociaciones de ex alumnos provenientes de las universidades norteamericanas más prestigiosas (Ivy League), quienes continuaron la polémica sobre la primacía de lo mercantil sobre la manufactura pero al interior de las aulas. En los años cuarenta, el apogeo cinematográfico de Hollywood vino acompañado de la producción de actores y audiencias perfectamente acostumbrados a la convergencia mediática. Ambos, actores y audiencias, se movían fluidamente entre la radio, el cine y la televisión dejando y deduciendo huellas intertextuales a lo largo de sus recorridos intermediales. Por lo tanto, la industria cinematográfica comenzó en ese momento una mezcla de urbanismo con feudalismo que incluía formas de operación altamente contaminantes.

En un nivel químico, las industrias convergentes de la extracción de pulpa de celulosa y de la producción de papel le enseñaron a Eastman Kodak cómo elaborar su famosa y combustible película de nitrato de celulosa de 35 milímetros para el cine. Para los años noventa, cuando la llamada “película segura” (*safety film*) llevaba ya buen tiempo establecida, la compañía era ya la primera fuente de dioxina cancerígena en el medio ambiente del estado de Nueva York. Su sede de Rochester fue “la primera compañía en Estados Unidos que emitió más desechos con químicos cancerígenos” en los últimos treinta años del siglo XX (Niman, 2003: 2). Los trabajadores de Kodak estuvieron expuestos a vapores tóxicos, ácidos e irritantes, como polvos de plata y algodón, que afectan al tracto respiratorio superior y a los ojos, causando bisinosis.

El proyecto hollywoodense de larga data en torno a la convergencia también estimuló una paradójica armonización entre la repetición e innovación por medio del reciclaje de textos dentro y a través de distintos medios. Por ejemplo, quince años después de su fracaso la serie televisiva *Misión: imposible* (1966-73 y 1988-90) fue revivida por una compañía productora no vinculada a las asociaciones gremiales en respuesta a una huelga del sindicato de escritores, para después regresar diez años más tarde en forma de una sofisticada franquicia con mucho potencial comercial (Miller, 1990a y b). *El agente de CIPOL* (*The Man from U.N.C.L.E.*) fue producida por los estudios como una serie televisiva, para después ser editada con material extra en forma de películas cinematográficas (en este caso, pensadas para ser exhibidas en salas de cine suburbanas y en el extranjero). Tal vez el ejemplo más claro de reciclaje lo representa la serie *Viaje a las estrellas* (1966-69), la cual fue también realizada como película en los años ochenta y noventa; además de haber generado distintos tipos de programas televisivos, libros, historietas, convenciones, así como diversos textos publicitarios producidos por académicos nunca remunerados (Miller, 2010).

Se dice que últimamente la capacidad de Hollywood para reciclar textos se está desvaneciendo como consecuencia de las nuevas tecnologías y de la convergencia: todos estamos acostumbrados a la retórica revolucionaria de YouTube, YouPorn y otras plataformas afines. A YouTube, en particular, se le adjudican propiedades casi mágicas por sus acólitos, como si esta instancia

eludiera el poder gubernamental y corporativo dando a los piratas y prosumidores vínculos directos a sus audiencias. Basta con que consideremos los contratos que Google, la propietaria de YouTube, acaba de firmar con Hollywood para comprender su intrínseca relación con las lógicas corporativas dominantes. Identificación por Video, un dispositivo de vigilancia desarrollado por YouTube junto con Disney y Time Warner, escrudiña cada cuadro de video que es subido para reconocer material protegido por derechos de autor. Espía a usuarios para revelar sus protocolos de Internet, sus alias y gustos a corporaciones, permitiendo así que ciertas compañías autoricen o bloqueen el acceso a contenido dependiendo de las necesidades de mercadotecnia y vigilancia del momento. Cientos de compañías firmaron el primer año: las ventas del DVD de *Monty Python* en Amazon.com se incrementaron 1000% una vez que la corporación dueña de tales derechos se incorporó a tal sistema y pudo monitorear a los clientes que habían visto al menos una vez ese material en línea de forma gratuita. En pocas palabras, YouTube es uno de los más valiosos aliados de Hollywood en el proyecto de la convergencia (Miller, 2009).

Además de estas prácticas de negocio, Hollywood se regodea haciendo “trabajo de Estado” (Harney, 2002) para consolidar su poder convergente mediante su influencia en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas con una mínima participación democrática en la toma de decisiones. El conocido Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPS), desarrollado en 1994, requirió que los firmantes siguieran la normativa norteamericana, impulsando así el poder textual y técnico del Norte Global a través de todas las plataformas mediáticas al garantizar nuevos derechos a las corporaciones multinacionales en el Sur Global (Frow, 2006; Miller y Yúdice, 2009). Este acuerdo ayudó a formalizar convenios internacionales para la re-exhibición de películas en repertorio, televisión, video, DVD, y la red, así como a embarcarse en el intercambio de formatos. Tal tendencia representa una irónica metáfora: pone de relieve los métodos gerenciales de Hollywood que buscan reducir costos con una ideología anti-trabajo por medio de un conservacionismo de película que busca expandir las ganancias, pero que prácticamente no implica ningún beneficio medioambiental.



La dimensión destructiva del medio ambiente que implica la producción mediática está también vinculada con la violencia de Estado. Las administraciones centrales con aspiraciones nacionales han promovido generalmente una cultura de la convergencia que dispone de ejércitos e iniciativas comerciales para aglutinar a poblaciones geográficamente dispersas en un mismo molde. En palabras de Benedict Anderson:

La convergencia del capitalismo y la tecnología de la imprenta sobre la diversidad fatal del lenguaje humano crearon la posibilidad de una nueva forma de comunidad imaginaria, que en su más básica morfología estableció el escenario para la emergencia del Estado moderno. El estiramiento potencial de estas comunidades fue inherentemente limitado, al tiempo que implicó la más fortuita relación con las fronteras políticas [Anderson, 1991].

Los teóricos de la comunicación llaman a esto el “nacionalismo tecnológico” (Charland, 1986). Una manifestación contemporánea de este tipo de convergencia fue el taller académico organizado en 1996 por Hollywood y el Pentágono, en la Academia Nacional de las Ciencias de Estados Unidos, en el que el tema central fueron los juegos electrónicos. Un año después el Consejo Nacional de Investigación anunció una agenda común de investigación sobre cultura popular y necesidades militares (Lenoir, 2003; Macedonia, 2002).

Una instancia como el Instituto de Tecnologías Creativas (ITC) de la Universidad del Sureste de California explotó de forma muy entusiasta esta convergencia entre la guerra, los medios y el medio ambiente. El ITC articuló a académicos, productores de cine y televisión, diseñadores de juegos y al Ejército, usando dinero del Pentágono, los contactos de Hollywood y el deseo de los académicos por probar tecnologías homicidas y posibles escenarios de conflicto (ficción narrativa) en un espacio divinamente diseñado por el escenógrafo de *Viaje a las Estrellas*. Formalmente inaugurado por el secretario de la Armada y el director de la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos, el Instituto comenzó con cuarenta y cinco millones de dólares del presupuesto militar en 1998, una cifra que se duplicó en la renovación del convenio en 2004 (Deck, 2004; Silver y Marwick, 2006: 50; Turse, 2008: 120). El ITC colaboró con la producción de costosas películas como *El Hombre Araña 2* (Sam Raimi, 2004) y produce instrumentos como el popular juego

electrónico *Full Spectrum Warrior* con el fin de reclutar efectivos para el Pentágono, que tiene además la doble función de ser una “herramienta de entrenamiento para operaciones militares en terreno urbano”. Incluso el Pentágono presume que los soldados que apresaron a Saddam Hussein fueron entrenados con esa tecnología (Burston, 2003; Stockwell y Muir, 2003; Andersen, 2007; Turse, 2008: 119, 122; Harmon, 2003).

Para estar al tanto del trabajo del ITC recomendamos escuchar el *podcast Armed with Science: Research Applications for the Modern Military*, que es posible bajar en el sitio del Departamento de Defensa [science.dodlive.mil]. Ahí es posible enterarse de cómo el Pentágono y la Universidad del Sureste de California están desarrollando el programa UrbanSim con el fin de mejorar “el arte de dar órdenes en batalla” como parte de las guerras imperiales de Obama. Se describe este instrumental como una pequeña variación de los juegos comerciales: “en vez de tener a Godzilla o tornados atacando a tu ciudad, los jugadores son confrontados con funcionarios locales que no quieren cooperar o bien divisiones étnicas entre comunidades y rivalidades tribales de distintos tipos”, según nos informa uno de los académicos del Instituto en el *podcast* (3 de marzo de 2010).

Por supuesto, también existen implicaciones ecológicas. A pesar de las anunciadas intenciones del Pentágono de “hacerse verde” en el pasado y del trabajo de los estudios de Hollywood por transformar su estatus como la industria más contaminante de Los Ángeles, el resultado de tal articulación es medioambiental y resulta también en un tipo de convergencia imperial. El uso militar de tecnologías electrónicas de la información vinculan a los medios con terrenos e infraestructura destruida, radiación, contaminación convencional, armamento sepultado, defoliadores, minas terrestres, depósitos de químicos cancerígenos, y los tóxicos que desechan las bases militares (Shachtman, 2010; Corbett y Turco, 2006; Leaning, 2000).

## Conclusión

La convergencia es noticia de ayer, de hoy y de mañana. Su modalidad operativa implica destrucción medioambiental derivada del poder que su articulación constitutiva con el complejo militar-industrial-académico

–y mediático– tiene sobre el trabajo. La convergencia entre la tecnología químico-mecánica, la competencia capitalista y la participación del Estado generó medios fotográficos, eléctricos y electrónicos rapaces de los recursos de la Tierra.

La lección que nos dejan las nuevas tecnologías mediáticas es la misma que nos dejaron la imprenta, la radio y la televisión: cada una es velozmente dominada por corporaciones centralizadas y centralizantes que, al margen de su potencial multidistribuidor, dependen fundamentalmente de las contribuciones de la Tierra y de los trabajadores. ¿Cuál es entonces la mayor amenaza medioambiental que implica la convergencia mediática? De continuar con los niveles actuales de consumo energético, la cantidad de energía eléctrica consumida residencialmente por el uso de equipo electrónico aumentará 30% del total de la demanda energética para el año 2022, y 45% para 2030; entre otras cosas, debido al consumo energético de las granjas de servidores resultante del tiempo que invertimos viendo distintas pantallas mediáticas (Mouawad y Galbraith, 2009; International Energy Agency, 2009: 5, 21; The Climate Group, 2008: 18-23; Hancock, 2009).

Si parece que estamos tomando un tono muy duro con el trabajo lúdico de *hackers*, *YouTubers*, *bloggers* y otros voluntarios de la congregación digital, es porque el coro cybertario que oímos respecto al presunto borramiento de las distinciones entre trabajo y recreación –“trajugador” (*playbor*)-[digitallabor.org]- nos recuerda lo que el dueño del molino de papel habrá dicho acerca de los ríos y los interminables bosques que tuvo a su disposición; o cómo los barones del voltaje y sus clientes de los bancos y las telecomunicaciones se sintieron respecto al carbón barato. La vieja convergencia necesitó recursos no costosos, incluso gratuitos, para generar su revolución; la nueva convergencia no es distinta en ese sentido. Todavía está por verse por cuánto tiempo más este “trajugador” podrá mantenerse en su forma híbrida como recurso (no remunerado) antes de que un trabajador asalariado venga a quitarle lo divertido al asunto; o bien cuando los censores de los derechos de autor le confisquen la materia prima y las herramientas de trabajo (Ross, 2009).

Independientemente del “trajugador”, trabajadores de las fábricas de electrónicos en América Latina y Asia

siguen expuestos a toxígenos peligrosos y no cuentan con la protección institucional necesaria (siendo los bajos niveles de sindicalización una de las causas principales). Los movimientos internacionales y las respuestas locales para hacer esos trabajos mucho más seguros y valiosos están apenas comenzando bajo condiciones políticas extremadamente complicadas. Vincent Mosco nos alerta, muy acertadamente, expresa que los trabajadores actuales de los medios de comunicación deben “responder a las convergencias tecnológicas y corporativas... con una convergencia producida por ellos, a través de grandes sindicatos integrados y nuevas formas de organización similares a las de los movimientos sociales” (Mosco, 2009: 351).

Marx afirmaba que el trabajo es “un proceso en el que tanto el hombre [sic] como la naturaleza participan, y en el que el hombre por sí mismo comienza, regula y controla las reacciones entre él y la naturaleza” (Marx, 1987: 173). El resultado es “crecimiento” a un costo. Luchas subsecuentes respecto a ambos aspectos pueden generar resultados positivos y negativos. La Revolución Industrial produjo las condiciones de posibilidad para la salud y la seguridad laboral en tanto discurso médico, debido a la contradictoria coincidencia de la explotación, la filantropía y la ciencia. A partir de 1830, investigaciones alemanas y norteamericanas realizadas por médicos y sindicalistas sobre el trabajo no remunerado, demostraron que el trabajo infantil proliferó, que las faenas eran interminables y que las expectativas de vida se estaban reduciendo, mientras que en el período posterior a la Guerra Civil en Estados Unidos se organizaron protestas masivas por trabajadores negros y mujeres en contra de las privaciones que todos ellos sufrían (Abrams, 2001).<sup>8</sup>

¿Será posible que en la medida en que el actual espíritu celebratorio de la convergencia se va disipando, podamos entender que las maravillas digitales implican un costo para los trabajadores y los ecosistemas? Las economías que dependen de la acelerada innovación, del creciente consumo energético y de la ideología del crecimiento están enfrenando desde ya problemas estratégicos de escasez, cambio climático y crisis fiscales resultantes del costo monumental que tiene restaurar el medio ambiente. Para poder observar todo esto a través de la niebla que produce el cibertaralismo, necesitamos establecer cierta “autonomía de la lógica de la industria

y de los fans” (Beaty, 2009: 24). Los mitos que rondan sobre la convergencia mediática digital –eficiencia gerencial, inmediatez experiencial, interactividad global y conectividad interpersonal– tienen que ser combatidos con las historias sobre el desastre medioambiental y las maquiladoras tóxicas que han hecho posibles a la vieja y nueva convergencia. Así, personajes como el leñador de Heidegger podrán observar hacia dónde va su trabajo y de dónde vienen sus ideas.

## Notas

- <sup>1</sup> Las máquinas de rasurar prometen un “tú virtual”. Ver en [shaveeverywhere.com/deforestation.html?origin=1\_us\_en\_deforest\_aggregate], o bien cualquier enunciación de [gizmodo.com] o [io9.com/tag/posthumanity].
- <sup>2</sup> Para una ilustración de este trabajo, ver sección IV de Aguilar *et al.*, 2009.
- <sup>3</sup> Ver [internetworldstats.com/stats.htm].
- <sup>4</sup> Respecto a la ideología china, ver Munro, 1971; Liu, 2010; y Dutton, 2005; respecto al mercantilismo chino, ver Krugman, 2010; Zhaoy Liu, 2010; y Agnew, 2009.
- <sup>5</sup> Ver Maxwell y Miller, 2012, y Miller, 2008; Raphael, 2003; Raphael y Smith, 2006; Smith y Raphael, 2003; Sterne, 2007; Parks, 2007; Berland, 2009; Gates, 2009; Hanke, 2009. Admiramos la forma en que la Asociación de Estudios Culturales, de Medios y Comunicación en el Reino Unido se ha movilizado para hacer sus convenciones tan “verdes” como le es posible, a la vez que cuenta con una red de cambio climático y sustentabilidad [meccsa.org.uk/climate-change-network]. También reconocemos la labor de la Red de Comunicación Ambiental [esf.edu/ecn].
- <sup>6</sup> Ver Flew y Cunningham, 2010; Keane, 2009; y Ritzer y Jurgenson, 2010, respecto a útiles síntesis de estas posiciones.
- <sup>7</sup> Vincent Mosco (2004) cuenta una historia similar respecto a la relación que tenía con su primo en la vieja Radio Row en el centro de Manhattan.
- <sup>8</sup> Ver Smith, 2007, como referencia al pensamiento afroamericano sobre cuestiones medioambientales.

## Referencias

- Abrams, H. K. (2001), “A Short History of Occupational Health” en *Journal of Public Health Policy*. Vol. 22, núm.1.
- Agnew, J. (2009), “Money Games: Currencies and Power in the Contemporary World Economy” en *Antipode*. Vol. 41, núm. 8.
- Aguilar, M. Á., Nivón, E., Portal, A. M. y R. Winocur (coords.) (2009), *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica*. Barcelona, Anthropos Editorial.
- Andersen, R. (2007), “Bush’s Fantasy Budget and the Military/Entertainment Complex” en *PRWatch*. 12 de febrero. Consultado en <http://www.prwatch.org/news/2007/02/5742/bushs-fantasy-budget-and-militaryentertainment-complex>
- Anderson, B. (1991), *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres, Verso.
- Attali, J. (2008), “This is not America’s Final Crisis” en *New Perspectives Quarterly*. Vol. 25, núm. 2.
- Barbrook, R. y A. Cameron (1996), “The Californian Ideology” en *Science as Culture*. Vol. 6, núm. 1.
- Bazin, A. (1967), *What is Cinema?* Traducido por Hugh Gray. Berkeley, University of California Press.
- Beaty, B. (2009), “My Media Studies: The Failure of Hype” en *Television & New Media*. Vol. 10, núm. 1.
- Bell, D. (1977), “The Future World Disorder: The Structural Context of Crises en *Foreign Policy*. Núm. 27.
- Berland, J. (2009), “Animal and/as Medium: Symbolic Work in Communicative Regimes en *The Global South*. Vol. 3, núm. 1.
- Blair, G. A. (1926), “The Development of the Motion Picture Raw Film Industry en *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 128.
- Bormann, E. G. (1985), “Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation en *Journal of Communication*. Vol. 35, núm. 4.
- Brzezinski, Z. (1969), *Between Two Ages: America’s Role in the Technotronic Era*. Nueva York, Viking Press.
- Burston, J. (2003), “War and the Entertainment Industries: New Research Priorities in an Era of Cyber-Patriotism en Thussu, D. K. y D. Freedman (eds.), *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*. Londres, Sage Publications.

- Cardoso, F. H. (2005), "Scholarship and Statesmanship" en *Journal of Democracy*. Vol. 16, núm. 2
- Charland, M. (1986), "Technological Nationalism" en *Canadian Journal of Political and Social Theory*. Vol.10, núm. 1.
- Colten, C. E. (1988), "Historical Questions in Hazardous Waste Management" en *Public Historian*. Vol. 10, núm. 1.
- Corbett, C. J. y R. P. Turco (2006), Sustainability in the Motion Picture Industry. Informe preparado por la Junta de Manejo Integrado de Desechos del Estado de California. Instituto de Medio Ambiente. Consultado en [personal.anderson.ucla.edu/charles.corbett/papers/mpis\\_report.pdf](http://personal.anderson.ucla.edu/charles.corbett/papers/mpis_report.pdf)
- Couldry, N. (2009), "Does 'the Media' Have a Future?" en *European Journal of Communication*. Vol. 24, núm. 4.
- Dartmouth Toxic Metals Research Program (s. f.), *The Facts on Silver*. Center for Environmental Health Services, Dartmouth College. Consultado en [dartmouth.edu/~toxmetal/TXQAag.shtml](http://dartmouth.edu/~toxmetal/TXQAag.shtml)
- Deck, A. (2004), "Demilitarizing the Playground". Consultado en [artcontext.org/crit/essays/noQuarter](http://artcontext.org/crit/essays/noQuarter)
- De Sola, I. (1980), "Communications Technology and Land Use" en *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 451.
- Du Boff, R. B. (1980), "Business Demand and the Development of the Telegraph in the United States, 1844-1860" en *Business History Review*. Vol. 54, núm. 4.
- Dutton, M. (2005), "From Culture Industry to Mao Industry: A Greek Tragedy" en *boundary 2*. Vol. 23, núm. 2.
- Elias, N. (1994), *The Civilizing Process: The History of Manners and State Formation and Civilization*. Traducido por Edmund Jephcott. Oxford, Blackwell.
- Flew, T. y S. Cunningham (2010), "Creative Industries after the First Decade of Debate" *The Information Society*. Vol. 26, núm. 2.
- Foster, J. B. (1999), *The Vulnerable Planet: A Short Economic History of the Environment*. Nueva York, Monthly Review Press.
- Frow, J. (2006), "Intellectual Property Rights and the Public Domain in the New World Order" en *Indian Journal of Law and Technology*. Núm. 2.
- Galbraith, J. K. (1967), *The New Industrial State*. Boston, Houghton Mifflin.
- García Canclini, N. (2008), "Interview for the 9<sup>th</sup> Spanish Sociology Conference, 2007" en *Social Identities* Vol.14, núm. 3. Traducido por Toby Miller.
- Gates, K. (2009), "New Media Addiction" en *Television & New Media*. Vol.10, núm. 1.
- Golumbia, D. (2009), *The Cultural Logic of Computation*. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- Grove, R. H. (1995), *Green Imperialism: Colonial Expansion, Tropical Island Edens and the Origins of Environmentalism 1600-1860*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Hancock, S. (2009), "Iceland New Home of Server Farms?" en *BBC News*. Consultado en [news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/programmes/click\\_online/8297237.stm](http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/programmes/click_online/8297237.stm)
- Hanke, B. (2009), "Reflections on the Academic Milieu of Media Studies" en *International Journal of Communication*. Vol. 3.
- Harmon, A. (2003), "More than Just a Game, but How Close to Reality?" en *New York Times*. 3 de abril, Tecnología.
- Harney, S. (2002), *State Work: Public Administration and Mass Intellectuality*. Durham, Duke University Press.
- Hay, J. (2009), "My Space?" en *Television & New Media*. Vol. 10, núm. 1.
- Hegel, G. W. F. (1988), *Lectures on the Philosophy of World History. Introduction: Reason in History*. Traducido por H. B Nisbet. Cambridge, Cambridge University Press.
- Heidegger, M. (1977), *Basic Writings from Being and Time (1927) to The Task of Thinking (1964)*. Farrell, D. (ed.), Nueva York, Harper & Row.
- Hobbes, T. (1998), *On the Citizen*. Traducido y editado por Richard Tuck y Michael Silverthorne. Cambridge, Cambridge University Press.
- International Energy Agency (2009), *Gadgets and Gigawatts: Policies for Energy Efficient Electronics—Executive Summary*. París, Organization for Economic Cooperation and Development.
- Keane, M. (2009), "Understanding China: Navigating the Road Ahead" en *Economia della Cultura*. Núm. 1.
- Krugman, P. (2010), "Chinese New Year" en *New York Times*. 1 de enero, Opinión, A29.



- Leaning, J. (2000), "Environment and Health: 5. Impact of War" en *Canadian Medical Association Journal*. Vol. 163, núm. 9.
- Lenoir, T. (2003), "Programming Theaters of War: Gamemakers as Soldiers" en Latham, R. (ed.), *Bombs and Bandwidth: The Emerging Relationship between Information Technology and Security*. Nueva York, New Press.
- Liu, Y. (2010), "Maoist Discourse and the Mobilization of Emotions in Revolutionary China" en *Modern China*. Vol. 36, núm. 3.
- Lueck, D. (2002), "The Extermination and Conservation of the American Bison" en *Journal of Legal Studies*. Vol. 1, núm. 2.
- Macedonia, M. (2002), "Games, Simulation, and the Military Education Dilemma" en *The Internet and the University: 2001 Forum*. Boulder, Educause.
- Marcuse, H. (1941), "Some Social Implications of Modern Technology" en *Studies in Philosophy and Social Sciences*. Vol. 9, núm. 3.
- Marx, K. (1987), *Capital: A Critical Analysis of Capitalist Production*. Vol. 1. Tercera edición. Engels, F. (ed.). Nueva York, International Publishers.
- Mattelart, A. (1996), *The Invention of Communication*. Traducido por Susan Emanuel. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- (2002), "An Archaeology of the Global Era: Constructing a Belief" en *Media, Culture & Society*. Vol. 24, núm. 5. Traducido por Susan Taponier y Philip Schlesinger.
- Maxwell, R. y T. Miller (2012), *Greening the Media*. Nueva York, Oxford University Press.
- Miller, T. (1990a), "Mission Impossible and the New International Division of Labour" en *Metro*. Núm. 82.
- (1990b), "Mission Impossible: How Do You Turn Indooroopilly into Africa?" en Dawson, J. y B. Molloy (eds.), *Queensland Images in Film and Television*. St. Lucia, University of Queensland Press.
- (2005), "Hollywood, Cultural Policy Citadel" en Wayne, M. (ed.), *Understanding Film: Marxist Perspectives*. Londres, Pluto Press.
- (2008), "La mano visible: Apuntes sobre la incorporación del impacto ambiental de las tecnologías mediáticas en la investigación sobre medios y globalización" en Lozano, J. C. (ed.), *Comunicación*. Monterrey, Fondo Editorial de Nuevo León.
- (2009), "Cybertarians of the World Unite: You Have Nothing to Lose but Your Tubes!" en Snickars, P. y Vondereau, P. (eds.) *The YouTube Reader*. Estocolmo, National Library of Sweden.
- (2010), *Television Studies: The Basics*. Londres, Routledge.
- (2012), "La nueva derecha de los estudios culturales –Las industrias creativas" en *Tabula Rasa*. Núm. 15.
- et al. (2005), *Global Hollywood 2*. Londres, British Film Institute.
- y G. Yúdice (2009), "O Copyright: Instrumento de Expropiação e Resistência Onde de Encontram a Economia Política e os Estudos Culturais" en Bolaño, C. (ed.), *Comunicação e a Crítica da Economia Política: Perspectivas Teóricas e Epistemológicas*. São Cristovão, Editora-UFS.
- Moran, A. (1998), *Copycat: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. Luton, University of Luton Press.
- (ed.) (2009), *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programs*. Bristol, Intellect.
- y J. Malbon (2006), *Understanding the Global TV Format*. Bristol, Intellect.
- y M. Keane, (eds.) (2004), *Television Across Asia: Television Industries, Programme Formats and Globalization*. Londres, RoutledgeCurzon.
- Mosco, V. (2004), *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge, Massachusetts, MIT Press.
- (2009), "The Future of Journalism" en *Journalism*. Vol.10, núm. 3.
- Mouawad, J. y K. Galbraith (2009), "Plugged in Age Feeds Hunger for Electricity" en *New York Times*. 20 de septiembre, A1.
- Munro, D. T. (1971), "The Malleability of Man in Chinese Marxism" en *China Quarterly*. Vol. 48.
- Navar, M. (2008), "The New TV Ecosystem" en *Media Post's Video*. Online Video Insider. Junio 30. Consultado en <http://www.mediapost.com/publications/article/85767/the-new-tv-ecosystem.html>
- Niman, M. I. (2003), "Kodak's Toxic Moments". 29 de mayo. Consultado en [altnet.org/story/16030/kodak's\\_toxic\\_moments](http://altnet.org/story/16030/kodak's_toxic_moments)



- Noble, D. F. (1977), *America by Design: Science, Technology and the Rise of Corporate Capitalism*. Oxford, Oxford University Press.
- Orwell, G. (1982), *The Lion and the Unicorn: Socialism and the English Genius*. Harmondsworth, Penguin.
- Parks, L. (2007), "Falling Apart: Electronics Salvaging and the Global Media Economy" en Acland, C. (ed.), *Residual Media*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Peters, J. D. (2006), "Technology and Ideology: The Case of the Telegraph Revisited" en Packer, J. y C. Robertson (eds.), *Thinking with James Carey: Essays on Communications, Transportation, History*. Nueva York, Peter Lang.
- Raphael, C. (2003), "E-Waste and the Greening of the Information Age" en *STS Nexus*. Vol. 3, núm. 2.
- y T. Smith (2006), "Importing Extended Producer Responsibility for Electronic Equipment into the United States" en Smith, T., Sonnenfeld, D. A. y D. N. Pellow (eds.), *Challenging the Chip: Labor Rights and Environmental Justice in the Global Electronics Industry*. Filadelfia, Temple University Press.
- Ritzer, G. y N. Jurgenson (2010), "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'" en *Journal of Consumer Culture*. Vol. 10, núm. 1.
- Ross, A. (2009), *Nice Work if You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*. Nueva York, New York University Press.
- Rothkopf, D. (1997), "In Praise of Cultural Imperialism" en *Foreign Policy*. Núm. 107.
- Schiller, D. (2007), *How to Think About Information*. Urbana, University of Illinois Press.
- Schiller, H. I. (1976), *Communication and Cultural Domination*. Nueva York, International Arts and Sciences Press.
- Shachtman, N. (2010), "Green Monster" en *Foreign Policy*. Consultado en [foreignpolicy.com/articles/2010/04/26/green\\_monster?page=full](http://foreignpolicy.com/articles/2010/04/26/green_monster?page=full)
- Silver, D. y A. Marwick (2006), "Internet Studies in Times of Terror" en Silver, D. y A. Massanari (eds.) *Critical Cyberculture Studies*. Nueva York, New York University Press.
- Smith, C. H. (2003), "I Don't Like to Dream about Getting Paid': Representations of Social Mobility and the Emergence of the Hip-Hop Mogul" *Social Text* 77. Vol. 21, núm. 4.
- Smith, K. K. (2007), *African American Environmental Thought: Foundations*. Lawrence, University of Kansas Press.
- Smith, T. y C. Raphael (2003), "High Tech Goes Green" *YES! A Journal of Positive Futures*. Núm. 25.
- Standage, T. (1998), *The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-line Pioneers*. Nueva York, Berkley Books.
- Sterne, J. (2007), "Out with the Trash: On the Future of New Media" *Residual Media* en Acland, C. (ed.) Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Stockwell, S. y A. Muir (2003), "The Military-Entertainment Complex: A New Facet of Information Warfare" en *The Fibreculture Journal*. Núm. 1. Consultado en [journal.fibreculture.org/issue1/issue1\\_stockwellmuir.html](http://journal.fibreculture.org/issue1/issue1_stockwellmuir.html)
- The Climate Group (2008), *Smart2020: Enabling the Low Carbon Economy in the Information Age*. Global Sustainability Initiative.
- Turner, F. (2006), *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago, University of Chicago Press.
- Turse, N. (2008), *The Complex: How the Military Invades Our Everyday Lives*. Nueva York, Metropolitan Books.
- "Twilight City –Where Snapshots are Born" (1936), en *Modern Mechanix & Inventions Magazine*. Núm. 84, febrero.
- Walker, R. R. (1973), *The Magic Spark: The Story of the First Fifty Years of Radio in Australia*. Melbourne, Hawthorn Press.
- Weber, M. (2000), "Commerce on the Stock and Commodity Exchanges" en *Theory and Society*. Vol. 29, núm. 3. Traducido por Steven Lestition.
- Winston, B. (1996), *Technologies of Seeing: Photography, Cinematography, and Television*. Londres, British Film Institute.
- Zhao, Q. y G. Liu (2010), "Managing the Challenges of Complex Interdependence: China and the United States in the Era of Globalization" en *Asian Politics & Policy*. Vol. 2, núm. 1.