

ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN

Tercer curso de Periodismo

Unidad didáctica I

Los conceptos de estructura, masa y comunicación de masas

Tema 1º.- El concepto de estructura. Utilidad del concepto en las Ciencias de la Información. Las dos fuentes principales: organicismo y lingüística. Definición intencional y definición efectiva. Modelo conceptual y Modelo de abstracción lógico-experimental. El concepto de estructura en las principales corrientes de las ciencias sociales. El pensamiento clásico (Spencer, Morgan, Marx). La analogía organicista de Radcliffe-Brown y la antropología británica. El funcionalismo (Parsons, Lévy, Merton). El estructuralismo (Lévy Strauss).

BASTIDE, R. et al (1968). *Sentidos y usos del término estructura*. Buenos Aires: Paidós. [D303SEN](#)

BOUDON, R. (1972). *Para qué sirve la noción de “estructura”*. Madrid: Aguilar. [DP165.75BOU](#) (Facultad de Filosofía)

CARUSO, P. (1969). *Conversaciones con Lévy-Strauss, Foucault y Lacan*. Barcelona: Anagrama. [D165.75CAR](#)

GIDDENS, A. (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la Teoría de la Estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu. [L316.3GID](#)

LÉVY-STRAUSS, C. (1973). *Antropología Estructural*. Buenos Aires: Siglo XXI. [DP39:165.75LEV](#) (Facultad de Filosofía)

PIAGET, J. (1971). *El estructuralismo*. Buenos Aires: Proteo. [L165.75PIA](#)

RADCLIFFE-BROWN, A.R. (1975). *El método en la Antropología Social*. Barcelona. Anagrama. [D39RAD](#)

ROCHER, G. (1978). *Introducción a la Sociología General*. Barcelona: Herder. [L316ROC](#)

SPENCER, H. (1947) *Principios de Sociología*. Buenos Aires: Revista de Occidente Argentina. [D316SPE](#) (dos volúmenes).

Tema 2º. – Masa y comunicación de masas. El concepto *masa* en las ciencias sociales. El proceso de masificación. Comunicación de masas, comunicación interpersonal e intrapersonal. Emisores, medios y receptores en el proceso de la comunicación masiva. Estructura de la comunicación de masas.

De Fleur, M. Y Ball-Rokeach (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. [L316.77DEF](#)

Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen. [L850-4"19"ECO](#)

Giner, S. (1979). *La Sociedad Masa*. Barcelona: Península. [L316.3GIN](#)

Le Bon, G. (1983). *Psicología de las masas*. Madrid: Morata [L316.6LEB](#)

Moragas, M. (1981). *Teorías de la Información*. Barcelona: Gustavo Gili. [L007MOR](#)

Morin, E. *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masa*. Madrid: Taurus. [DP316.73MOR](#)
(Filología A-Depósito)

Saperas, E. (1992a). *Sociología de la Comunicación de Masas en los Estados Unidos*. Barcelona: ESRP-PPU. [L316.77\(73\)SAP](#)

Saperas, E. (1992b). *Introducció a las Teories de la Comunicació*. Barcelona: Portic. [L007SAP](#)

Schramm, W. (1969). *Procesos y efectos de la comunicación colectiva*. Quito: CIESPAL. [D316.77SCH](#)

Feldman, E. (1977). *Teoría de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Kapelusz. [L316.77FEL](#)

Tarde, G. (1986). *La opinión y la multitud*. Madrid: Taurus [L316.65TAR](#)

Valbuena, F. (1991). Voz: "Comunicación Colectiva" en, *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Información*. Madrid: Ediciones Paulinas. [R007\(03\)DIC](#)

Unidad didáctica II

La estructura de la comunicación de masas en las principales corrientes teóricas

Tema 3º.- El Funcionalismo. Propositiones básicas del estudio funcionalista de la comunicación masiva (Robert K. Merton y Paul F. Lazarsfeld). Funciones de los medios en el sistema social: del modelo de Lasswell al modelo estructural-funcionalista de Melvin De Fleur. La Teoría de la Modernización (Lerner, Schramm, De Sola Pool, Pye).

Adorno, T. (1975). "Experiencias científicas de un estudioso europeo en los Estados Unidos", en *Consignas*. Buenos Aires: Amorrortu. [D1ADO](#)

Gouldner, A. (1979). *La crisis de la sociología occidental*. Buenos Aires: Amorrortu. pp. 321-322. [DP316GOU](#) (Facultad de Filosofía)

Marsal, J. (1977). *La crisis de la sociología norteamericana*. Barcelona: Península. [DP316.2\(73\)MAR](#)
(Facultad de Fisología).

Merton, R. (1968) *Social Structure and Social Theory*. Free Press. Versión española (1980) *Teoría y Estructura Sociales*. México: FCE. [L316.3MER](#)

Moragas, M. (1981). *Teorías de la Información*. Barcelona: Gustavo Gili. [L007MOR](#)

Pollak, M. (1986). *Paul F. Lazarsfeld, fundador de una multinacional científica*. En *Materiales de Sociología Crítica*. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta. [L316MAT](#)

Saperas, E. (1985). *La sociología de la comunicación de masas en Estados Unidos*. Barcelona: Ariel. [L316.77\(73\)SAP](#)

Saperas, E. (1992b). *Introducció a las Teories de la Comunicació*. Barcelona: Portic. [L007SAP](#)

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Piados. [L316.77WOL](#)

Tema 4º. La Escuela de Frankfurt. Propositiones básicas del estudio frankfurtiano de la comunicación de masas. Adorno y Horkheimer: la *industria cultural*, primera aproximación crítica al estudio de los sistemas de medios. El *iluminismo* como engaño de las masas. El *hombre unidimensional* (Marcuse). La *esfera pública* (Habermas).

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1978). *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana. [DP316.257HOR](#) (Facultad de Filosofía).

Adorno, T.(1975). “Experiencias científicas de un estudioso europeo en los Estados Unidos”, en *Consignas*. Buenos Aires: Amorrortu. [D1ADO](#)

Adorno, T. et al. (1965). *La personalidad autoritaria*. Buenos Aires: Proyección. [DE159.923PER](#) (Facultad de Medicina)

Adorno, T. (1971). *La ideología como lenguaje*. Madrid: Taurus. [L800.1ADO](#)

Horkheimer, M. (1998). *Teoría Crítica*. Buenos Aires: Amorrortu. [D316HOR](#)

Lozano, J. (1991). “Cultura de masas”. En Benito, A. (Ed). *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid: Paulinas . [R007\(03\)DIC](#)

Marcuse, H. (1972). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Seix Barral. [DP1HIS45](#) (Facultad de Filosofía). [D316ROD](#)

Moragas, M. (1981). *Teorías de la Información*. Barcelona: Gustavo Gili. [L007MOR](#)

Rodríguez Ibáñez, J. (1982). *El sueño de la razón*. Madrid: Taurus.

Saperas, E. (1992b). *Introducción a las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Portic. [L007SAP](#)

Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Antrophos. [DP316.77VAT](#)

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós. [L316.77WOL](#)

Tema 5º. Los Estudios Culturales. Propositiones básicas del estudio culturalista de la comunicación de masas. Ideología, cultura y determinación económica. Los trabajos del Glasgow Media Group. El análisis crítico de audiencias y la discusión en torno a la Teoría del Imperialismo Cultural. *Multiculturalidad, hibridación cultural* y cultura como forma de resistencia.

Ferguson, M y Golding, P. (1998). *Economía Política y Estudios Culturales*. Barcelona: Bosch. [L330.1:008ECO](#)

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas*. México: CNCA. [DP008"17/19"GAR/FOT](#) (Facultad de Filosofía)

Gitlin, T. (1997). “La política de la comunicación y la comunicación de la política”. *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 3. (revista en la Red www.ucm/info/per3/cic)

Martín Barbero, J.(1986). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77MAR](#)

Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós. [L007MAT](#)

Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage. [D316.77:330.1MOS](#)

Orozco, G. (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. La Plata: Ediciones de la Universidad de La Plata. [L007\(7/8=60\)ORO](#)

Stevenson, N. (1995). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu. [L316.77STE](#)

White, R. (1989). "La teoría de la comunicación en América Latina". *TELOS*, 19. Revista en la Red www.campusred.net/html/Telos

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós. [L316.77WOL](#)

Tema 6º.- La Economía Política de la Comunicación. Propositiones básicas del estudio económico-político de la comunicación de masas. La sociedad de clases y la cuestión de la determinación. La Economía Política en los Estados Unidos: Smythe y Schiller. La Economía Política en Europa: Golding, Murdock, Garnham, Mattelart y Miége. Enfoques tercermundistas de la Economía Política. Discusión teórica: la Economía Política y el Funcionalismo. La Economía Política y la Escuela de Frankfurt. La Economía Política y los Estudios Culturales.

Curran, J., Gurevitch, M., y Woollacott, J. comps. (1981). *Sociedad y comunicación de masas*. México: FCE. [L316.77SOC](#)

Chomsky, N. y Herman, E. (1988). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona. Grijalbo Mondadori. [L316.77\(73\)CHO](#)

Ferguson, M. y Golding, P. (1996). *Economía Política y Estudios Culturales*. Barcelona. Bosch. [L330.1:008ECO](#)

Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós. [L007MAT](#)

Moragas, M. (1981). *Teorías de la Información*. Barcelona: Gustavo Gili. [L007MOR](#)

Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage. [D316.77:330.1MOS](#)

Quirós, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#)

Quirós, F y Sierra, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)

Saperas, E. (1985). *La sociología de la comunicación de masas en Estados Unidos*. Barcelona: Ariel. [L316.77\(73\)SAP](#)

Schiller, H. (1979). "A la espera de órdenes. Tendencias generales en la investigación de la comunicación de masas en Estados Unidos", en Moragas, M. (1979, pp. 68-80). [L007MOR](#)

Unidad didáctica III

Mundialización/Globalización y medios de comunicación de masas

Tema 7º.- El Sistema Internacional. La globalización como mundialización de mercados. Análisis optimistas: la sociedad red (Castells); la ruptura de la historia (Fukuyama); el cambio de sociedad (Bell). Análisis críticos: modelos centro-periferia; Teoría de la Dependencia; modelo de Estado Global (Dieterich).

BELL, D. (1991). *¿Ideologías sin futuro? ¿futuro sin ideologías?: conferencias y debate de Daniel Bell, Francis Fukuyama y Jean Françoise Revel*. Madrid: Editorial Complutense. [L321.01BEL](#)

BRZEZINSKY, Z. (1979). *La Era Tecnitrónica*. Buenos Aires: Paidós. [D008"313"BRZ](#)

CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información (vol I). Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza. [L007.5:316CAS](#)

CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información (vol II). Economía, Sociedad y Cultura. El poder de la Identidad*. Madrid: Alianza. [L007.5:316CAS](#)

CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información (vol III). Economía, Sociedad y Cultura. Fin de milenio*. Madrid: Alianza. [L007.5:316CAS](#)

CHOMSKY, N y DIETERICH, H. (1999). *La sociedad global: educación, mercado y democracia*. Madrid: Voz de los sin voz. [L339.9CHO](#)

CHOMSKY, N y DIETERICH, H. (1992). *Los vencedores: una ironía de la historia*. Tafalla, Navarra: Txalaparta [L330.342.14\(04\)CHO](#) (Facultad de CC.Políticas)

FUKUYAMA, F. (1992). *El fin de la historia*. Barcelona: Planeta. [I930.1FUK](#)

FUKUYAMA, (2000). *La gran ruptura*. Barcelona: Ediciones B. [D316.324.8FUK](#) (Facultad de Educación)

Quirós, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#)

Tema 8º.- El Sistema Internacional de medios de comunicación de masas (I). Sistema Internacional y Sistema Internacional de Información. Distribución mundial de recursos. Unidireccionalidad/Bidireccionalidad de los flujos informativos. Concentración planetaria del poder de informar. Las grandes empresas transnacionales: AOL-Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation , Bertelsmann, Vivendi, AT&T.

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. [L327.2:008EUD](#)

MATTELART, A.(1987). *La comunicación mundo*. Madrid: Fundesco. [L316.77MAT](#)

MURCIANO, M.(1992). *Estructura y dinámica de a comunicación internacional*. Barcelona: Bosch [L316.77\(100\)MUR](#)

QUIRÓS F. (1998): *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. [L007QUI](#)

Quirós, F y Sierra, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)

RAMONET, I. (1995): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria. [L007CHO](#)

RAMONET, I. (2001). *La sociedad de la información: el reto del siglo XXI*. Vitoria : Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras. [L007.5:316SOC](#)

SCHILLER, H.I. (1993): *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública..* Guadalajara (México): Universidad de Guadalajara. [L316.77:32SCH](#)

SCHILLER, H.I. (1996): *Aviso para navegantes*..Barcelona: Icaria. [L681.324:316SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1976, 1992): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77\(73\)SCH](#)

Tema 9º.- El Sistema Internacional de medios de comunicación de masas (y II). Base ideológica del sistema: la Doctrina del Libre Flujo de la Información. Distintas formulaciones y adaptaciones desde 1945: Truman y el dominio mundial de la AP y la UPI; Eisenhower el control de la radio y las telecomunicaciones; Kennedy/Jonson Nixon/Ford, adaptación de la doctrina a las comunicaciones por satélite; Carter, el control de las redes telemáticas; Reagan, la desregulación; Clinton y la Ley de Telecomunicaciones de 1996.

BRZEZINSKY, Z. (1979). *La Era Tecnitrónica*. Buenos Aires: Paidós. . [D008"313"BRZ](#)

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. . [L327.2:008EUD](#)

MATTELART, A.(1987). *La comunicación mundo*. Madrid: Fundesco. [L316.77MAT](#)

QUIRÓS F. (1998): *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. [L007QUI](#)

SCHILLER, H.I. (1993): *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública..* Guadalajara (México): Universidad de Guadalajara. [L316.77:32SCH](#)

SCHILLER, H.I. (1996): *Aviso para navegantes..*Barcelona: Icaria. [L681.324:316SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1976, 1992): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77\(73\)SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1979): *National sovereignty and international communication*. Norwood, New Jersey : Ablex. [D316.77\(100\)NAT](#)

SCHILLER, H.I.(1987): "Diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de información". *Analisi*. 10/11: 76-77. [A 0012](#)

Unidad didáctica IV Flujos de Información

Tema 10º.- Información periodística. Las grandes agencias de noticias (AP, Reuters, AFP). Agencias internacionales intermedias (EFE, ANSA; DPA). Agencias regionales (CANA,PANA). Agencias Alternativas (Pool No Alienado, International Press Service). Los servicios de televisión "todo noticias": el caso especial de la CNN. Euronews. Los servicios de noticias en Internet.

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. [L327.2:008EUD](#)

GIORDANO, E. Y ZELLER, C.(1988): *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: Fundesco. [L316.77\(4\)GIO](#)

MATTELART, A.(1981): *Multinacionales y sistemas de comunicación*. Madrid: Siglo XXI. [L316.77MAT](#)

MURCIANO, M.(1992). *Estructura y dinámica de a comunicación internacional*. Barcelona: Bosch. [L316.77\(100\)MUR](#)

QUIRÓS F. (1998): *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. [L007QUI](#)

SCHILLER, H.I. (1996): *Aviso para navegantes..*Barcelona: Icaria. [L681.324:316SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1976, 1992): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77\(73\)SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1987): "Diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de información". *Analisi*. 10/11: 76-77. [A 0012](#)

Tema 11º.- Debate en torno a la unidireccionalidad de la información internacional. Del *Manifiesto* de Kent Cooper al *Informe MacBride*. La distorsión de la información: Modelo de Propaganda de Chomsky y Herman. El Informe Silverstein.

CHOMSKY, N. y HERMAN, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica. [L316.77\(73\)CHO](#)

DUISEF, D (1994). "Visiones del Magreb en los medios de comunicación". *Voces y Culturas*, 6. [B 1076](#)

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. [L327.2:008EUD](#)

GIORDANO, E. (1996). "Propaganda racista y exclusión social del inmigrante". *Cuadernos de Información y Comunicación*, 2. (revista en la Red www.ucm/info/per3/cic)

MACBRIDE, S. (1981). *Un solo mundo voces múltiples*. París: UNESCO. [L316.77\(100\)SOL](#)

QUIRÓS F. (1998): *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. [L007QUI](#)

RAMONET, I. (1995): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria. [L007CHO](#)

SCHILLER, H.I.(1976, 1992): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77\(73\)SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1987): "Diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de información". *Analisi*. 10/11: 76-77. [A 0012](#)

SILVERSTEIN, k. (1993). "Mediatización de la prensa norteamericana en la cobertura de las noticias del Tercer Mundo". *American Journalism Review*. (noviembre). <http://ajr.newslink.org/>

Tema 12º. - Programas audiovisuales. El mercado internacional del cine: la *Motion Picture Export of América* y las *majors* de Hollywood. El mercado internacional de televisión controlado las grandes empresas norteamericanas. Razones para el dominio de los Estados Unidos. Situación de Europa y Japón. Situación del Tercer Mundo.

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. [L327.2:008EUD](#)

GIORDANO, E. Y ZELLER, C.(1988): *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: Fundesco. . [L316.77\(4\)GIO](#)

GUBACK, T. (1980). *La industria internacional del cine*. Madrid : Fundamentos. [L791.43GUB](#)

MACBRIDE, S. (1981). *Un solo mundo voces múltiples*. París: UNESCO. [L316.77\(100\)SOL](#)

MURCIANO, M.(1992). *Estructura y dinámica de a comunicación internacional*. Barcelona: Bosch. [L316.77\(100\)MUR](#)

QUIRÓS F. (1998). *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. . [L007QUI](#)

QUIROS, F (1990). *Europa y la Información (Televisión)*. Madrid: Fundación Universidad Empresa. [L654.17\(4\)QUI](#)

SCHILLER, H.I.(1976, 1992): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona: Gustavo Gili. [L316.77\(73\)SCH](#)

SCHILLER, H.I.(1987): "Diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de información". *Analisi*. 10/11: 76-77. [A 0012](#)

VARIS, T. y Nordestreng, K.(1976) : *¿Circula la televisión en un sólo sentido?*. París: UNESCO. [D654.17NOR](#)

Tema 13º.- Debate en torno a la uniformización cultural. Teoría del Imperialismo Cultural. Los sistemas de cuotas como forma de proteger las industrias regionales y nacionales. Estudio especial del caso europeo: la Directiva Televisión sin Fronteras.

COMUNIDADES EUROPEAS. *Directiva del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva*. Doc 89/552/CEE. Diario Oficial de la Comunidades Europeas 17/10/1989. [PP 0DERIPU](#)

EUDES, Y.(1984): *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*. Barcelona: Gustavo Gili. . [L327.2:008EUD](#)

GIORDANO, E. Y ZELLER, C.(1988): *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: Fundesco. [L316.77\(4\)GIO](#)

GUBACK, T. (1980). *La industria internacional del cine*. Madrid : Fundamentos. [L791.43GUB](#)

MACBRIDE, S. (1981). *Un solo mundo voces múltiples*. París: UNESCO. [L316.77\(100\)SOL](#)

MURCIANO, M.(1992). *Estructura y dinámica de a comunicación internacional*. Barcelona: Bosch. [L316.77\(100\)MUR](#)

PARLAMENTO EUROPEO. *Dictamen elaborado en nombre de la Comisión de Asuntos Jurídicos y Derechos Cívicos sobre la propuesta de la Comisión de las Comunidades Europeas al Consejo COM (86) 146 fibal-C2-38-/86, relativa a una Directiva acerca de la coordinación de determinadas disposiciones legales reglamentarias o administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión*. Doc A2-0246/8.

QUIRÓS F. (1998). *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. . [L007QUI](#)

Tema 14º.- Datos. La infraestructura de la Sociedad de la Información. La apropiación de la tecnología informática por las grandes corporaciones. Transmisión internacional de datos e integración a escala global del sistema empresarial. Internet, ¿mejora social generalizada o nueva dimensión del poder hegemónico?

CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información (vol I). Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza. [L007.5:316CAS](#)

- FUNK, H. (1995). *Autopistas de la información: el reto del siglo XXI*. Madrid: Editorial Complutense. [L681.3UNI](#)
- GATES, B. (1995). *Camino al futuro*. Madrid: McGraw-Hill. [L007.5:316GAT](#)
- GONZALEZ, J. (1998). *Autopistas de la Información en Internet*. Cáceres: Univesidad de Extremadura.
- PRICE, C. (2001). *Los conquistadores de Internet*. Madrid: Prentice Hall. [S681.324PRI](#) (Facultad de Económicas)
- QUIRÓS F. (1998): *Estructura de Internacional de la Información*. Madrid: Síntesis. . [L007QUI](#)
- RAMONET, I. (1998). *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza. [L681.324:316INT](#)
- RAMONET, I. (1995): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria. [L007CHO](#)
- SCHILER, D. (2000). *Capitalismo digitale: Il mercato globale in rete*. Milán: Universidad Bocconi Editore. [MERH IV.1.1SCH](#) (Facultad de Derecho. Dpto. Derecho Mercantil)

Unidad didáctica V

Sistemas de Medios de Comunicación

Tema 15º.- Estados Unidos. Los grandes medios impresos: periódicos locales, estatales y nacionales. Principales grupos editores. La radio: base local y *networks*. Televisión: las grandes redes hertzianas: CBS, ABC, NBC y FOX; operadores de cable y satélite. Los operadores de telecomunicaciones. Bases jurídicas y políticas del sistema.

- BAGDIKIAN, B. (1986). *El monopolio de los medios de difusión*. México: FCE. [L316.77\(73\)BAG](#)
- CHOMSKY, N. Y HERMAN, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica. . [L316.77\(73\)CHO](#)
- GIORDANO, E. Y ZELLER, C.(1988): *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: Fundesco. [L316.77\(4\)GIO](#)
- HERMAN, E. (1997). *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra. [L316.77HER](#)
- QUIRÓS, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#).
- QUIRÓS, F y SIERRA, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)
- SCHILLER, H. (1993). *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la opinión pública*. Guadalajara (Mex): Universidad de Guadalajara. . [L316.77:32SCH](#)
- SCHILLER, H.I. (1996): *Aviso para navegantes*..Barcelona: Icaria. [L681.324:316SCH](#)
- SQUIRES, J. (1994). *¡Chantaje a la Prensa!. La comunicación en manos de las grandes multinacionales*. Barcelona: Prensa Ibérica. [L070.13SQU](#)

Tema 16º.- La concentración multimedia en los Estados Unidos. Diversificación y concentración del sector de la edición: 1960-80, años de diversificación; la desregulación de los años 80; años 90-2000 las grandes cadenas editoras y su dimensión multimedia. Concentración del sector audiovisual: del oligopolio de las tres *networks* a la Time Warner y los gigantes del cable. Desregulación del sector de telecomunicaciones y nuevas alianzas. Papel de la *Federal Communications Commisión*. La ley de Telecomunicaciones de 1996.

BAGDIKIAN, B. (1986). *El monopolio de los medios de difusión*. México: FCE. [L316.77\(73\)BAG](#)

CHOMSKY, N. Y HERMAN, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica. . [L316.77\(73\)CHO](#)

GIORDANO, E. Y ZELLER, C.(1988): *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: Fundesco. [L316.77\(4\)GIO](#)

HERMAN, E. (1997). *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra. [L316.77HER](#)

QUIRÓS, F. (1995). "Las cadenas de la televisión norteamericana. Análisis crítico de la concentración del poder de informar. *CIC*,1, pp. 115-142. [A 0403](#)

QUIRÓS, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#).

QUIRÓS, F y SIERRA, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)

SCHILLER, H. (1993). *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la opinión pública*. Guadalajara (Mex): Universidad de Guadalajara. . [L316.77:32SCH](#)

SCHILLER, H.I. (1996): *Aviso para navegantes*..Barcelona: Icaria. [L681.324:316SCH](#)

SQUIRES, J. (1994). *¡Chantaje a la Prensa!. La comunicación en manos de las grandes multinacionales*. Barcelona: Prensa Ibérica. [L070.13SQU](#)

Tema 17º.- La Unión Europea. Los grandes medios impresos: periódicos locales, estatales y nacionales. Principales grupos editores. La radio: base nacional y redes. Los sistemas públicos televisión. Regionalización y terceros canales. Emisoras Privadas. Los operadores de telecomunicaciones. Bases jurídicas y políticas del sistema.

ANSUR, (1990). "FININVEST, un monopolio latino de televisión". *Voces y Culturas*. 1, pp.23-43. [B 1076](#)

ANSUR, (1990). "HAVAS una transnacional de la comunicación global". *Voces y Culturas*. 1, pp. 13.22. [B 1076](#)

DIAZ-NOSTY, B. (1994 y ss). "Informe sobre los medios en España". *Anuario Tendencias de la Comunicación*. FUNDESCO. [L316.77\(46\)COM](#)

GIORDANO, E. (1995). "Un nuevo mapa político de la comunicación en Europa". *Voces y Culturas*, 7, pp.41-59. [B 1076](#)

GIORDANO, E Y ZELLER, C. (1988). *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: FUNDESCO. [L316.77\(4\)GIO](#)

QUIRÓS, F. (1989). *Europa y la Información: Televisión*. Madrid: Fundación Universidad Empresa.

[L654.17\(4\)QUI](#)

QUIRÓS, F. (1995). "La espiral del disimulo". *Causas y Azares*, 3, pp. 81-101. [A 0441](#)

QUIRÓS, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#)

Richeri, G. (1994). *La transición de la televisión : análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona : Bosch. [L654.17:658RIC](#)

Richeri, G. (ed.) (1983) *La televisión : entre servicio público y negocio : estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona : Gustavo Gili. [L316.77TEL](#)

Tema 18°. La concentración multimedia en la Unión Europea. Aparición y crecimiento de las grandes cadenas editoras. La privatización del audiovisual: elemento clave para la formación de grandes multimedia. Inutilidad de las leyes antimonopolio nacionales. Política anti-concentración de la Unión Europea. La privatización de las telecomunicaciones y nuevos procesos de concentración.

ANSUR, (1990). "FININVEST, un monopolio latino de televisión". *Voces y Culturas*. 1, pp.23-43. [B 1076](#)

ANSUR, (1990). "HAVAS una transnacional de la comunicación global". *Voces y Culturas*. 1, pp. 13.22. [B 1076](#)

DIAZ-NOSTY, B. (1994 y ss). "Informe sobre los medios en España". *Anuario Tendencias de la Comunicación*. FUNDESCO. [L316.77\(46\)COM](#)

GIORDANO, E. (1995). "Un nuevo mapa político de la comunicación en Europa". *Voces y Culturas*, 7, pp.41-59. [B 1076](#)

GIORDANO, E Y ZELLER, C. (1988). *Europa en el juego de la comunicación global*. Madrid: FUNDESCO. [L316.77\(4\)GIO](#)

QUIRÓS, F. (1989). *Europa y la Información: Televisión*. Madrid: Fundación Universidad Empresa. [L654.17\(4\)QUI](#)

QUIRÓS, F. (1995). "La espiral del disimulo". *Causas y Azares*, 3, pp. 81-101. [A 0441](#)

QUIRÓS, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Madrid. Síntesis. [L007QUI](#)

Richeri, G. (1994). *La transición de la televisión : análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona : Bosch. [L654.17:658RIC](#)

Richeri, G. (ed.) (1983) *La televisión : entre servicio público y negocio : estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Barcelona : Gustavo Gili. [L316.77TEL](#)

Tema 19°.- América Latina. El sector de la edición. Introducción de la radio y la televisión por parte de las grandes redes norteamericanas. Iniciativas públicas posteriores. Configuración dependiente del sistema regional y de los sistemas nacionales. Concentración geográfica. Operadores de telecomunicaciones. Bases políticas y jurídicas del sistema.

BELTRÁN, L. (1980). *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: ILET- Nueva Imagen. [L316.77\(7/8\)BEL](#)

GARCIA, A. (1980). *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*. Quito: CIESPAL. [L316.77\(7/8\)GAR](#)

MASTRINI, G. Y BOLAÑO, C. (1999). *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos. [L316.77\(7/8\)GLO](#)

MASTRINI, G. y Metsman, M. (1996). "¿Des-regulación o re-regulación. De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota". *CIC*, 2. . (revista en la Red www.ucm/info/per3/cic)

QUIRÓS, F. (1988). *Introducción a la Estructura real de la Información*. Madrid: EDUDEMA. [L007\(7/8\)QUI](#)

Quirós, F y Sierra, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)

SCHENKEL, P. (1981). *Políticas nacionales de Comunicación*. Quito. CIESPAL. [L316.77:32\(718\)POL](#)

SOMAVIA, J. (1978). "La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo". *Nueva Sociedad*, 38, 34-42. [PP 1791](#) (Facultad de Historia).

Tema 20º.- La concentración multimedia en América Latina. . Élités nacionales y propiedad de los medios. Penetración extranjera en los medios regionales Políticas neoliberales y concentración multimedia: los grandes imperios mediáticos regionales y sus alianzas.

BELTRÁN, L. (1980). *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: ILET- Nueva Imagen. [L316.77\(7/8\)BEL](#)

GARCIA, A. (1980). *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*. Quito: CIESPAL. [L316.77\(7/8\)GAR](#)

MASTRINI, G. Y BOLAÑO, C. (1999). *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos. [L316.77\(7/8\)GLO](#)

MASTRINI, G. y Metsman, M. (1996). "¿Des-regulación o re-regulación. De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota". *CIC*, 2. . (revista en la Red www.ucm/info/per3/cic)

QUIRÓS, F. (1988). *Introducción a la Estructura real de la Información*. Madrid: EDUDEMA. [L007\(7/8\)QUI](#)

Quirós, F y Sierra, F (2001). *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones. [L339.92:007COM](#)

SCHENKEL, P. (1981). *Políticas nacionales de Comunicación*. Quito. CIESPAL. [L316.77:32\(718\)POL](#)

SOMAVIA, J. (1978). "La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo". *Nueva Sociedad*, 38, 34-42. [PP 1791](#) (Facultad de Historia).

*Apuntes enviados por Noelle y descargados del blog Año + 1
(<http://koralieucm.com>)*

1. EL CONCEPTO DE ESTRUCTURA

UTILIDAD DEL CONCEPTO EN LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Etimológicamente, **estructura** viene del latín “*structura*”, palabra derivada del verbo “*struere*”, construir.

Desde el **s. XVII**, el uso del término se amplía en una **doble dirección**:

- Hacia el hombre, cuyo cuerpo puede ser comparado con una construcción.
- Hacia sus obras, en particular, su lenguaje.

BERNOT afirma que desde sus comienzos la palabra “**estructura**” **designa a la vez**:

- Un conjunto.
- Las partes de ese conjunto.
- Las relaciones de las partes entre sí.

Esto explica por qué sedujo a los anatomistas y a los gramáticos y, a partir de ellos, en el curso del s. XIX, a todos los que se interesaban por las ciencias exactas, las ciencias naturales y las ciencias sociales y humanas.

Hay varios itinerarios posibles, como hay varias etapas, en la marcha del término a través del vocabulario científico. **Usos diferentes e itinerarios igualmente diferentes explican que el concepto de estructura haya sido objeto de discusiones violentas.**

Así, para **SALUSTIANO DEL CAMPO** pertenece al grupo de conceptos “*que actúan más como ‘sensibilizadores’ que como logros teóricos definitivos*”.

Quizás, la descalificación más rotunda la encontramos en la cita de **KROEBER**: “*La noción de estructura probablemente no pasa de ser una concesión a la moda. Un término de sentido bien definido ejerce de pronto un atractivo tan singular durante una década que acaba de ser empleado a tontas y a locas, por la sola razón de que agradable al oído... Cualquiera cosa – a condición de que no sea completamente amorfa – posee una estructura. Al parecer el término estructura no añade absolutamente nada a lo que tenemos en la mente cuando lo empleamos, como no sea una agradable sensación*”.

Pero también podemos encontrar posiciones más favorables, como las de:

- **ROGER BASTIDE**¹ → afirma que si el término estructura ha invadido sistemáticamente numerosos campos es porque corresponde a una necesidad, porque es útil y porque, aunque pueda inducir a confusiones, puede también enriquecer las disciplinas que recurren a esta noción.
- **ETIENNE WOLFF** → señala cómo a un grupo de biólogos se les puede ocurrir organizar un coloquio sobre las estructuras en biología. Pero no se les ocurrirá la idea de organizar un coloquio sobre el sentido de la palabra estructura. Significa esto que el término en cuestión es perfectamente claro, indiscutido.

En definitiva, ocuparse académicamente del término estructura resulta bastante complejo.

¹ Sociólogo francés. Examinó los fenómenos de aculturación entre las sociedades tradicionales y las sociedades modernas, poniendo énfasis en el estudio de lo sagrado en contraposición a la economía y al psicoanálisis.

LAS 2 FUENTES PRINCIPALES: ORGANICISMO Y LINGÜÍSTICA

Hay 2 formas de definir el concepto, que vienen a coincidir con sus 2 grandes fuentes: el **organicismo** (**SPENCER**²) y la **lingüística** (**SAUSSURE**³):

- Se puede equiparar estructura a organización (**modelo conceptual**). Tiene una evidente concepción globalizadora.
- Se puede entenderla como una construcción teórica (**modelo teórico**). Responde a una intención de abstracción lógico – experimental.

DEFINICIÓN INTENCIONAL Y DEFINICIÓN EFECTIVA

Dicho en palabras de **BOUDON**⁴, podemos dar 2 **definiciones** del término:

- **Definición intencional** → el término es sinónimo de otros como organización estable, totalidad. Aquí estructura se opone a coyuntura (que designa los caracteres variables), lo profundo a lo superficial, el objeto a una estructura profunda.
- **Definición efectiva** → construcción teórica que, aplicada a un determinado objeto, hace que éste aparezca como sistemático. Aquí lo inconsciente (lo oculto) se opone a lo consciente (lo manifiesto). Desde el punto de vista científico, el objeto está estructurado.

MODELO CONCEPTUAL Y MODELO DE ABSTRACCIÓN LÓGICO – EXPERIMENTAL

ROCHER afirma que se puede **construir un análisis estructural a partir de:**

- **Modelos conceptuales**, cuya función es describir. Se trata de representar la estructura social como un conjunto de posiciones y de roles y de grupos estratificados, vinculados entre sí de acuerdo con unas relaciones funcionales, en un equilibrio perseguido incesantemente.

El investigador observa las distintas perspectivas de los sujetos – actores, las conjuga entre sí y las fusiona al tiempo que se inspira en sus propias observaciones personales sobre las conductas de los distintos sujetos – actores, sus redes de comunicación, las reagrupaciones que se producen... para intentar confeccionar una imagen global y coherente de la estructura observada.

La imagen que el investigador confecciona a partir de su observación directa es un modelo conceptual por cuanto permite describir la realidad de forma global, coherente, articulada y en cierto modo desde el exterior porque no corresponde a la imagen parcial de cada sujeto participante.

Este modelo, al que corresponden todas las definiciones derivadas de **RADCLIFFE – BROWN**⁵, delimita para su estudio hechos y acontecimientos que no están aislados los unos de los otros.

² Filósofo y sociólogo inglés. La sociedad perfecta ideada por Spencer es una comunidad que ha conseguido el equilibrio entre el organismo individual (el hombre) y el medio que le rodea.

³ Lingüista suizo.

⁴ Sociólogo francés. Lo esencial de su obra trata sobre la epistemología y la metodología de las ciencias sociales.

⁵ Antropólogo británico. Sus análisis sobre las relaciones de parentesco en las sociedades arcaicas, en los que aquéllas aparecen en estrecha relación con la organización social, le convirtieron en uno de los precursores del estructuralismo.

- **Modelos de abstracción lógico – experimental**, se sitúa en un plano teórico y científico superior. Corresponden a él todos los análisis estructurales que se derivan de **LÉVI – STRAUSS**⁶.

Reconoce la intención globalizadora del primer modelo porque se trata de describir y/o explicar la interdependencia de los elementos de un sistema, pero añade la exigencia de que el modelo permita dar cuenta de todos los hechos observados y que permita la previsión.

EL CONCEPTO DE ESTRUCTURA EN LAS PRINCIPALES CORRIENTES DE LAS CIENCIAS SOCIALES

• **El pensamiento clásico: SPENCER**

SPENCER abre el camino que permite el paso de la Biología a la Sociología, mediante la analogía organicista.

A partir de él se llega a **RADCLIFFE – BROWN** que, siguiendo sus pasos, asienta una de las 2 fuentes principales del concepto de estructura que será utilizada sobre todo por la antropología funcionalista británica.

El **modelo orgánico de SPENCER** establece un paralelismo entre la organización y evolución de los seres vivos y la organización de las sociedades. Esta comparación entre los organismos biológicos y los organismos sociales le permite establecer una serie de **similitudes**:

- En los 2 casos la evolución se opera mediante una diversificación y especialización creciente de órganos y partes.
- Como consecuencia de la diversificación, se produce una multiplicación de las estructuras y las funciones sociales y biológicas.
- Los organismos están dotados de 3 sistemas de órganos: nutrición, distribución y regulación.

La evolución, en ambos casos, se produce por la interdependencia creciente de las partes de los componentes, por una organización más integrada y más definida de cada sistema y de sus relaciones recíprocas.

De acuerdo con SPENCER, entonces, **la estructura social es la trama de posiciones y de interrelaciones mutuas mediante las cuales se pueden explicar las interdependencias de las partes que componen la sociedad**. La función de cada parte es la forma en que esa parte opera para mantener el sistema social sano.

RADCLIFFE – BROWN recurre a la analogía organicista y las nociones de estructura y funciones sociales. **La estructura social es una ordenación de personas que mantienen entre sí relaciones institucionalmente controladas o definidas**, tales como las relaciones entre el rey y el súbdito, o entre marido y mujer. Posteriormente, diferencia entre estructura y **organización**, definiendo ésta como una ordenación de actividades en las que cada persona tiene un rol.

Por lo tanto, mientras en las estructuras sociales cabe hablar de un sistema de **posiciones sociales**, en una organización se hablará de **sistemas de roles**.

Pero en RADCLIFFE – BROWN, encontramos también esta otra definición: **serie de relaciones existentes en un momento dado, que ligan entre sí a ciertos grupos humanos**; con lo que la estructura social se refiere a aquello que estandariza el conjunto de relaciones.

Esta contradicción le ha valido al autor un buen n° de críticas.

⁶ Antropólogo francés. Desarrolló el estructuralismo en el análisis de los sistemas de parentesco.

- **El pensamiento clásico: MORGAN⁷**

MORGAN se apartó desde el principio de la analogía spenceriana. Su obra “*Los sistemas de consanguinidad y afinidad en la familia humana*” es el primer trabajo antropológico que puede ser considerado como un estudio de la estructura social que **inauguró la investigación sobre las relaciones de parentesco y la organización de las sociedades.**

Además, su pensamiento tuvo una notable influencia en **ENGELS**, que ve en el estudio de la familia morganiano los principios del materialismo histórico, y en **LÉVI – STRAUSS**, que reivindicará para el estructuralismo los trabajos sobre las estructuras de parentesco y la organización social realizados por el norteamericano.

- **El pensamiento clásico: MARX⁸**

Aquí **la estructura es causa de cambio y motor oculto.**

Las relaciones de producción constituyen una estructura (Struktur) económica, la base (basis) real sobre la que se levanta la superestructura (Uberbau) jurídica y política, y a la que corresponden las formas (formen).

El hilo conductor del pensamiento de Marx no es el concepto de estructura, sino el de **superestructura**. Los hombres que desarrollan su producción material y su intercambio material cambian también, al cambiar esa realidad, su pensamiento y los productos de su pensamiento. La vida es la que determina la conciencia.

Conclusión → **en la producción social de su vida, los hombres contraen determinadas relaciones necesarias e independientes de su voluntad**, relaciones de producción que corresponden a una determinada fase de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. **El conjunto de estas relaciones de producción forma la estructura económica, la estructura real sobre la que se levanta la superestructura jurídica y política y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social.** El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de la vida social, política y espiritual en general. No es la conciencia del hombre la que determina su ser, sino el ser social el que determina su conciencia.

- **El funcionalismo: PARSONS⁹, LÉVY, MERTON¹⁰**

La teoría funcionalista fue el paradigma dominante en las ciencias sociales hasta finales de los años 60. Para el funcionalismo, **la estructura es lo que resiste al cambio, dando estabilidad al sistema social.**

Para **PARSONS**, **la estructura es una definición estable de los elementos de un sistema social que escapa a las fluctuaciones que se le imponen desde fuera.**

Estructura es inseparable de función en un sistema total, acerca del cual puede decirse que asegura su conservación por medio de regulaciones.

La teoría de la acción social analiza los diversos tipos de alternativas en presencia de los cuales se encuentra el individuo según se someta o no a los valores colectivos.

En un contexto social, por inconsciente que sean, se traducen en normas o reglas que se imponen en forma más o menos estable a los individuos.

⁷ Antropólogo norteamericano. Fundador de la antropología social

⁸ Político, filósofo y economista alemán. Estableció la teoría de la lucha de clases.

⁹ Sociólogo estadounidense.

¹⁰ Sociólogo estadounidense. Padre de la teoría de las funciones manifiestas y latentes.

MERTON considera que **la estructura es la resultante del conjunto de las interrelaciones que se producen en un marco concreto, siendo necesaria la existencia de cierta estabilidad**. La estructura no existe más allá de la actividad que realizan los actores involucrados. Por eso, la estructura, como la función, puede ser latente o manifiesta.

Lo **manifiesto** hace referencia a la activación de unas acciones determinadas de las que se sabe sus objetivos, es decir, la funcionalidad está explicitada.

Lo **latente** alude a lo no explicitado y sus consecuencias son imprevistas. Son elementos no declarados, que contribuyen al mantenimiento de las estructuras establecidas.

- **El estructuralismo: LÉVI – STRAUSS**

Tomando como punto de partida a Saussure y recogiendo también los trabajos del Círculo de Praga, **el estructuralismo trata de explicar la estructura social mediante modelos analíticos**. Es un modelo deductivo.

Para **LÉVI – STRAUSS**, la **estructura de la realidad social es una estructura latente, es decir, una estructura oculta de esa realidad que es preciso desvelar**.

El estructuralismo es entonces una **tentativa encaminada a reducir lo arbitrario a un orden, a fin de descubrir una necesidad, inmanente a la ilusión de la libertad**.

A partir de aquí, el estructuralismo se coloca cerca de la preocupación de **PARETO**¹¹ por **dotar a las ciencias sociales de modelos teóricos que permitan comprender e interpretar la realidad social vivida por los miembros de la comunidad y reconstruida mentalmente por el investigador**.

Por el contrario, la noción de estructura social aquí descrita es la opuesta al organicismo de SPENCER y RADCLIFFE – BROWN.

Efectivamente, la noción de estructura de LÉVI – STRAUSS corresponde a lo que PARETO llama **sistema**. Ambos proponen a las ciencias sociales la elaboración de modelos teóricos que van más allá de la simple descripción.

Apartándose de las analogías organicistas, el estructuralismo considera que la estructura es un modelo teórico elaborado por el investigador, modelo que al final debe ser reducible a una fórmula matemática. En otras palabras: **la función de la estructura no es describir, sino hacer inteligible todos los hechos observados**.

La **misión del análisis estructural** consiste en descubrir la estructura latente y no consciente, desgajarla de la realidad concreta y expresarla bajo la forma de una regla general, de una ley científica o de un modelo explicativo de la realidad.

Para LÉVI – STRAUSS, **la estructura es un modelo teórico cuya función es el orden de la interpretación y la explicación**.

LÉVI – STRAUSS sostiene que para merecer el calificativo de estructura, los modelos deben satisfacer 4 **condiciones**:

- Tener carácter de sistema. La modificación de uno de los elementos entraña una modificación de todos los demás.
- Pertener a un grupo de transformaciones, cada una de las cuales corresponde a un modelo de la misma familia, de modo que el conjunto de estas transformaciones constituye un grupo de modelos.
- Las propiedades indicadas antes permiten prever cómo reaccionará el modelo en caso de modificación de uno de sus elementos.
- El modelo debe ser construido de un modo tal que su funcionamiento pueda dar cuenta de todos los hechos observados.

Este modelo ha recibido 2 **críticas**:

¹¹ Economista y sociólogo italiano. Partidario de la teoría del equilibrio general.

- Se está estudiando la realidad social de forma estática y descontextualizada.
- Ningún modelo de análisis en las ciencias sociales es capaz de cumplir todas las condiciones marcadas por LÉVI – STRAUSS.

Otra corriente que bebe de la Lingüística de SAUSSURE es la **Semiótica**, donde al concepto de **estructura se le considera una entidad autónoma de relaciones internas, constituidas en jerarquías.**

Otro camino por el que el concepto estructura se introduce en las ciencias sociales, en este caso en la psicología social, arranca de la **Psicología de la Gestalt** (KOFFKA, KÖHLER). Aquí **la noción de estructura aparece ligada a la de totalidad.** La Gestalt discute la existencia de las sensaciones a título de elementos psicológicos previos y en atribuirle sólo el papel de elementos estructurados, pero no estructurantes. Lo que se da desde el comienzo es una totalidad como tal y se trata de explicarla.

Aquí apareció la **noción de campo**, generalizada después por **LEWIN**, cuyo proyecto era aplicar la estructura de Gestalt al estudio de las relaciones sociales.

También desde la psicología encontramos la definición de **JEAN PIAGET**. Para PIAGET, **estructura es un sistema de transformaciones que entraña unas leyes**, en tanto que un sistema (por oposición a las propiedades de elementos) y que se conserva o enriquece por el mismo juego de sus transformaciones, sin que éstas lleguen a un resultado fuera de sus fronteras o reclame unos elementos exteriores.

Por lo tanto, toda estructura tiene 3 **elementos**:

- **Totalidad.** Una estructura está formada por elementos, pero éstos se encuentran subordinados a leyes que caracterizan el sistema como tal. Estas leyes de composición no se reducen a asociaciones acumulativas, sino que confieren al todo, como tal, propiedades de conjunto distintas de las de sus elementos. Un todo es muy distinto a la suma de las partes o elementos previos. El todo es anterior a los elementos, con lo que una estructura no puede entenderse de forma atomista. Lo que importa no es el elemento, sino el todo.
- **Transformaciones.** Si lo propio de las totalidades estructuradas se deriva de sus leyes de composición, entonces son estructuras por naturaleza. Son siempre, al mismo tiempo, estructuras y estructurantes. Una actividad estructurante sólo puede consistir en un sistema de transformaciones que, a su vez, puede ser intemporales ($1+1$ es siempre igual a 2) y temporales (las relaciones de parentesco). La estructura es un sistema de transformaciones.
- **Autorregulación.** Las estructuras se regulan por sí mismas. Las transformaciones inherentes a una estructura no conducen más allá de las fronteras de esas mismas estructuras, sino que engendran elementos. Una estructura cerrada no puede incorporarse a otra mayor, sino en calidad de subestructura. No hay anexión, sino confederación. Las leyes de la subestructura no se alteran, sino que se conservan de manera que el cambio producido es un enriquecimiento. La conservación con estabilidad de las fronteras, a pesar de la construcción indefinida de nuevos elementos supone una autorregulación de las estructuras. Esta propiedad asegura la importancia de la noción. Por lo tanto, cuando se logra reducir un cierto campo de conocimiento a una estructura autorreguladora, se tiene la impresión de estar en posesión del motor íntima del sistema.

Finalmente, desde los años 70 se han abierto paso en las ciencias sociales los enfoques centrados en el actor como generador de estructuras, dando paso a modelos integrados que reconocen a las **estructuras como series de prácticas reproducidas por los actores, que al tiempo que les constriñen son recursos para la acción**. Es el caso de la *“Teoría de la Estructuración”* de **GIDDENS**.

2. MASA Y COMUNICACIÓN DE MASAS

EL CONCEPTO “MASA” EN LAS CIENCIAS SOCIALES. EL PROCESO DE MASIFICACIÓN

La **comunicación de masas** configura un universo cambiante y multifacético constituido al mismo tiempo por:

- Un **componente económico** que deviene en un sector industrial, que es hoy día el más dinámico y significativo, asociado al consumo de masas.
- Un **espacio de confortación política**, a través de la cual se estructura la política y, por lo tanto, las orientaciones que toma una sociedad.
- Numerosos componentes que dan cuenta de la **existencia de una realidad central**, extraordinariamente ubicua y fluida.

Al analizar la comunicación de masas, los diferentes autores han tendido a desplazar un mismo objeto de análisis, según su particular punto de vista, poniendo el acento en una u otra realidad del amplio conjunto multifacético, según sus particulares intereses.

Aunque fue MAX WEBER, en 1910, el 1º en reclamar un estudio sociológico de la comunicación masiva y de que LIPPMANN, PARK y BLUMER publican sus primeros trabajos en la década siguiente, **el término comunicación de masas se generaliza con la formación de la Mass Communications Research, en los años 30.**

Para **WOLF**, el dominio que la MCR ejerció durante las 3 décadas siguientes es el causante de la adopción sin reflexión previa de ese mismo término en otras áreas geográficas: communications de masse, comunicaciones di massa, massenkommunikationen y comunicación de masas.

Para **McQUAIL** la palabra “masa” es casi imposible de definir a causa de sus diferentes connotaciones, porque su rasgo esencial es la ambivalencia. En el pensamiento social, esta palabra ha tenido y tiene diversos significados tanto positivos como negativos.

En **psicología social**, el término “masa” aparece de la mano de LE BON y GABRIEL TARDE. Para **GUSTAVE LE BON**¹², **en las masas, la personalidad consciente e individual deja paso a un ánimo colectiva de corte transitorio que determina una sola dirección en la acción de estas agrupaciones sociales.**

La misma orientación de los sentimientos y de las ideas se puede producir simultáneamente en individuos dispersos geográficamente: miles de individuos separados físicamente pueden adquirir las características de una masa psicológica.

Las masas se manifiestan como un colectivo heterogéneo, sugestionable, contagioso, diseminado territorial y momentáneamente.

GABRIEL TARDE¹³, influido por LE BON, **estudió los procesos de fragmentación, mimetismo y manipulación mediática del público que ocurrían a través de la prensa diaria.**

La masa aparece como algo claramente manipulable, que puede ser orientada tanto en los ideales de las reformas sociales y las utopías, como en los de la persecución y el expolio. Define el periodismo como un instrumento que puede derivar la acción social del público hacia los ideales benéficos o captar sus instintos más malignos.

¹² Fue el 1º en estudiar el fenómeno de las masas, del comportamiento de los individuos cuando se mueven en fenómenos colectivos.

¹³ Sociólogo francés y uno de los fundadores de la psicología social y de la criminología.

GINER sostiene que *“en el mundo moderno, la masa (de existir) es el producto del proceso de masificación, supuestamente característico de ciertas sociedades modernas, las sociedades masa. Aquella estaría compuesta por una muchedumbre solitaria de gentes manipuladas, por los medios de comunicación, el consumo (de masas) y la política mediática, cuyos miembros poseerían escasa vida interior, al estar dominados por los estímulos y condicionamientos de dicha sociedad masa”*.

Y la **masificación** es el *“supuesto proceso mediante el cual ciertas sociedades modernas (o grandes sectores dentro de ellas) sufren una evolución hacia la homogeneización progresiva de forma de vida, concepciones y actitudes, y el consiguiente declive en su diferenciación interna”*.

La concepción de la sociedad moderna como **sociedad masa** fue introducida por los sectores más conservadores del pensamiento social (SCHELER, MANNHEIM, ORTEGA), para el que el igualitarismo moderno producía una nivelación a la baja de toda la población y la hacía manipulable, gris y dócil para su control.

Sin embargo, la noción de masificación fue también recogida por el pensamiento crítico de la **Escuela de Frankfurt**, que la utilizó para explicar la docilidad del proletariado moderno, domesticado y alienado, por ciertos procesos de dominación del capitalismo avanzado.

COMUNICACIÓN DE MASAS, COMUNICACIÓN INTERPERSONAL E INTRAPERSONAL

Específicamente, en las Ciencias de la Información se suele definir comunicación de masas por oposición a comunicación interpersonal o intrapersonal.

Según **VALBUENA**, se trata de establecer las notas que se dan sólo en la comunicación de masas y que no aparecen a la vez y bajo el mismo aspecto en la comunicación interpersonal, en grupos y en organizaciones.

Para **SAPERAS**, si definimos la comunicación como proceso básico podemos decir que se trata de un proceso establecido entre un **comunicador** (agente intencional) y un **receptor** (agente que interpreta) en el transcurso del cual el primer agente elabora un **mensaje o contenido simbólico**, que resulta de las reglas combinatorias (de los signos), contenido en un **código**, mientras que el 2º agente es consciente del mensaje que se le dirige y lo interpreta. Este proceso se basa en que el comunicador y el receptor comparten un mismo código o una pluralidad de códigos, y que ambos agentes se ponen en contacto a través de un **canal** físico que actúa como un instrumento de mediación natural, cultural o técnico.



En la comunicación de masas, es el proceso más complejo y se diferencia porque:

- El comunicador es institucional.
- El receptor está formado por agrupaciones numerosas de individuos.
- El canal consiste en una mediación técnica muy compleja.
- El contenido está formado por mensajes que son producidos industrialmente y según determinadas formas de argumentación destinadas a la información, la ficción, la promoción o el entretenimiento.
- Los códigos empleados son de una gran variedad y se articulan en una sola forma discursiva.

Esta definición no se diferencia de la de **GERALD MILLER**, para quien la comunicación de masas se distingue porque:

- En su producción se necesitan un conjunto de profesionales de alta tecnología que, juntos, conforman una organización.
- El n° de agentes o coproductores a los que puede llegar la comunicación masiva es muy grande, pero el grado de relación personal puede ser inexistente o muy reducido entre ellos.
- El grado de proximidad física entre los emisores de mensajes y la audiencia es muy bajo.
- Los canales sensoriales disponibles son mínimos para la recepción del mensaje.
- La inmediatez en la información de retorno es muy diferida.

CHARLES WRIGHT, por su parte, entiende que la comunicación de masas se define por la naturaleza de la audiencia, la comunicación en sí misma y el comunicador.

Otros autores, como **STUMPF** y **HUGUES**, definen la comunicación de masas como el conjunto específico de medios de información, destinados a un público indiferenciado anónimo y cuyo crecimiento constituye uno de los objetivos de los medios de comunicación de masas.

ERICH FELDMAN entiende por comunicación de masas la transmisión de noticias informativas, regulatorias y estimulantes a una masa de hombres que conviven, pero sin relaciones anímicas de unión social o relación directa con el comunicante.

Para **MORRIS JANOWITZ** y **ROBERT SCHULTZ** la comunicación de masas se relaciona con el proceso mediante el cual grupos sociales especializados emplean medios técnicos masivos para diseminar contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso.

WILBUR SCHRAMM propone un esquema de comprensión en el que sitúa a los públicos receptores de mensajes idénticos dentro de conjuntos organizados por grupos de afinidad y proximidad, desarrollando cada uno a su modo la interpretación de los mensajes procedentes de las instituciones sociales especializadas, de modo que la comunicación de masas se ha hecho cargo de gran parte de la responsabilidad social.

Finalmente, **UMBERTO ECO** entiende que podemos hablar de comunicación de masas cuando la fuente es única, centralizada, estructurada, según los modos de la organización industrial; el canal es un expediente tecnológico que ejerce una influencia sobre la forma misma de la señal; y los destinatarios son la totalidad (o bien un n° muy grande) de los seres humanos en diferentes partes del globo.

Todas estas definiciones convergen en un notable esfuerzo por caracterizar los rasgos más sobresalientes de un proceso o procesos en los que quedan involucrados elementos y relaciones de naturaleza diversa, pero recordemos que **no aparecen a la vez y bajo el mismo aspecto en la comunicación interpersonal, en grupos y en organizaciones.**

Elementos y las relaciones de la comunicación de masas

Por lo general, el **emisor** de la comunicación de masas está constituido por organizaciones formales complejas. La publicación de una revista o la producción de una emisión de radio o TV necesita de considerables recursos de capital y, consecuentemente, su utilización hará que existan sobre la organización determinados controles financieros.

Por otra parte, las organizaciones cuya actividad es la comunicación de masas configuran instituciones con continuidad en el tiempo y necesariamente cooperativas.

Los **productos** de la comunicación de masas tienen un carácter abierto o público, como consecuencia de sus determinantes económicos y de la utilización de tecnologías orientadas a la producción masiva y a la difusión global.

WRIGHT ha insistido en que los **canales tecnológicos** que sirven de soporte a la comunicación de masas no son elemento básico de ésta. Pretende con ello subrayar el carácter público que deben asumir los procesos de comunicación de masas, y no tanto el carácter instrumental que tiene la tecnología para alcanzar nuevos públicos y ampliar audiencias, por transformación o creación de otras nuevas. No es posible considerar comunicación de masas a las tecnologías que soportan o vehiculan la prensa, el cine, la radio o la TV cuando se utilizan de forma privada o con carácter grupal. En nuestros días la tecnología ha pasado de ser un componente necesario a convertirse en una dimensión fundamental del desarrollo actual de la comunicación de masas. El progreso tecnológico ha permitido construir un sistema planetario de comunicación masiva.

Por lo que se refiere a los **mensajes** que se vehiculan a través de los canales propios de la comunicación masiva, EDGAR MORIN ha analizado las modificaciones que sufren los mensajes al ser sometido por las organizaciones de la comunicación de masas a unos sistemas de producción y difusión industrial centralizados.

La producción de los mensajes de la comunicación masiva se efectúa en el seno de organizaciones industriales y burocráticas, cuya última lógica descansa en una producción que se dirige a un público universal que define y caracteriza el consumo masivo.

Esta tendencia de la comunicación de masas a orientarse hacia un consumo masivo, definido por el público global, es consecuencia de la estandarización industrial de la producción y origina 2 dinámicas concurrentes: la de la sincretización¹⁴ de los mensajes y la de su homogeneización.

Los mensajes de la comunicación de masas tienden sistemáticamente el eclecticismo¹⁵, es decir, a integrar erotismo, religión, política, acción, humor, entretenimiento.

Por otra parte, el proceso de homogeneización de los mensajes resulta de la reducción de todo lo señalado a un sistema de códigos fácilmente asimilables por todo el público.

El **destinatario** de la comunicación de masas puede definirse por su heterogeneidad, como consecuencia de la tendencia hacia la apertura máxima de estos procesos, facilitada por el desarrollo constante de la tecnología de la comunicación.

El surgimiento del público moderno es característico de las sociedades democráticas liberales y ha acompañado al ascenso de la burguesía, el establecimiento de los partidos políticos, la expansión de la imprenta y la lectura y la constitución y transformación del periódico.

En la comunicación de masas la **relación entre el emisor y el público** es impersonal, puesto que personas a las que sólo se conoce en su actividad pública de emisores o comunicadores se dirigen a una audiencia anónima.

El público de la comunicación de masas es característico del desarrollo de la sociedad industrial y de los instrumentos tecnológicos y de representación ideados por ésta.

Estamos hablando de la existencia en los procesos de comunicación de masas de una relación dialéctica en la que debemos considerar al público como categoría resultante de la acción de procesos económicos (creando a través de nociones económicas como la de público ideal), como resultado de la aparición y establecimiento de la esfera pública y de la actividad política, y como resultado de las contradicciones y de la lógica del sistema industrial de mercado.

Los **medios de comunicación de masas** dan forma a un conjunto de instituciones sociales dedicadas a la producción y a la difusión de mensajes, de acuerdo con determinadas pautas de

¹⁴ Expresión en una sola forma de 2 o más elementos lingüísticos diferentes.

¹⁵ Modo de juzgar u obrar que adopta una postura intermedia, en vez de seguir soluciones extremas o bien definidas.

comportamiento (comunicadores, receptores, productores, selectores...) y según unas determinadas normas internas y externas (rutinas y formas de producción, jerarquías, normas administrativas, leyes, reglamentaciones profesionales, códigos...).

A través de este proceso, sumamente complejo y en que se articulan diversos niveles de actividad, los medios estructuran redes formales y funcionales a través de las cuales circula la parte más significativa de la comunicación entre la sociedad y sus instituciones (individuos y Estado, Estado e industria, industria e individuos...).

Por otra parte, los medios no sólo difunden mensajes, sino también pautas de comportamiento: qué escuchar / ver, cómo escuchar / ver... Su actividad está articulada, por lo tanto, con la libre decisión del individuo en tanto que es consumidor y con el empleo del tiempo libre.

Los medios adquieren, por otra parte, su estructura de funcionamiento en el sistema económico y ofertan productos al mercado, por lo que se encuentran estrechamente vinculados a la esfera del trabajo, la tecnología y las finanzas.

En su configuración, finalmente, los medios entran en contacto con el sistema político que, de forma directa o a través de mecanismos y normas jurídicas, condicionan su forma y su desarrollo.

*Apuntes enviados por Noelle y descargados del blog Año + 1
(<http://koralieucm.com>)*

3. ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN Y FUNCIONALISMO

FUNCIONALISMO

Ninguna teoría social (= sociológica) ha tenido un contacto tan intenso con la **investigación comunicativa** como el funcionalismo.

WOLF sostiene que la teoría funcionalista de los medios es el mentís¹⁶ más explícito al lugar común, según el cual la crisis del sector obedecería a la distancia entre teoría social general e investigación de la comunicación de masas.

Para el autor italiano, podría sostenerse la ausencia de un paradigma teórico comunicativo, pero no de un paradigma teórico sociológico: el cuadro interpretativo sobre los medios se remite explícita y programáticamente a una teoría sociológica bastante compleja como el estructural – funcionalismo.

Sin embargo, WOLF se equivoca porque la Mass Communications Research (MCR), 1ª versión del análisis funcional de la comunicación de masas, se debe a ROBERT K. MERTON y PAUL F. LAZARFELD y no a TALCOTT PARSONS, creador del estructural funcionalismo.

Las características principales de la Mass Communications Research produjeron las primeras diferencias en el seno mismo de la Teoría Funcionalista.

Y eso es importante a la hora de estudiar la aproximación funcionalista norteamericana al estudio de la comunicación de masas, porque MERTON (al articular las teorías de rango medio) y LAZARFELD (al introducir los métodos empíricos), responden a las demandas de sus financiadores, dejando al margen el modelo estructural – funcionalista de PARSONS, quien manteniéndose fiel a la tradición de la sociología norteamericana, sostenía que ésta era capaz de desarrollar mecanismos espontáneos de defensa y de adaptación que restablecerían cualquier equilibrio en un sistema social desestabilizado. Su oposición a la intervención del Estado en la Sociología es rotunda.

A PARSONS no le interesaba la eficacia técnica, ni el éxito en producir y distribuir bienes y servicios. Al abordar la eficacia de un sistema, su preocupación era la moralidad, la legitimidad y la responsabilidad de los administradores del sistema. Si había que analizar la eficacia de un sistema, el análisis debía tomar en cuenta los compromisos y las restricciones morales de los actores participantes y, además, la espontaneidad y el carácter autorregulador de sus relaciones.

En definitiva, la diferencia entre los 2 modelos funcionalista está en que PARSONS entendía su teoría como un sistema dotado de una generalización conceptual amplia y uniforme, mientras que MERTON y LAZARFELD se basaban en una teoría que estudiaba los fenómenos sociales discretos y particulares.

La 1ª aproximación funcionalista al estudio de la comunicación de masas se hizo a partir de la opción **MERTON – LAZARFELD**, dejando a un lado el funcionalismo sistémico de **PARSONS**.

LA MASS COMMUNICATIONS RESEARCH

Por **Mass Communications Research** entendemos el **conjunto de actividad investigadora, innovaciones metodológicas y generalizaciones teóricas que realizan la psicología conductista y la sociología funcionalista (MERTON / LAZARFELD) en sus aplicaciones a la comunicación de masas.**

El objetivo era la producción de conocimiento práctica apto para ser aplicado inmediatamente en el ámbito social, político, cultural, bélico y económico.

Este tipo de investigaciones tiene 2 **fases en su desarrollo:**

¹⁶ Hecho o demostración que contradice o niega categóricamente una afirmación.

1. Va desde la fundación, con la incorporación de los padres fundadores en los **años 30**, hasta su marcha de la MCR en los últimos **años 50**. En esta fase, el análisis funcional de la comunicación de masas se convierte en el paradigma dominante, tanto en EEUU como internacionalmente.
2. Se inicia en los **años 60** y llega hasta los **primeros años 70**, en que otras aproximaciones científicas como la economía política, la etnometodología y la sociofenomenología comparten el estudio de la comunicación de masas con el funcionalismo, que ha renunciado ya a ser la única vía de acceso al estudio de la comunicación de masas.

- **Primera fase (1930 - 1960): Creación y consolidación de la MCR: los padres fundadores: LASSWELL, LAZARFELD, LEWIN y HOVLAND**

En este período, la investigación norteamericana consiguió una influencia que no se ha vuelto a repetir. Los **años 30** significan – bajo el impulso del New Deal – la **decadencia del interaccionismo simbólico y el comienzo del análisis funcional de la comunicación**.

En este período ingresan en la MCR los grandes investigadores que son universalmente considerados como los **padres fundadores: LASSWELL, LAZARFELD, LEWIN y HOVLAND**. Su papel será de tal importancia que la aparente decadencia de la MCR a comienzos de los años 60 se ha atribuido muchas veces a la salida de estos investigadores (menos LEWIN, que había muerto en los años 40) para dedicarse a otro tipo de investigaciones. Esa es una de las causas del aparente agotamiento de la MCR, pero deben tenerse en cuenta, por encima de ella, las profundas mutaciones sociales y las luchas radicales.

El acta de defunción de la MCR es el artículo de **BERELSON**, *“The State of Communication Research”* (1959).

Padres fundadores:

- **HAROLD D. LASSWELL**¹⁷ → fue el 1º en iniciar la investigación. Toda su labor investigadora y docente se desarrolló en 3 grandes líneas: la **propaganda política**, las **funciones de los medios de comunicación** y las **formas de comportamiento del receptor después del impacto comunicativo**. Su preocupación empezó centrándose en la capacidad de actuación política democrática en una sociedad en la que los medios de comunicación de masas se habían convertido en un elemento fundamental de estabilidad y de autorregulación responsable.

Desde el funcionalismo y el conductismo, inicia el estudio de los procesos de integración de las masas en las formas de comportamiento de la democracia liberal, teniendo muy presentes las experiencias totalitarias europeas (fascismo y bolchevismo).

De hecho, **“Propaganda Technique in the World War” (1927)**, que fue su tesis doctoral, es un estudio de las formas simbólicas del consumismo y el fascismo donde se propone aplicar las modernas técnicas de propaganda a la democracia liberal.

Se convirtió en un instrumento indispensable para la educación de las masas y la contención de los totalitarismos fascista y comunista tanto dentro como fuera de EEUU. LASSWELL hace una definición de las técnicas de propaganda desde una perspectiva psicologista, entendiendo que **la propaganda es una técnica de acción humana para la manipulación de todo tipo de representaciones**.

La labor de LASSWELL culmina con la dirección de varios de los grandes centros de propaganda política que se crean en EEUU desde 1937 y durante toda la II GM, centros directamente relacionados con el Departamento de Estado o con los diferentes servicios de inteligencia.

¹⁷ Su trabajo como investigador y publicista se proyectó con fuerza hacia el análisis de la propaganda, en un período marcado por las tensiones mundiales de entreguerras y la preocupación por los efectos de las mediaciones periodísticas en la formación de la opinión pública.

- **PAUL F. LAZARFELD**¹⁸ → representa la vocación general de la MCR en este período de consolidación y expansión. Nacido en Viena en 1907, doctorado en Matemáticas e interesado en la psicología social, será el padre del análisis social mediante técnicas propias de las Matemáticas.

Sus primeros estudios sobre los trabajadores en la ciudad austríaca de Marienthal, hechos en 1930, tuvieron continuidad en EEUU, donde se trasladó ese mismo año tras ser invitado por la Fundación Rockefeller. Allí ejercerá la docencia en Estadística y Sociología en las Universidades de Nueva York (1933), Princeton (1936) y Columbia (1937). En las 2 últimas, desarrolló sus trabajos más importantes como director del Princeton Office of Radio Research y del Bureau of Applied Research.

LAZARFELD se mostró como un extraordinario **innovador de las técnicas de observación directa extensivas, que aplicó a la comunicación de masas, al análisis de opinión y a las actitudes y formas básicas del comportamiento social**.

El encuentro con MERTON, que había creado las generalizaciones teóricas básicas que formaron el entramado del análisis funcional de la comunicación de masas y las ligaduras con la psicología social del momento, es una de las claves de la maduración de la MCR. Ambas darán a la MCR su metodología y su teoría.

Su discípulo más aventajado, **ELIHU KATZ**, publicará junto a su maestro *“The Personal Influence”*, que junto a *“The People’s Choice”*, escrita junto a GAUDET y BERELSON, iniciará la superación de la teoría hipodérmica.

- **KURT LEWIN** → nacido en Mogilno (Prusia), fue profesor en Berlín (1921 – 1933) hasta que, huyendo del nazismo, llegó a EEUU en 1935. Desde ese año hasta su muerte en 1947, ejerció una poderosa influencia sobre la psicología norteamericana.

Desde la Universidad de Iowa desarrolló una investigación muy activa sobre los procesos cognoscitivos que regulan la percepción del entorno y la penetración social. Observó las influencias sociales, o externas al proceso cognoscitivo, que pueden determinar modificaciones en estos procesos básicos.

Estos estudios se inician con la observación de muestras infantiles y demuestran cómo el comportamiento individual está determinado por la situación global en que actúa cada individuo. Se trata del Psychological Life Space, en el que intervienen tanto los individuos como los grupos a fin de crear un ámbito común de percepción social.

En el terreno de la investigación comunicativa, Lewin se ocupó del estudio de los líderes de opinión y de la comunicación como difusores de normas y valores que permiten el control social. A él se debe la **teoría del gatekeeper, al que define como sujeto que tiene la capacidad de seleccionar de entre todas las informaciones disponibles, aquellas que ellos creen de más importancia para los receptores**. Esta teoría será de gran importancia en los aspectos organizativos de la comunicación de masas.

Su discípulo más aventajado, **LEON FESTINGER**, desarrollará la **teoría de la disonancia cognitiva**, clave en los trabajos sobre los efectos limitados de los medios.

- **CARL IVER HOVLAND** → es una de las personalidades de más impacto y más relevancia de la MCR.

¹⁸ Sociólogo y comunicólogo austríaco que pasa por ser uno de los fundadores del análisis sociológico norteamericano sobre los medios y sus efectos en la formación de la opinión pública. La evaluación de la recepción se hace a partir de una consideración segmentada de las audiencias.

Fundador de la Escuela de Yale, introdujo la psicología experimental y el trabajo con modelos simulados en el laboratorio.

Sus trabajos se orientan a la **formalización de una nueva retórica científica, basada en la aplicación de las formas retóricas clásicas a los nuevos lenguajes de la comunicación de masas y, sobre todo, a los nuevos públicos masivos.**

HOVLAND incorpora la persuasión al análisis científico de la comunicación de masas y sus formas serán adaptadas a las necesidades de la propaganda política, del policy making y de la publicidad.

De su obra hay que destacar *“Experiments in Mass Communications”* (con ARTHUR A. LUMSADINE, 1949), que es un resumen de los experimentos realizados durante la II GM; y *“Communications and Persuasion: psychological studies of opinion change”* (con IRVIN L. JANIS y HERBERT H. KELLEY, 1953), exposición de los principios básicos de la nueva retórica científica que pueden incrementar el cambio de opinión en determinadas circunstancias bajo ciertas formas de estimulación. En esta obra, HOVLAND y su equipo introducen un elemento clave en la experimentación psicológica sobre comunicación de masas: el estudio de la relación entre la personalidad del receptor y la susceptibilidad persuasiva.

Esta línea culminará después con la publicación de *“Personality and Persuability”*, donde sostiene que el impacto de la comunicación de masas es desigual según la diversidad de las personalidades que determinan formas de actuación diferentes en el proceso de interpretación de los contenidos persuasivos de la comunicación de masas.

Su aportación al conocimiento científico se estructuró, por lo tanto, en torno al estudio experimental de las condiciones asociadas a la producción de efectos de la comunicación: estudio psicológico del cambio de opinión; experimentación sobre las actitudes y estudio de la capacidad de recordar o memorizar los contenidos a través de los medios de comunicación de masas (sleeper effect).

Los 4 padres fundadores abandonaron la MCR en el transcurso de los años 50 para orientar su investigación hacia otros ámbitos:

- LASSWELL, en 1951, para dedicarse al estudio de las transformaciones del sistema político en el marco del Estado del Bienestar.
- LAZARSELD, en 1956, para profundizar en la aplicación de las matemáticas a la investigación social.
- HOVLAND, en 1955, para dedicarse al análisis cognoscitivo más general y a las simulaciones a través de máquinas.
- LEWIN había fallecido en 1947.

Este periodo se conoce también como el de la investigación administrativa, por la adaptación de las investigaciones a las demandas de sus financiadores (el gobierno, el ejército y las fundaciones privadas).

Investigación administrativa

Desde el primer momento, la Mass Communications Research fue una forma de pensamiento social plenamente identificada e integrada con los intereses políticos del Estado. Esto explica por qué los estudios de la MCR de estos años **se ocupan de la propaganda, opinión pública, las audiencias y los efectos.**

Vamos a sintetizar las demandas que dan origen a la Mass Communication Research.

De acuerdo con SAPERAS, la MCR respondió a 4 **tipos de demandas:**

- **Demanda de los nuevos medios audiovisuales.** La radio y posteriormente la TV carecían de la posibilidad de conocer sus audiencias.

Ambos medios estuvieron desde el principio financiados por publicidad comercial y en manos de grandes corporaciones con poder suficiente para presionar sobre el Congreso a fin de que los legisladores estimulasen estudios empíricos sobre las audiencias, considerándolas consumidores potenciales de los productos publicitados en los medios.

- **Demanda del sistema político liberal norteamericano.** ROOSEVELT ganó las elecciones de 1932, con la prensa en manos de sus adversarios políticos y utilizando la radio durante su campaña. Después inauguró un nuevo sistema de comunicación unidireccional entre gobernantes y gobernados mediante las charlas junto al fuego. En plena depresión económica, el Presidente de EEUU hablaba a los ciudadanos usando la radio. Ambas cosas facilitaron la demanda de estudios sobre el uso de la radiodifusión como instrumento de propaganda política, formación y comportamiento de la opinión pública en un sistema político democrático – liberal.
- **Demanda de las fundaciones privadas.** A la intervención directa de la Administración en el impulso de la investigación comunicativa se sumó rápidamente otro de los elementos clave del sistema político liberal norteamericano: las fundaciones privadas. Muchas de ellas, pero sobre todo la Rockefeller Foundation, crearon institutos de investigación para estudiar los efectos de la comunicación de masas y las audiencias de éstos. El más importante e influyente de todos estos institutos fue el Princeton Office of Radio Research. Estamos ante verdaderos “ingenieros sociales” que encuentran en los medios universitarios una excelente herramienta de producción y distribución del orden social dominante.
- **Demandas militares** → SCHILLER denunció la creciente implicación de la esfera militar en los medios de comunicación norteamericanos y señaló esa misma implicación en las esferas de la investigación comunicativa.
Sin embargo, había sido MERTON quien había señalado que si a las presiones del mercado no se añaden las demandas militares interesadas en desarrollar estudios sobre propaganda y, consiguientemente, estudios de audiencias y efectos, no se contempla en su totalidad el origen de las Mass Communication Research.

Tal y como sostiene SAPERAS, *“la investigación administrativa obedece a la alianza de intereses y de voluntades entre la industria de la comunicación y de la cultura y los gabinetes de investigación surgidos en la universidad norteamericana durante los años 30. De la adopción de los criterios administrados y de la renuncia de cualquier carácter autónomo de la investigación surgirá, pues, un tipo de investigación plenamente adaptada a las exigencias de los gestores de la comunicación comercial y de los propietarios de los medios de comunicación de masas dando lugar a un instrumental de análisis – carente de cualquier voluntad teórica general y comprensiva – en el que la eficacia persuasiva y el cálculo estadístico devienen sus criterios de verdad, y el mantenimiento y la gestión del status quo dominante su origen y su última razón de existencia”*.

Será LAZARSELD en el que en 1941 bautice este tipo de investigación como investigación administrativa. La investigación que él lleva a cabo en el Bureau of Applied Social Research de la Universidad de Columbia responde a la demanda formada por los gestores de la comunicación que solicitaban explícitamente estudios que facilitasen el uso social de los medios y la consecución de los mayores beneficios y la mayor eficacia de éstos.

En 1981, **ROGERS** publica un trabajo en *“Les Cahiers de la Communication”* en el que trata de presentar la MCR como resultado de confluencias teóricas y no como respuesta a una serie de demandas económicas, políticas y militares.

El tema de la financiación se reduce a una simple necesidad, pero necesidad de los investigadores de dinero para su trabajo y no al contrario.

Tres años antes, **TODD GITLIN**, entonces en la Universidad de Berkeley, publica su análisis sobre la Escuela Administrativa, donde encuentra el paradigma de la sociología de la comunicación asentado sobre un punto de vista administrativo, una orientación hacia el mercado y una orientación política socialdemócrata. En los 2 primeros puntos el análisis es brillante, en el 3° bastante discutible.

Considera que la investigación de la MCR parte de un orden existente en un momento dado. Las fundaciones y las corporaciones querían racionalizar las ciencias sociales y hacerlas prácticas.

Con acierto, Gitlin considera que en ese contexto la independencia de un investigador es mera ilusión y define a continuación lo que él entiende por mentalidad administrativa: negociación, deseo de relaciones armoniosas entre las instituciones dominantes, dentro de un marco ideológico hegemónico establecido mediante la legitimidad de una industria comercial de la cultura.

Por lo que respecta a la orientación hacia el mercado, la demanda de estudios de efectos y audiencias por parte de las grandes corporaciones es uno de los orígenes de la Mass Communication Research.

Además, atribuye a la investigación administrativa una vocación socialdemócrata.

Para **SCHILLER**, la investigación de la comunicación de masas en EEUU había estado bajo la influencia de los grandes detentadores del poder en el país. Las grandes corporaciones, sus aliados de la publicidad, las relaciones públicas, el marketing y la burocracia gubernamental son los patrocinadores y los clientes de una buena parte de la comunidad de investigadores.

La planificación deliberada y la intervención gubernamental caracterizó este tipo de investigación sociológica.

La Mass Communication Research como teoría de rango medio

Las **teorías de rango medio**, definidas por MERTON en "*Social Theory and Social Structure*", se utilizaron en la sociología norteamericana como hilo conductor de la investigación empírica, de forma que las abstracciones teóricas estuviesen lo suficientemente cerca de los datos observados, como para permitir la prueba empírica. Las teorías de rango medio, por lo tanto, se ocupan de aspectos limitados de los fenómenos sociales.

La **Mass Communication Research, como teoría de rango medio**, se ubica en una posición sociológica en la se trata de establecer que como mínimo lo que se dice es verdadero. Por lo tanto, se renuncia explícitamente a la construcción de una Teoría General.

Fue **LAZARSFELD** el que desarrolló este sistema teórico en la investigación comunicativa a partir de su trabajo sobre los procesos electorales (audiencia y efectos de los medios), demostrando que las teorías de rango medio responden perfectamente a las demandas de conocimiento práctico en torno a los procesos comunicativos.

Estableció los principios del análisis de encuestas, fue pionero en el diseño y análisis de panel, y sus modelos analíticos de estructuras latentes contribuyeron a mejorar los procedimientos de formación de escalas.

El objetivo básico de las teorías de rango medio es el reconocimiento de tendencias socialmente significativas que pueden ser consideradas independientemente. La aplicación práctica de la teoría a los fenómenos comunicativos comporta los siguientes **procesos**:

- Establecimiento de un conjunto de hipótesis previas que guían el conjunto de la investigación.
- Creación de un plan de observación del objeto de estudio (verificación / rechazo de las hipótesis previas):
 - Elección de los datos más pertinentes para la investigación.

- Elección del método empírico más adecuado.
- Construcción de variables.
- Intervención del aparato matemático para establecer las relaciones entre variables.
- Obtención de resultados definitivos que deben validar, matizar o rechazar las hipótesis previas.

Es decir, grupos limitados de suposiciones, de las que se derivan lógicamente hipótesis específicas que son confirmadas por la investigación empírica.

- **Segunda fase (1959 – 1968): crisis y reactivación**

La **década de los 60** fue un período de profundas transformaciones en la MCR. Durante estos años se produjo un proceso de refutación parcial de los métodos que habían sido la enseña de la MCR. Se revisan los objetos de estudio y se ponen en duda los resultados básicos de la investigación anterior.

La MCR parecía agotada porque los medios y las audiencias habían cambiado y reclamado – tras unos años de desconcierto – una respuesta teórica y metodológica diferente. **Había cambiado el sistema comunicativo norteamericano.**

Durante los años 50, la TV se había ido consolidando como medio hegemónico, cambiando por completo la oferta comunicativa y de los gustos culturales de los receptores. Al mismo tiempo, esto implica modificaciones muy notables de las formas de exposición de los medios y del comportamiento de las audiencias.

Una serie de factores internos obligan a cambiar los objetos de estudio de la MCR y a replantearse muchos de los fundamentos de la investigación:

- La radio sufre una comercialización masiva y la emisión por FM se extiende rápidamente. Ambas cosas permiten la multiplicación y la diversificación de la oferta.
- La industria del disco se convierte en portadora de nuevas formas musicales como el rock and roll.
- El cine vive el final de la etapa dominada por las grandes productoras y por el Star System. La nueva música difundida por radio y disco y las transformaciones deportivas produce una pérdida relativa, pero importante, de audiencias en favor de la TV.

Por otra parte, aparecen nuevos públicos interclasistas educados en la cultura de masas y formados en el gusto por lo audiovisual que se distancian de los estudiados desde los años 30.

Por lo que respecta a las relaciones entre el sistema de medios y el poder político, la utilización de la TV en las campañas políticas agiganta el papel de los medios hasta establecer una relación de mutua dependencia.

La compañía presidencial NIXON – KENNEDY marcará un hito. Allí se creó un nuevo lenguaje político a través de la TV. El jefe de prensa de KENNEDY, TONY SCHWARTZ será quien mejor aproveche el papel central de la TV en el proceso político. La militancia política estaba en retroceso y el debate tendía a limitarse a los procesos electorales y a las crisis políticas o institucionales.

Todas estas transformaciones culminarán con las imágenes de la Guerra de Vietnam. La TV, especialmente la CBS, mete la realidad cotidiana de la guerra en los salones de las casas de los norteamericanos.

A partir de 1968, la investigación comunicativa en EEUU inicia un proceso de regeneración. En este año se publica una obra que llevará a cabo una profunda renovación

metodológica al reconocer el cambio experimentado en el sistema comunicativo. Se trata de **“Politics and Television”** de **KURT y GLADYS LANG**. Los LANG evalúan por 1ª vez los efectos de la TV como efectos acumulados. El factor tiempo es ahora un elemento pertinente de la investigación.

A partir de aquí se produce la renovación a fondo de la MCR. **Se renuncia al paradigma único, se diversifican los métodos y se abre paso una consideración más global o de contexto del objeto de estudio.**

La MCR de los **años 70** sufre la balcanización de métodos, la diversificación de métodos para abordar el estudio de la comunicación de masas:

- Se recuperan las investigaciones de la Escuela de Chicago realizados en los años 30, sobre todo la obra de PARK.
- Retorna el interés por el análisis cognoscitivo del proceso de la comunicación, de la mano de DARWIN CARTWRIGHT y LEO FESTINGER, discípulos de LEWIN.
- Vuelven a ser influyentes las últimas investigaciones de HOVLAND.
- Acceden a la MCR métodos sociológicos por los que la MCR clásica no había mostrado ningún interés, como la sociofenomenología de ALFRED SCHUTZ y la etnometodología de CICOUREL.

En apenas 6 años, surgen formulaciones que luego han sido puntos de referencia obligados para los investigadores de todo el mundo y que tienen en común el estudio de los aspectos cognitivos de la comunicación de masas: *“Agenda Setting”* de SHAW y McCOMBS (1972); *“GAP Hypothesis”* de TICHENOR, DONOHUE y OLIEN (1976); *“Making News. A Study in the Construction of Reality”* de GAYE TUCHMAN y *“News, The Politics of Illusion”* de JOHN LANCE BENNET (1978).

EL ANÁLISIS FUNCIONAL DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

El análisis funcional de la comunicación de masas ha desarrollado especialmente las funciones particulares de los medios.

Debemos la definición a **MERTON** (1968), para quien **este tipo de funciones son las consecuencias observables de un fenómeno social significativo que tienden a ajustar, equilibrar o mantener un sistema.**

La definición de disfunción como contraria permite explicar la dinámica de cambio social mediante el análisis de los procesos de tensión que se producen en los niveles estructurales del sistema.

Así, **disfunción son las consecuencias observables de un fenómeno social significativo que dificultan el equilibrio de un sistema.** Todos los fenómenos que tienen una presencia irrelevante para el conjunto del sistema tienen un carácter no funcional.

Finalmente, existen **funciones manifiestas** (las consecuencias que tienden a la estabilización del sistema social y que son reconocidas por los que participan en el sistema) y **funciones latentes** (las que no son ni entendidas ni reconocidas como tales).

LASSWELL fue el 1º en aplicar estas definiciones de MERTON, atribuyendo 3 **funciones a los medios de comunicación social**:

- **Vigilancia del entorno**, revelando amenazas y oportunidades que afectan a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen.
- **Correlación de los componentes de la sociedad** en cuanto a dar una respuesta al entorno.
- **Transmisión del legado social.**

A ello añadió **CHARLES WRIGHT** una 4ª función:

- **Organización de la mayor parte del tiempo libre** a través de la oferta de entretenimiento.

Por lo tanto, **en el análisis funcional de la comunicación de masas los medios tienen una función integradora.**

Son una institución que tiende a **equilibrar el sistema social**. De esta forma, **los medios resultan ser una mecanismo benéfico y socialmente deseable.**

A continuación, el análisis funcional creó todo un inventario de funciones y disfunciones comunicativas particulares que podían ser descritas empíricamente. **LAZARSFELD, MERTON y WRIGHT** (1959) elaboraron el esquema sobre las **funciones de los medios de comunicación de masas:**

- En particular, el objetivo es el de:
- articular las funciones y disfunciones,
 - latentes y manifiestas,
 - de las transmisiones periodísticas, informativas, culturales y de entretenimiento
 - respecto
 - a la sociedad, a los grupos, al individuo y al sistema cultural.

Este inventario de las funciones está relacionado con 4 **tipos de fenómenos comunicativos** distintos:

- La existencia del sistema global de los mass media en una sociedad.
- Los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio...).
- La implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media.
- Las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media.

Estos 4 tipos de actividades son las consecuencias del hecho de desarrollar dichas actividades comunicativas mediante los procesos institucionalizados de comunicación de masas.

El análisis funcional elaboró todo un inventario de las funciones y las disfunciones, que cumple la **difusión de información:**

- **Funciones:**

- **Respecto a la sociedad** (mera existencia de los medios):
 - Proporciona la posibilidad, frente a amenazas y peligros inesperados, de alertar a los ciudadanos.
 - Proporciona los instrumentos para realizar actividades cotidianas institucionalizadas en la sociedad, como los intercambios económicos...
- **Respecto a los individuos** (mera existencia de los medios):
 - Atribución de status y prestigio a las personas y a los grupos objeto de atención por partes de los medios.
 - Fortalecimiento del prestigio para lo que se someten a la necesidad y al valor socialmente difundido de ser ciudadanos bien informados.
 - Fortalecimiento de las normas sociales.

- **Disfunciones:**

- **Respecto a la sociedad** (mera existencia de los medios):
 - Las corrientes informativas que circulan libremente pueden amenazar la estructura fundamental de la propia sociedad.
- **Respecto a los individuos** (mera existencia de los medios):

- La difusión de noticias alarmantes (sobre peligros naturales o tensiones sociales) puede generar reacciones de pánico en lugar de reacciones de vigilancia constante.
- El exceso de informaciones puede llevar a un repliegue sobre lo privado y a apartar energías humanas de la participación activa para transformarlas en conocimiento pasivo.

Si se pasa del análisis funcional de los media, valorados independientemente de su pertenencia a la estructura social y económica, aparece otra función: el **mantenimiento del sistema mediante el conformismo**.

“Como están apoyados por las grandes empresas integradas en el actual sistema social y económico, los medios de comunicación de masas contribuyen al mantenimiento de ese sistema [...]; la tendencia al conformismo ejercida por los medios de comunicación de masas se deriva no sólo de lo que se dice, sino sobre todo lo que no se dice. En efecto, estos medios no sólo continúan afirmando el status quo sino que, en la misma medida, dejan de plantear los problemas esenciales a propósito de la estructura social”.

A medida que la teoría funcionalista se enraíza más en el estudio de la comunicación de masas, se pasa de la pregunta ¿qué hace los medios con las audiencias? a ¿qué hacen las audiencias con los medios?.

Así, la **Teoría de los usos y gratificaciones** establecerá 5 funciones:

- **Función de escape o disminución de la ansiedad** de las tensiones psicológicas de aquellos individuos que presentan dificultades en su adaptación social.
La oferta de los medios facilita la identificación del individuo con personajes de ficción o con situaciones que le permiten una gratificación psicológica.
- **Función de compensación emocional** que permite facilitar la interrelación personal mediante la oferta de temas de discusión pública o de amistad a través de los medios, respecto a aquellas personas solitarias dotadas de sentimientos frustrados de relación interpersonal.
- **Función de compañía**, por la que el medio de comunicación permite un acompañamiento de las actividades diarias de los receptores o permite constituir un marco para el entorno familiar.
- **Función de información**, al ofrecer una elevada cantidad de información sobre el entorno a aquellos individuos dotados de una necesidad de intervenir socialmente en los temas que más le preocupan en un momento concreto y a los cuales no tiene acceso directo.
- **Función de reafirmación individual**, mediante la cual el individuo puede incrementar su propia estima y su reafirmación individual al reforzar sus pautas de acción o de creencias mediante la reafirmación individual de los criterios sustentados desde la comunicación de masas.

Por lo tanto, la eficacia persuasiva de los medios de comunicación de masas será mayor cuanto mayor sea su capacidad para canalizar la satisfacción de las necesidades de la audiencia y proporcionar una mayor gratificación psicológica.

LIMITACIONES DEL FUNCIONALISMO

A pesar de su permanencia como una de las formas de estudiar la comunicación de masas, la 1ª limitación del funcionalismo, se tome la versión parsoniana o la mertoniana, es que **tiene un situs: los EEUU.**

De aquí la proclamación de la sociología funcionalista como la American Science o Unique Science, o dicho de otra forma: el intento de establecer una sociología única y universalmente válida, desde la mera contemplación de la sociedad norteamericana.

Efectivamente, observando el crecimiento estable de la sociedad norteamericana de posguerra, los funcionalistas consideran que una buena sociedad radicaba en la constitución de una democracia efectiva y estable, en la que las principales desigualdades hubiesen sido erradicadas y la estructura social pudiese ser vista como una serie de instituciones paralelas que, posiblemente, precisaban de pequeñas reformas, pero que fundamentalmente se encontraban en buen orden.

Así, el funcionalismo conducía a la búsqueda de relaciones estabilizadoras entre instituciones como la familia, la educación, la industria, la religión, la cultura...

Al investigar las funciones de los medios, los investigadores funcionalistas se concentraron en el efecto integrador de la comunicación masiva. Antes que considerar la estratificación social y cultural, buscaron las formas mediante las cuales los medios transmitían los valores de una generación a la siguiente, esto es, los medios fueron concebidos como instituciones funcionales de la socialización y no como parte de los aparatos legitimadores de un orden social desigual.

De esta forma, el acercamiento funcionalista definió el estudio de los efectos, partiendo de un resultado social – una sociedad integrada, estable, no estratificada y ordenada – y después se preguntó por las formas en las cuales los medios contribuían a la consecución de este resultado.

En el nivel sociológico, investigó los medios de comunicación de masas y las instituciones A, B y C, sin establecer prioridad alguna entre ellas.

En el nivel psicológico, buscó las gratificaciones derivadas de la emisión de los medios sobre los individuos.

En conclusión, podemos decir con **SAPERAS**, que el funcionalismo se configuró como una modalidad de investigación fundamentada en el análisis empírico y cuantitativo de los objetos de estudio considerados como fenómenos particulares, es decir, **la comunicación de masas se estudia de forma segmentada, descontextualizada y sin dar importancia al tiempo ni a la historia.**

4. ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ESCUELA DE FRANKFURT

EL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN SOCIAL: DE FRANKFURT A COLUMBIA

1923 → **HORKHEIMER** y **POLLOCK** fundan el **Instituto de Investigación Social**, afiliado a la Universidad de Frankfurt. Este centro dedicó sus primeros trabajos al **análisis de la economía capitalista y a la historia del movimiento obrero**.

Desde **1930**, año en que asume la dirección **HORKHEIMER**, el Instituto toma un nuevo rumbo caracterizado por el **rechazo a definirse como marxista, prefiriendo en su lugar la denominación de crítico**.

La Escuela de Frankfurt **rompe con las interpretaciones meramente economicistas de la obra de MARX**. De hecho, desde el Instituto se criticó abiertamente la política del Partido Socialdemócrata y del Partido Comunista.

La interpretación de la historia dejó de hacerse solamente desde el marxismo, incorporando instrumentos teóricos que pretendieron unir la obra de MARX con la de FREUD y WEBER. Del 1° tomarán los conceptos de alienación y cosificación, del 2° el concepto de represión y del 3° el concepto de racionalización. El resultado es una **crítica global de la sociedad de Occidente y de la sociedad totalitaria soviética**.

Habitualmente, se considera que la Escuela de Frankfurt consta de 2 **generaciones**:

- **Clásicos** → formada por los autores mayores (**ADORNO, HORKHEIMER, MARCUSE, BENJAMÍN**) y menores (**KIRCHHEIMER, LÖWENTAL, NEUMANN Y POLLOCK**).
- **Años 60** → representada por **HABERMAS**, que renovó el espíritu inicial de la Escuela hacia posiciones menos radicales, alrededor del lema de la teoría comunicativa de la sociedad.

Cuando en 1933 **HITLER** es nombrado canciller, **HORKHEIMER** fue despedido y, con él, todos los investigadores judíos del Instituto. Financiado desde el principio por capital judío como forma de asegurar su independencia, el Instituto pudo transferir sus fondos a Holanda y fundar sucursales en Ginebra, Londres y París.

Sin embargo, será la invitación de la Universidad de Columbia, la que permita a la Escuela de Frankfurt continuar con sus investigaciones al otro lado del Atlántico.

Paradójicamente, una de las universidades en que la Mass Communications Research contaba con figuras de la talla de **LAZARFELD** y que había puesto en marcha numerosos proyectos de investigación empírica, cedió uno de sus edificios al Instituto de investigación social.

Al mismo tiempo, **LAZARFELD** invitó a **THEODOR ADORNO** a colaborar con él en el Princeton Office of Radio Research, colaboración que terminó en 1939.

La causa de este fracaso fue la oposición insuperable de 2 métodos de pensar radicalmente diferentes. No fue posible dar más vigor a la investigación empírica con los métodos de **ADORNO** porque pretender investigar el qué, el cómo y el por qué; analizar los efectos de los mensajes radiofónicos sobre las audiencias del sistema comercial norteamericano y no el sistema en sí mismo; pretender medir la cultura, cuando cultura es lo que no se puede medir, demostraba que más allá de la amistad personal entre **LAZARFELD** y **ADORNO** (que se mantuvo después del fracaso de su cooperación), su incompatibilidad era de naturaleza epistemológica.

El fin de la colaboración en el marco del Princeton Office Radio Project, permite a **ADORNO** trabajar en exclusiva con **HORKHEIMER**, con quien compartía la idea de que la necesidad de limitarse a datos seguros y ciertos, la tendencia a desacreditar como metafísica toda

investigación sobre la esencia de los fenómenos corre el riesgo de obligar a la investigación social empírica a restringirse a lo no esencial en nombre de lo que no puede ser objeto de controversia. A la investigación se le imponen con demasiada frecuencia sus objetos en virtud de los métodos de los que se dispone, cuando lo que habría que hacer es adaptar los métodos al objeto.

LA TEORÍA CRÍTICA

La Escuela de Frankfurt es el primer intento por **elaborar una teoría de la sociedad que implique una valoración crítica de la misma actividad científica**. Es también la **1ª aproximación marxista al estudio de la comunicación de masas**.

Definir los rasgos esenciales de la teoría crítica es sencillo si lo hacemos por oposición a la teoría funcionalista.

FUNCIONALISMO	ESCUELA CRÍTICA
Disciplina sectorial que se especializa y diferencia progresivamente distintos campos de competencia.	Teoría de la sociedad entendida como un todo.
Los campos de competencia especializados se desvían de la comprensión de la sociedad en su totalidad y acaban desarrollando una función de conservación del orden existente.	Se configura como construcción analítica de los fenómenos que investiga y, simultáneamente, como capacidad de referir dichos fenómenos a las fuerzas sociales que los determinan.

De aquí el que, a pesar de la buena voluntad de LAZARFELD, la colaboración entre sus métodos empíricos y los métodos cualitativos de ADORNO resultasen un rotundo fracaso.

La teoría crítica denuncia la contradicción entre individuos y sociedad como un producto histórico de la división en clases, que no es algo natural. Al sectorializar la investigación, se cierra la puerta al estudio de los fenómenos sociales en su complejidad.

Los estudios sobre los medios de comunicación de masas, en los que éstos son meros mecanismos de ajuste, resultan inaceptables para ADORNO, HORKHEIMER, MARCUSE y HABERMAS.

Allí donde la sociología funcionalista consideraba los medios de comunicación como nuevos instrumentos de la democracia moderna, como mecanismos decisivos de regulación de la sociedad, defendiendo una teoría acorde con la reproducción de los valores del sistema social; **la Escuela de Frankfurt afirmará que los estudios funcionalistas sobre la comunicación de masas acaban doblegándose al monopolio de la industria cultural**.

Mientras la Mass Communications Research aceptaba como natural estudiar los efectos sobre las audiencias de los mensajes de la radio comercial norteamericana, dando por bueno que el propio sistema, sus consecuencias culturales y sociológicos y sus presupuestos sociales y económicos. ADORNO pretendía analizar el propio sistema, poniendo en discusión sus propios fines.

Donde LAZARFELD pretendía ampliar la audiencia de la buena música o la demanda en el mercado de los productos anunciados en los programas; ADORNO pretendía analizar, no la actitud de los oyentes ante la música o los anuncios, sino en qué medida la actitud de los

oyentes reflejaban esquemas más amplios de conocimiento social y, todavía más, en qué medida los oyentes estaban condicionados por la estructura de la sociedad.

Para la teoría crítica, a partir de las reacciones de los sujetos como si ésta fuera la fuente primaria del conocimiento sociológico, era inaceptable por superficial y equivocado.

La investigación empírica se desarrolla dentro de los marcos institucionales de la industria cultural, descuidando deliberadamente sus conexiones con los centros de poder. La Escuela Crítica no se abstiene de reflexionar sobre sus propios métodos y principios y considera a los medios como instrumentos de la reproducción de masas, tras los cuales se encuentran las relaciones de fuerza del aparato económico y social. La escuela empírica se limita a analizar el impacto de los medios, no cuestiona su pertenencia a la industria cultural, no los ve como mecanismos de alienación porque trabaja a sueldo de la industria cultural.

El fracaso de la colaboración de LAZARFELD con ADORNO se debería entonces mucho más a los deseos de los financiadores de la investigación que a su posición teórica.

Efectivamente, LAZARFELD consideraba que la investigación crítica se contraponía a la administrativa en cuanto exige que preliminar y adicionalmente a cualquier objetivo específico que se espere obtener hay que analizar el papel general de los medios de comunicación de masas en cualquier sistema social.

LA INDUSTRIA CULTURAL

El primer exponente del estudio de la producción cultural de los medios de comunicación es el trabajo de **HORKHEIMER**, *“Art and Mass Culture”*, publicado en 1921, en el que se exponen los criterios básicos para el trabajo posterior, *“La Industria Cultural”*. *“El Iluminismo como engaño de las masas”*, forma parte de la obra más conocida y más representativa de la aproximación crítica a la investigación comunicativa: *“Dialéctica de la Ilustración”*. Todos estos textos se escriben entre 1941 y 1944.

La teoría crítica parte de la afirmación de que **la cultura distribuida por los medios de comunicación no es una nueva forma de cultura popular o de cultura originada en las masas receptoras, sino una cultura creada por la industria y dirigida al mercado.** En ese sentido, la autonomía cultural se pierde, cuando se deja de producir la cultura desde ella misma y pasa a ser la cultura distribuida por los medios para conseguir fines distintos a los culturales. La industria y el sistema capitalista anulan cualquier posibilidad de utilizar los medios de comunicación para democratizar la cultura. Los medios de comunicación dan lugar a una pseudo – cultura que imita la forma de las otras culturas y produce unas formas culturales de gran aceptación popular, fundamentadas en la racionalidad instrumental que predomina en todos los medios de comunicación de masas.

Para HORKHEIMER, el arte significaba resistencia y el reinado de la individualidad. Por el contrario, la cultura de masas significa sumisión y estandarización del comportamiento social. El sistema capitalista tiende a reducir a todos los hombres a una norma unitaria que sólo es posible resistir desde el arte. Precisamente, por ello se moviliza contra él.

La oferta mediática se presenta como una nueva forma de igualitarismo, mediante una oferta simple, de fácil comprensión, dirigida al entretenimiento de un público potencial constituido por la totalidad de la población. Pero esta promesa de igualdad no es más que una exigencia de rendición ante las nuevas armas del capitalismo para asegurarse el control social y la pérdida de individualidad.

En “Dialéctica de la Ilustración”, los medios son descritos como una sofisticada forma de adoctrinamiento ideológico bajo el dominio de la racionalidad técnica. ADORNO y HORKHEIMER consideran ya que todas las manifestaciones de la dominación son subyacentes de la industria cultural.

Cada sector de la producción está uniformizado y todos los están en relación con los demás. De esta forma, la civilización de la era industrial confiere a todo un aspecto semejante. La industria cultural proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas con otras tantas identificadas con otras tantas distinciones a las que los estándares de la producción deben responder. A través del modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural. Así, la racionalidad técnica es la racionalidad de la propia dominación. El terreno en el que la técnica adquiere su poder sobre la sociedad es el terreno de los que la dominan económicamente. La racionalidad técnica es el carácter coercitivo de la sociedad alienada.

La industria cultural fija la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural en un valor destruye su capacidad crítica.
La producción industrial sella la degradación de la función filosófico existencial de la cultura.

En la época de la reproducción industrial el individuo ya no decide de forma autónoma. El conflicto entre impulsos y conciencia se resuelve con la adhesión acrítica de los valores impuestos. **El hombre está en manos de una sociedad que le manipula.** El ciudadano es ahora consumidor y, como tal, es objeto de la industria cultural. Incluso en el tiempo de ocio, el consumidor de los productos de la industria cultural no percibe la apología de una sociedad alienante que se oculta tras el esparcimiento.
La individualidad es sustituida por la pseudoindividualidad porque el sujeto se halla vinculado a una identidad sin reservas con la sociedad. La ubicuidad, la repetición y la estandarización de la industria cultural hacen de la industria cultural una maquinaria formidable de control psicológico.

El análisis de la industria cultural de esta 1ª generación de la Escuela de Frankfurt ha sido considerado entre los estudiosos posteriores como excesivamente pesimista. Pero el análisis de ADORNO y HORKHEIMER es el 1º que **plantea el análisis de los medios de comunicación en un contexto social más amplio** y que, en todo caso, puede ser criticado por su exageración en algunos aspectos, pero nunca porque fuera erróneo en sus premisas elementales.

No puede desligarse la obra de ADORNO y HORKHEIMER de la de **MARCUSE**. En “El hombre unidimensional” (1964) pretende **desenmascarar las nuevas formas de dominación política**, señalando que bajo la apariencia de racionalidad de un mundo cada vez más conformado por la tecnología y la ciencia, se manifiesta la irracionalidad de un modelo de organización de la sociedad que en lugar de liberar al individuo, lo sojuzga.

La **racionalidad técnica**, la razón instrumental, reduce el discurso y el pensamiento a una dimensión única que hace concordar la cosa y su función, la realidad y la apariencia, la esencia y la existencia.

Esta sociedad unidimensional ha anulado el espacio del pensamiento crítico.

Con ello se manifiesta la perfecta coherencia de la Escuela Crítica de la 1ª generación que **critica un mundo en el que la instrumentalización de las cosas acaba siendo la de los individuos.**

LA 2ª GENERACIÓN DE LA ESCUELA CRÍTICA: JÜRGEN HABERMAS

HABERMAS¹⁹ lleva la teoría crítica a posiciones más moderadas. Prosigue el trabajo de la 1ª generación en el nivel filosófico, dando menos importancia al nivel sociológico. Además discrepa abiertamente de MARCUSE en su concepción de la racionalidad técnica.

En “*El espacio público*” construye el **marco histórico en que se produce el declive de este espacio público** que había aparecido en Inglaterra en el s. XVII y en Francia en el s. XVIII con la constitución de la opinión pública.

Este espacio público se caracteriza como un **espacio de mediación entre el Estado y la sociedad** que permite la discusión pública en un reconocimiento común del poder de la razón y de la riqueza del intercambio de argumentos entre individuos, de las confrontaciones de ideas y de opiniones ilustradas.

El **principio de publicidad** se define como aquello que pone en conocimiento de la opinión pública los elementos de información que atañen al interés general.

El ciudadano tiende a convertirse en un consumidor con un comportamiento emocional y aclamador, y la comunicación pública se disuelve en actitudes, siempre estereotipadas, de recepción aisladas.

Sin embargo, HABERMAS abandonará su estudio de la opinión pública para buscar propuestas que impulsen la **constitución de una teoría de la acción comunicativa.**

Se trata de evolucionar de una teoría del conocimiento a una teoría de la racionalidad comunicativa, esbozada en Conocimiento e Interés y culminada en Teoría de la Acción Comunicativa mediante 3 **propuestas:**

- Una ciencia reconstructiva como forma de conocimiento dirigida a una teoría de la acción comunicativa.
- La pragmática universal.
- La teoría de la acción comunicativa propiamente dicha.

Para HABERMAS, la realidad social se fundamenta en 2 formas de interacción social: el trabajo (interacción estratégica) y la comunicación (interacción simbólica). Ambas serán el objeto de análisis de la ciencia reconstructiva incorporando el factor empírico a la comprensión de los fenómenos estudiados.

La **ciencia reconstructiva** intenta superar las evidentes limitaciones de la perspectiva analítica – empírica a través de la descripción de cómo evoluciona un fenómeno (análisis filogenético) y teniendo en cuenta las condiciones originales que dan lugar a su formación (análisis genético). La observación de los hechos físicos o sociales y su interpretación son, entonces, un acto de reflexión. Si analizamos el lenguaje, la finalidad última del análisis reconstructivo es la reconstrucción sistemática del conocimiento intuitivo que tienen los sujetos competentes. La filosofía pragmática del lenguaje y la lingüística generativista serán motivos de análisis como referentes constantes de la reflexión de la ciencia reconstructiva.

HABERMAS aplica después la ciencia reconstructiva a la **construcción de una teoría de la acción comunicativa.** La finalidad de la **Pragmática Universal** es identificar y construir las condiciones universales que regulan la posible comprensión entre los actores sociales. Habrá que evaluar, entonces, tanto el contenido proposicional del discurso como la situación en la que se produce. De la misma forma, el análisis de la pragmática se limitará a los aspectos estrictamente formales sin hacer referencia al contenido de las proposiciones anunciadas, ni a los aspectos concretos de la situación en que se realizan estas proposiciones. Para llevar a cabo esta propuesta se procederá a una crítica de la teoría de la competencia lingüística de la gramática generativa y a una revisión crítica de la teoría de los actos del lenguaje y de la noción de juego del lenguaje.

¹⁹ Su trabajo se enfoca en las bases de la teoría social y la epistemología, en el análisis de la sociedad industrial y capitalista avanzada.

De forma similar a CHOMSKY, HABERMAS intenta reconstruir racionalmente la competencia comunicativa a partir del establecimiento de las bases de corrección del discurso. Se establecen unos criterios de validación enunciativa de la corrección del discurso: criterio universal de veracidad, criterio universal de corrección, criterio universal de sinceridad y la comprensibilidad. El cumplimiento de estos criterios daría lugar a las condiciones formales para producir una situación ideal de comunicación en que el sujeto actuaría de manera emancipada, igualitaria y comunicativa.

En 1981, HABERMAS formula finalmente su teoría. **Propone una teoría crítica de la sociedad basada en el concepto de racionalidad comunicativa**. Revisa los textos de los pensadores clásicos de la filosofía del s. XX, imitando el modelo de análisis de la Estructura de la Acción Social de TALCOTT PARSONS. HABERMAS plantea la teoría de la acción comunicativa en el marco del estudio de las formas de racionalización social. Desde una posición próxima a MAX WEBER, analiza y entiende la racionalidad comunicativa como aquella que se basa en la capacidad de establecer formas argumentativas libres de coacción que tienden al establecimiento del consenso entre los actores. Esta racionalidad comunicativa puede generar acciones comunicativas basadas en la negociación de definiciones de la situación susceptible de ser consensuadas.

La racionalización social es el motivo central de la reflexión habermasiana. En este marco general, los conceptos de “mundo de la vida” y de “sistema” estructuran el análisis de la racionalidad comunicativa.

El “mundo de la vida” es la fuente de la cual obtenemos las definiciones de las situaciones que los implicados consideran aproblemáticas. Los sujetos sociales diferencian entre el mundo objetivo y el mundo social que comparten subjetivamente. Entonces este mundo no es sino una acumulación y sedimentación del trabajo de interpretación realizado por las generaciones precedentes y aporta un grado de estabilidad a las interacciones sociales que garantizan la mutua comprensión. En el proceso social, el desarrollo y el incremento de autonomía del sistema son posibles por la acción de racionalización que implica el mundo de la vida. El sistema tiene capacidad de diversificarse siempre que el mundo de la vida le asegura un consenso de interpretación suficientemente amplio y eficaz.

La obra de Habermas es una propuesta, todavía no concluida, desde la que se pretende establecer definitivamente un proceso de comprensión de la acción social, en tanto acción comunicativa, destinada a la transformación efectiva del mundo actual. La finalidad última de una teoría crítica de la sociedad continua siendo la emancipación del hombre.

5. LA ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN EN LOS CULTURAL STUDIES (ESTUDIOS CULTURALES)

EL CENTRE OF CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES

1964 → se funda en Birmingham (Reino Unido) el **Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS)**, que inicia una nueva forma de aproximarse al estudio de la comunicación de masas. El objetivo de los Estudios Culturales es **definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante, pertinente y teóricamente fundado.**

En el concepto de cultura cabe tanto los significados y los valores que surgen y se difunden entre las clases y los grupos sociales, como las prácticas efectivamente realizadas a través de las que se expresan valores y significados y en las que están contenidas.

Los medios de comunicación de masas desarrollan una función primordial al actuar como elementos de esas relaciones.

Esta corriente tiene su fuente lejana en los estudios de crítica literaria de **FRANK RAYMOND LEAVIS**, cuya obra *“Mass Civilization and Minority Culture”* (1930) constituye un furibundo alegato educativo a favor de la protección de los alumnos contra la cultura comercial. Para LEAVIS, el desarrollo del capitalismo industrial y sus expresiones culturales tenían un efecto pernicioso en las distintas formas de cultura, tanto en la popular como en la de élite. Desde la revista *“Scrutiny”*, LEAVIS y sus seguidores pretenden utilizar la escuela para propagar el conocimiento de los valores literarios, proponiendo una aproximación a las diferentes formas de producción literaria basada en el análisis textual, la investigación del sentido y los valores culturales. Con ello, nos encontramos con una formulación radicalmente opuesta a los métodos funcionalistas que es estaban desarrollando en EEUU.

En los años 50 y primeros 60, los postulados leavisianos serán asumidos por una generación de educadores que valorarán los gustos de los alumnos pertenecientes a la clase obrera:

- **RICHARD HOGGART** publica *“La Cultura del Pobre”* (1957), alabando las formas de cultura tradicional de la clase obrera que resisten frente a la cultura difundida por los medios de comunicación de masas.
- **RAYMOND WILLIAMS** publica *“Culture and Society”* (1958), donde critica la disociación practicada con demasiada frecuencia entre cultura y sociedad. Para él, cultura designa toda una forma de vida (los significados comunes) y designa las artes y el saber (procesos especiales de descubrimiento y esfuerzo creador).
- **STUART HALL** y **PADDY WHANNEL** publican *“The Popular Arts”* (1964), donde se aborda críticamente el proceso de construcción de la cultura.

Esta 1ª etapa, caracterizada por tratar de dar respuesta a las demandas de la Escuela, da paso a la articulación propiamente dicha de los Estudios Culturales, con la fundación del Centre of Contemporary Cultural Studies.

El CCCS se crea como un centro de estudios de doctorado sobre las formas, las prácticas y las instituciones culturales y sus relaciones con la sociedad y el cambio social.

Sus primeros directores serán **RICHARD HOGGART** (1964 – 1968) y **STUART HALL** (1968 – 1979). Bajo la dirección de ambos, los Estudios Culturales vivirán una etapa de esplendor que coincide con el desarrollo de la New Left británica.

Los *“Working Paper in Cultural Studies”*, revista del Centro, se convierten en punto de referencia obligada para los estudios sobre la comunicación de masas.

INFLUENCIAS TEÓRICAS EN EL CENTRE OF CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES

De acuerdo con **MATTELART**, en Birmingham, puede seguirse la huella de 2 tipos de influencias:

- Las del interaccionismo simbólico.
- Las de diversas corrientes heterodoxas del marxismo.

La apropiación crítica de ambas dará al Centro una originalidad que radica en la **formación de distintos grupos de estudios en diferentes campos que serán vinculados con las demandas de los movimientos sociales, singularmente del feminismo**.

El **Interaccionismo Simbólico** sirve a los culturalistas para recuperar la dimensión etnográfica y el análisis de los valores y las significaciones vividas; las formas en que las culturas de los distintos grupos se comportan frente a la cultura dominantes; las definiciones propias que se dan los actores sociales de su propia situación.

Por lo que respecto a las **influencias marxistas heterodoxas**, el Centro relea los estudios de historia literaria de LUCKAS, concretamente "*Historie et Conscience de classe*" (1923) y los trabajos de BATJIN en "*Marxisme et la philosophie du langage*" (1929), así como sus análisis históricos de la cultura popular, traduce a BENJAMIN; descubren a GOLDMAN y a SARTRE. Comparten con ALTHUSSER las cuestiones vinculadas con la naturaleza de la ideología, que cumplen una función activa en la reproducción social. Con BARTHES se interesan por la especificidad de lo cultural y adoptan una metodología apoyada en la teoría lingüística para abordar la cuestión maestra en aquella época de las lecturas ideológicas. Y toman de GRAMSCI la cuestión de la hegemonía.

LOUIS ALTHUSSER y **ANTONIO GRAMSCI**, sin embargo, son los 2 pensadores marxistas que más influencia han tenido en los Estudios Culturales, particularmente en la obra de **STUART HALL**.

A partir de la obra de ambos (y en algunos casos mezclando términos contradictorios en ambos), **los Estudios Culturales pretendieron refutar la tesis de otras interpretaciones marxistas de la comunicación de masas, especialmente de la Economía Política**. Los culturalistas pretenden haber roto con éxito los lazos del marxismo clásico.

A pesar de su ruptura posterior con ALTHUSSER, HALL y bastante de sus seguidores utilizan los textos del autor francés para subrayar la autonomía de la práctica social, rechazan el resto de las formulaciones marxistas por considerarlas economicistas o reduccionistas y negándose a reconocer que algunas de esas formulaciones habían roto con éxito la estrechez de los análisis basados en una lectura plana de las obras de MARX.

Con el paso de los años, la pretendida autonomía de la práctica social ha servido a los postalthusserianos para enlazar sin problemas la teoría marxista con la observación complaciente de la posmodernidad. Así, en los Estudios Culturales ALTHUSSER aparece ahora justo a BAUDRILLARD, GORZ y LYOTARD.

La obra de **CLIFORD GEERTZ**, "*La interpretación de las culturas*", ha influido notablemente en la configuración del enfoque simbólico de los Estudios Culturales. Para GEERTZ, lo que llamamos cultura es una red de significación que ha sido tejida por acciones objetos y expresiones provistos de sentido; bajo este aspecto la cultura no es objetiva ni subjetiva. El énfasis que pone en la naturaleza simbólica de la cultura, abre el camino para el distanciamiento de los análisis funcionales de la comunicación de masas y la propuesta como alternativa – típica de los Estudios Culturales – de una interpretación simbólica de la cultura.

MICHAEL FOUCAULT también ha dejado su huella en los Estudios Culturales. A partir de sus obras, ofrece una visión de la sociedad en que múltiples relaciones de poder entran en juego en diferentes situaciones. Este fenómeno no puede subsumirse en una oposición binaria y simple de intereses de clase ni puede ser detectado a través del modo de producción y formación social.

TRES TEXTOS ESENCIALES

El Centro reconoce su idea fundadora en las obras de HOGGART, WILLIAMS y THOMPSON. Pero será **WILLIAMS** quien, en **1965**, marque el rumbo a seguir con la publicación de **“The Long Revolution”**. En ella, **define las esencias de los Estudios Culturales por oposición a la tradición literaria y a las interpretaciones economicistas del marxismo**. Por una parte, se separa de los estudios literarios que sitúan la cultura fuera de la sociedad para sustituirla por una definición antropológica: “la cultura es el proceso global a través del cual las significaciones se construyen social e históricamente”.

Por otra parte, toma una postura ideológica marxista que le permite estudiar la relación entre la cultura y las demás prácticas sociales. WILLIAMS inicia así el debate sobre la metáfora central del marxismo (base / superestructura), negando que la cultura esté sometida al dominio de la determinación económica.

STUART HALL, perteneciente a una generación más joven que WILLIAMS, escribió 2 textos que han sido muy influyentes en toda la corriente culturalista:

- *“Policing the Crisis”*
- *“Encoding Decoding in a Television Discourse”*

Ambos textos son claves para entender el tratamiento que el autor jamaicano da a la función ideológica de los medios y a la naturaleza de la ideología.

En **“Policing the Crisis”**, HALL y sus colaboradores descubrieron, mediante un análisis empírico, que la prensa británica impulsó una situación de pánico moral ante los asaltos, contribuyó a la ruptura de la política de consenso mantenida desde la posguerra y favoreció el ascenso del Estado autoritario thatcheriano.

Según los autores, la prensa reaccionó de forma muy significativa, por su exceso, al percibirse la amenaza de los crímenes violentos a comienzo de la década de los 70.

Antes de que el pánico al asaltante apareciese en la prensa, se había producido una intensificación de la movilización policial contra la raza negra, lo que supuso la presencia de ciudadanos de esa raza ante los tribunales, casi diariamente y esto suministró a la prensa el pretexto para una atención creciente al fenómeno de los asaltos.

HALL sostiene que **un definidor primario (la policía) introdujo en la agenda de los medios un suceso particular. La prensa (definidor secundario) selecciona e interpreta la información recibida del definidor primario**. La policía pudo así crear un clima de pánico moral porque la prensa la proporcionó un peso ideológico que no poseía, por ejemplo, en las relaciones laborales. Allí los definidores primarios son los empresarios, pero también los sindicatos. De aquí se concluye que los criminales, por el hecho de serlo, pierden el derecho a tomar parte en la negociación del consenso social sobre el crimen. Años más tarde, HALL aplicará estas mismas tesis a los gobiernos thatcheriano, donde el pánico moral se colocará sobre el telón de la crisis económica y superestructural.

“Encoding and Decoding” trata de construir una teoría capaz de refutar los postulados del funcionalismo norteamericano y de poner las bases de una nueva teoría marxista sobre los medios de comunicación.

Para HALL, **el proceso de comunicación televisual tiene 4 momentos**, articulados entre ellos, aunque cada uno tiene sus propias formas, modalidades y condiciones de existencia.

Todos están determinados por las relaciones de poder institucionales: producción / circulación / distribución / consumo.

La audiencia es al mismo tiempo receptor y fuente del mensaje porque los esquemas de producción (momento de la codificación) responden a las imágenes que la producción televisual se hace a la audiencia y a los códigos profesionales.

La audiencia tiene 3 **tipos de descodificación**:

- **Decodificación dominante** → se interpreta el mensaje a partir de los puntos de vista hegemónicos que aparecen como naturales legítimos e inevitables. Es el sentido común de un orden social y de un universo profesional.
- **Decodificación de oposición** → se interpreta el mensaje a partir de otro marco de referencia, opuesto al de la decodificación dominante.
- **Decodificación negociada** → se interpreta el mensaje mezclando los 2 tipos anteriores. Es una combinación de lógicas contradictorias que suscriben una parte de la decodificación dominante, pero tomando argumentos de la decodificación de oposición para refutar la 1ª.

HALL sostiene que hay una distinción básica entre los procesos sociales que codifican y decodifican textos mediáticos. Las formas culturales se codifican mediante una combinación histórica específica de relaciones institucionales, normas profesionales y equipos técnicos. Las estrategias de decodificación que la audiencia aplica dependen también de las relaciones sociales estructurales, actitudes políticas culturales y el acceso a una tecnología relevante.

Este modelo, probablemente la mejor aportación de HALL, ha sido aplicado con posterioridad por:

- DAVID MORLEY y JOHN FISKE, que han intentado articular una teoría de la cultura popular.
- IEN ANG, cuyo estudio sobre la serie “Dallas” y el público femenino inició el contacto de los estudios feministas con la corriente culturalista.

Para **MORLEY**, el proceso de generación de sentido depende de la estructura interna del mensaje televisivo (semiótica) y de la formación cultural del espectador (sociología).

El sentido ofrecido por “Nationwide” es producto de la decodificación dominante ofrecida por el texto y de las actitudes culturales de la audiencia. “Nationwide” no ejerce un efecto causal sobre la audiencia, sino que tiene que ser interpretado.

JOHN FISKE, por su parte, afirma que **hay una radical ruptura entre los intereses de las instituciones económicas del bloque de poder** (el orden cultural, político y social dominante) **y el pueblo** (conjunto de adhesiones socialmente percibidas, divididas transversalmente en clase, género, raza, edad...). El bloque de poder fabrica productos masivos uniformes que el pueblo transforma después en prácticas de resistencia. La compra de un producto cultural le separa de las estrategias de capitalismo. El acto de consumo siempre implica la producción de sentido.

IEN ANG aplicó el modelo de Hall en el análisis de la forma en que las mujeres veían la serie norteamericana “Dallas”. La autora holandesa intenta **explicar la popularidad de la serie a través de una comprensión interpretativa de los placeres de la audiencia y de su propio disfrute del programa**. Para ANG, el placer popular se define por formas inmediatas y sensuales de goce. En este sentido, “Dallas” – una serie realista, según las encuestadas – proporcionaba una pluralidad de narrativas que simbólicamente inventaba una idea de comunidad en torno a la familia.

Al sostener que muchas de las encuestadas realizaban una decodificación diferente a la dominante, ANG no sólo ponía en cuestión la tesis del imperialismo cultural, sino que entroncaba con la **corriente de estudios feministas**; representada por JANICE RADWAY, LAURA MULVEY, ANN KAPLAN, TANIA MOLDESKY y CHARLOTTE BRUNDSON. Todas ellas habían publicado sus trabajos entre 1975 y 1985. La publicación del trabajo de MORLEY sobre la TV familia, 3 años más tarde, proporciona el nexo entre los Estudios Feministas y los Estudios Culturales.

ESTUDIOS CULTURALES Y ESTUDIOS FEMINISTAS

En *“Family Television”*, **MORLEY** estudió el lugar que ocupa la TV en las actividades de ocio de los distintos miembros de la familia. Mediante un trabajo etnográfico realizado con 18 familias, dedicándose muy especialmente a la cuestión de las relaciones de poder entre sexos, que el uso de la TV y la recepción de los programas hace aparecer.

De esta forma, un trabajo realizado en el CCCS, conecta con el de la norteamericana **JANICE RADWAY**, que se había ocupado de la afición femenina a la literatura sentimental. A su vez, RADWAY entroncaba con la teoría feminista del filme, que tenía LAURA MULVEY, un referente fundamental. Aunque luego revisó sus tesis central, **MULVEY** sostuvo que el mundo del cine de Hollywood identifica el placer con el punto de vista masculino y que las espectadoras son llevadas a compartir de forma masoquista ese placer.

El estudio sobre las interacciones entre texto, contexto y público femenino se orientó después hacia los seriales, la forma que desde los comienzos busca y encuentra mayor acogida entre las telespectadoras. Estos estudios mostraron cómo el serial construye su modo de aproximación hacia las expectativas de las mujeres respondiendo a las tensiones, responsabilidades y rutinas cotidianas ligadas al contexto familiar; a las competencias tradicionalmente asociadas al estatus femenino en el seno del hogar y de la pareja. Junto al estudio de ANG, debemos reseñar los de ANN KAPLAN, TANIA MOLDESKY y CHARLOTTE BRUNDSON.

EL GRUPO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD DE GLASGOW (GMUG)

Este grupo produjo durante las **décadas de los 70 y 80** una serie de estudios sobre la **parcialidad televisiva, conocidos como los estudios Bad News, en los que pretendieron exponer la sistemática parcialidad de clase en la cobertura televisiva de las noticias**.

El GMUG analizó la presentación tendenciosa de los conflictos industriales de la década de los 70, sosteniendo que las noticias reproducían una ideología coherente con la clase media. Las noticias, por consiguiente, no son un producto neutral, objetivo e imparcial, propio de un informe desinteresado, sino que ese producto descansa en ciertos presupuestos de clase.

STEVENSON sostiene que todos estos estudios, y el posterior sobre la cobertura de la Guerra de las Malvinas, presentan una deficiencia teórica fundamental: un traslado general del acento a cuestiones epistemológicas y al desarrollo de la investigación de audiencia.

El GMUG es especialmente débil en la comprensión interpretativa de la audiencia, presenta una extraña concepción de la objetividad, no elabora un análisis institucional y desvincula la cuestión de la ideología del modo de producción.

MUNDIALIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS CULTURALES

Los **Estudios Culturales en EEUU** difieren en las bases de su cultura política y mitología nacional de los británicos. Mientras en los investigadores británicos el tema de las clases está siempre presente, en la corriente de EEUU la clase es una categoría ausente.

Es cierto, como señalan FERGUSON y GOLDING, que en el discurso político conservador de EEUU el marxismo es el mal en sí mismo, lo que explicaría que el análisis de clase está casi por completo ausente del discurso universitario (en nuestro campo sólo lo practica la Economía Política). Sin embargo, la elisión del análisis de clase se debe también a la creencia compartida de que casi toda la población pertenece a la clase media. **La clase en el contexto norteamericano se contempla como el producto y la consecuencia de la empresa individual más que de una ubicación histórica, social y política configurada de forma compleja.** Además, la ausencia de un movimiento obrero fuerte y de un partido socialista explicaría que los Estudios Culturales norteamericanos hayan evitado el tema de la clase, mostrándose mucho más interesados en el análisis etnográfico.

De acuerdo con GITLIN, los Estudios Culturales fueron transplantados a EEUU en los años 70. En ese momento, la situación política norteamericana no podía ser peor para el desarrollo universitario de corrientes críticas.

La generación académica de los años 80 se encontró con un Partido Demócrata desacreditado y una New Left que distaba mucho de tener la pujanza de su homóloga británica de los años 60. Unamos a ello que las minorías étnicas y el movimiento feminista se encontraban fragmentados y con serios problemas internos. De aquí que los culturalistas norteamericanos comenzasen a buscar en la cultura popular síntomas de resistencia que no encontraban en la política. Pero lo más curioso es que su tarea comenzó por intentar la refutación de las corrientes académicas que se habían ocupado de la cultura popular en EEUU.

En **América Latina**, los Estudios Culturales se han desarrollado de la mano de JESÚS MARTÍN BARBERO y NÉSTOR GARCÍA CANCLINI.

La propuesta de **JESÚS MARTÍN BARBERO** es **colocar el debate sobre la investigación en comunicación en un plano internacional, eminentemente cultural que, atravesado por los procesos económicos, sociales y políticos, otorgue nuevas posibilidades para la investigación.**

Por ello, comienza a investigar las mediaciones, concepto con el que se refiere a las formas, condiciones y espacios desde los que los medios de comunicación son producidos y consumidos; y que consiste en un proceso por el cual el discurso narrativo de los medios se adapta a la tradición narrativa popular del mito y del melodrama y en el que las audiencias aprenden a resistir a la hegemonía cultural colectiva en el discurso de los medios.

MARTÍN BARBERO construye una estructura integrada por factores muy diversos de la producción de los contenidos culturales y sugiere 3 enfoques de la mediación que permitan al investigador observar y atrapar en acción las diversas vertientes de la producción cultural de contenidos:

- La vida cotidiana familiar y la interacción entre el estilo coloquial íntimo de la TV y la inmediatez de la rutina diaria y el círculo familiar.
- La conexión de los ritmos temporales. El ritmo temporal de la TV no se ajusta necesariamente al ritmo temporal de las audiencias.
- Géneros de los medios. La repetición continuada de géneros como las telenovelas es el vínculo mediador entre la TV manipuladora de masas, comercial y competitiva y la experiencia satisfactoria del reconocimiento de la identidad cultural o de interpretaciones críticas de lo emitido.

De esta forma, el análisis se desplaza de los medios a las mediaciones, alterando el lugar de las preguntas sobre las que se había organizado la investigación comunicativa.

MARTÍN BARBERO y GARCÍA CANCLINI (que sostiene que la hibridación entre el amerindio y lo hispano permite una forma de cultura que resiste con éxito la penetración de la cultura norteamericana) se han esforzado en buscar lo específico del movimiento de los **Estudios**

Culturales latinoamericanos para diferenciarlos de la misma corriente en países anglosajones:

- Los latinoamericanos **valoran mucho más la capacidad de las clases populares y de la cultura popular para restringir e interpretar las ideologías hegemónicas en términos de intereses sociales de dichas clases**. Pero su compromiso de identificación más profundo con los movimientos de base les han hecho asignar mayor valor a la capacidad de las clases populares, no sólo para reaccionar frente a los medios de masa sino para convertirse en sujetos activos de la creación de contenido cultural. También **atribuyen un papel más importante a la memoria narrativa popular, colectiva e independiente como el sujeto continuo de la cultura y la comunicación popular**.
- Los latinoamericanos **están más interesados por el potencial de la cultura popular para lograr la democratización social de la comunicación y la cultura**, en detrimento de las resistencias e interpretaciones individuales. Por ello, les resulta de vital importancia relacionar los Estudios Culturales con asuntos de política y en diferentes proyectos culturales.
- Los latinoamericanos **se resisten a abandonar o a ignorar la cuestión de la hegemonía ideológica** a favor de una facultad de interpretación de los medios casi libre e impredecible.
- **Los géneros populares de los medios tienen una tradición propia** ajena a las influencias de las grandes factorías norteamericanas de producción (niegan por tanto la reproducción periférica de las pautas de producción centrales y con ello, la tesis del Imperialismo Cultural).
- **Convierten la cultura en sí misma en un asunto político** al otorgar un papel destacado a los nuevos movimientos en la formación de la cultura popular. Les interesa la significación cultural, el simbolismo y la identidad por encima del control de las fuerzas productivas.

En paralelo, aparece el concepto de **frentes culturales** para referirse a los espacios en los que la clase, los grupos, las regiones se tocan (comparten significantes) y luchan desde significados diferentes por hegemonizar el sentido vivido o dado a las prácticas que, con gran riqueza, evidencian los procesos de transformación de lo popular frente a las tendencias globalizantes de modernización, desterritorialización y tecnificación.

GARCÍA CANCLINI afirmó la **necesidad de ofrecer una refutación teórica a las ilusiones románticas, al reduccionismo de tantos marxistas y al aristocratismo frankfurtiano**. Desde luego la refutación teórica no se ha producido.

En todo caso, lo que sí han hecho GARCÍA CANCLINI, MARTÍN BARBERO y OROZCO ha sido rescribir la historia de la investigación latinoamericana hacia tabla rasa de las fructíferas aportaciones que, en la década de los 70, hizo la Economía Política, mientras han desarrollado una línea de investigación que ignora la realidad política y económica del subcontinente americano.

EL NUEVO PARADIGMA DOMINANTE

En 1983, la revista "*Journal of Communication*" dedicaban un n° entero al denominado **fermento en el campo**. Se trataba de una nueva forma de **intentar el acuerdo mediante la puesta en común de las principales aportaciones de las 2 escuelas**. Sin embargo, ya no se trataba del acercamiento y la renovación de la escuela empírica y la crítica (Escuela de Frankfurt y/o Economía Política de la Comunicación), sino del fermento de las nuevas orientaciones funcionalistas y de los Estudios Culturales.

Como señala **CURRAN**, el ascenso de los Estudios Culturales implica no sólo fijar una nueva agenda de la investigación internacional introduciendo en ella nuevas áreas de investigación, sino un ataque frontal a otras perspectivas críticas.

En 1983 el fermento en el campo permitía a funcionalistas y culturalistas convivir sin la molesta presencia de los ideologizados economistas políticos y los aristócratas frankfurtianos.

GUILLEMO OROZCO ha sintetizado con claridad lo que significa esta fermentación: *“La invención del término fermento dentro del campo de los estudios de la comunicación y su adopción más o menos generalizada entre los miembros de la comunidad científica de la comunicación busca, por una parte, dar frescura a los estudios y, por otra, la sustitución del concepto mismo de paradigma, (...) en tanto que pretende describir la permanente descomposición provocada de todo lo que se consigue, se tiene, se ha alcanzado por la introducción permanente de nuevo gérmenes, ideas, métodos, visiones, cuestionamientos”.*

La secuencia temporal en la que el fermento de campo se transforma en la solución a todos los problemas teóricos y epistemológicos anteriores es breve:

- **1983** → la International Communication Association centra su Conferencia en los denominados “Paradigmas Emergentes”, siendo uno de los productos de esta reunión la aplicación del “Fermento de Paradigmas” al campo de la comunicación social.
- **1985** → la ICA celebra su Conferencia bajo el rótulo “Más allá de polémicas: diálogo entre paradigmas”, incorporando los Estudios Culturales británicos a los que se consideraba una nueva teorización capaz de permitir la entrada de aire fresco en el campo de los estudios de comunicación.
- **1986** → los Estudios Culturales latinoamericanos se incorporaron al debate internacional a partir de la publicación del libro de MARTÍN BARBERO *“De los medios a las mediaciones”*, colocando la investigación latinoamericana en la línea culturalista, haciendo confluir en ese punto todos los procesos mayores, ya sean económicos, sociales o políticos.
- **1989** → DERVING, GROSSBERG, O’ KEEFFE y WARTELLA publican *“Rethinking Communication”*, planteando que los investigadores de la comunicación tienen trayectorias e intereses radicalmente diferentes que repercuten en la manera en que se orienta la investigación.
- **1993** → GAUNT publica las conclusiones del Seminario de Wichyta bajo el título *“Beyond the Agendas: New Directions in Communications Research”* y LEVI y GUREVITCH *“Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field”*, donde la vocación de paradigma dominante de los Estudios Culturales se hace muy evidente. El “Fermento en el Campo” y la “necesidad de dotar de sentido a la realidad” se transforman en una apuesta para lograr un consenso universal que permitiese ser un ámbito de encuentro entre las diferentes orientaciones teóricas y metodológicas.
- **1994** → LEVI y GUREVITCH publican *“Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field”*.
- **1996** → la ICA, reunida en Chicago, discute durante una jornada completa sobre la necesidad de “dotar de sentido a la realidad como teoría, metodología y práctica” con el objetivo de encontrar “nuevas formas” de hacer frente al desafío de la investigación.

LIMITACIONES

Los Estudios Culturales abordan las relaciones generales entre el orden social de una sociedad y su cultura, reconociendo el papel central de los medios de comunicación de masas en la distribución y diseminación de significados sociales y subrayando la necesidad de situarlos en el contexto de la cultura, entendida como totalidad.

La corriente culturalista se ha ocupado también de las formas de simbolización tradicionales enraizadas en el arte, la literatura, la religión y de las formas expresivas de la vida cotidiana como la conversación, el vestido y los gestos.

Sobre el papel la propuesta es muy interesante y debe ser bienvenida en la investigación comunicativa. Sin embargo, esta perspectiva presenta deficiencias metodológicas serias.

La 1ª de ellas es que, **al pretender escapar del marxismo economicista han abandonado por completo la cuestión de la determinación económica, enfatizando el papel de la ideología.**

De la misma forma, la incorporación a la corriente culturalista de las influencias de FOUCAULT y de los teóricos de la posmodernidad, su visión de la sociedad elude sistemáticamente el análisis de las verdaderas relaciones de fuerza del sistema capitalista.

Pero aún queda otra deficiencia: la **obsesión por aplicar el análisis textual como si fuera arqueología social.** Es innegable que todas las formas culturales contienen huellas de los procesos y las presuposiciones implicadas en su creación y que, desde ellas, se pueden construir guías de interpretación para los consumidores potenciales.

De acuerdo con WILLIAMS y CAREY, los mensajes emitidos por los medios de comunicación de masas pueden proporcionar evidencias sobre la sociedad en la que se ubican. Entonces, estudiando obras particulares, canciones, bailes y danzas, se pueden extrapolar los resultados al análisis de la sociedad.

Los mensajes de los medios son considerados como textos y el proceso de análisis consiste en recuperar los yacimientos de significado social que contienen. Dicho de otro modo: se trata de extrapolar los resultados del análisis textual hacia las relaciones sociales involucradas en su producción y en su uso.

Por lo tanto, **se precisa un análisis directo y detallado de los contextos sociales de producción, de recepción, de sus relaciones con las instituciones y con los procesos centrales de la sociedad clasistas.** De ninguna forma los textos pueden ser sustitutos de las relaciones sociales.

6. LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

¿UNA ESCUELA DE ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN?

No existe una Escuela de Economía Política ya que los economistas políticos han sido y son los outsiders de la investigación comunicativa.

Además, **no es una corriente homogénea**. Hay diferencias en el reconocimiento de los padres fundadores según se trate de EEUU o de Europa. Así, mientras todos los investigadores norteamericanos reconocen en SMYTHE o SCHILLER los referentes fundamentales, en Europa no se da ese reconocimiento, a pesar de la influencia y el peso teórico de PETER GOLDING, GRAHAM MURDOCK, NICHOLAS GARNHAM y ARMAND MATTELART.

En otro nivel **existen también diferencias entre los investigadores de este enfoque**, en el reconocimiento de las influencias sobre su obra de las diferentes corrientes marxistas, a pesar de que todos colocan el acento en el tomo 1º de *“El Capital”* y en el *“Prólogo de Contribución a la Crítica de la Economía”*.

Las divergencias se vuelven riqueza al dotar de multiplicidad a la Economía Política de la Comunicación.

EEUU: DALLAS W. SMYTHE Y HERBERT I. SCHILLER

DALLAS W. SMYTHE fue el iniciador de la Economía Política de la Comunicación en EEUU. Fue él quien impartió el primer curso universitario en este campo y quien influyó decisivamente sobre la obra de su colega HERBERT I. SCHILLER y sobre las de sus discípulos, THOMAS GUBACK y VINCENT MOSCO.

Dos acontecimientos históricos – la Gran Depresión y el ascenso del Nazi-Fascismo – y su contacto directo con los agricultores y obreros industriales en esos años influyen sobre SMYTHE decisivamente. Él mismo afirmó siempre que su ideología marxista se desarrolló 1º por esas experiencias y luego por contactos académicos e intelectuales.

Formado académicamente en Berkeley, SMYTHE se benefició de la tolerancia universitaria de sus años de estudiante. Pudo estudiar con economistas neoclásicos y también con marxistas como M. M. KNIGHT y VEBLEN. Además, el New Deal terminó por reforzar su ideología. En esos años trabaja en los Departamentos de Agricultura y Trabajo, lo que le permite conocer de 1ª mano los informes oficiales sobre la situación económica y entrar en contacto con activistas de izquierda y sindicalistas.

En 1943 lo encontramos trabajando en la Federal Communications Commission (FCC), donde permanece hasta 1948, año en que su radical oposición al comercialismo de la radio y a la política que beneficia a las grandes redes en detrimento de las emisoras locales fuerza su salida del organismo. Aquí comienza la carrera docente de SMYTHE.

Curiosamente, los primeros cursos de Economía Política de la Comunicación se impartieron en el Institute for Communication Research de la Universidad de Illinois, un centro por WILBUR SCHRAMM. No es de extrañar que SMYTHE comenzase su carrera de forma muy cautelosa, impartiendo un curso sobre economía de la comunicación, antes de decidirse por rotular su curso como economía política de la comunicación.

En 1968, SMYTHE se vio obligado a abandonar la Universidad de Illinois por problemas políticos, regresando a Saskatchewan (Canadá), donde crea un Programa de Comunicación en la Universidad de Regina. En Illinois quedan su discípulo más aventajado, THOMAS GUBACK, y su colega HERBERT I. SCHILLER, que se hace cargo de su curso.

De regreso a EEUU en 1980, ahora en la Universidad de Temple (Philadelphia), publica su obra más importante, "**Dependency Road**" en 1981. Permaneció en Temple hasta su muerte en 1992.

SMYTHE comienza su teorización señalando que **en el marxismo occidental existe un agujero negro (blindspot) en lo que se refiere al estudio de la función que cumplen los medios para el capital**. No se identifica con ninguna de las teorizaciones marxistas europeas y sostiene que los economistas críticos tampoco han sido capaces de abordar esta cuestión, criticando específicamente los trabajos de PAUL BARAN, PAUL SWEEZY y JOHN K. GALBRAITH. Colocando en primer lugar el análisis económico, reconoce sin embargo la necesidad de explorar las zonas vacías del marxismo clásico: naturaleza del Estado capitalista moderno; papel de la ideología a la hora de reproducir relaciones de clase; posición de los intelectuales y su problemática y la formación de la conciencia en condiciones de consumo masivo.

Para SMYTHE, **la función primaria de los medios es crear bloques compactos de audiencias para venderlas a los anunciantes del capitalismo monopolista**. De este modo se asegura la propensión al consumo que, a su vez, completa el circuito de producción. Esta tesis está esbozada en su 1ª obra, "*The Structure and Policy of Electronic Communications*" (1957).

Durante los 10 años en que imparte sus cursos en Regina, la colaboración con WILLIAM LIVIANT le permite desarrollar más su tesis iniciando una viva polémica con los marxistas británicos. En 1977, la publicación de su blindspot le vale el rechazo por economista de NICHOLAS GARNHAM, PETER GOLDING y GRAHAM MURDOCK, los 3 puntuales de la Economía Política de la Comunicación en el Reino Unido, a los que replica con brillantez por su insistencia en colocar la ideología y la reproducción de la cultura en 2º término y considerar que la situación norteamericana es paradigmática.

SMYTHE sostiene que la audiencia define a los medios de comunicación de masas. Como medio necesario para el marketing, **la audiencia es la mercancía por excelencia**. Se manifiestan colectivamente con rapidez para comprar los productos publicitados a través de los medios cuyos mensajes son incitaciones al consumo, en medio de los cuales se sirve comida gratis (free lunch, la parte no comercial).

Entonces, un elemento básico en toda teoría crítica sobre la relación de las audiencias con los medios de comunicación de masas es el análisis de su papel en el plan estratégico global del anunciante para crear un mercado rentable para cada mercancía específica.

En otras palabras, hay que **establecer cuál es la estructura teórica de la relación entre la forma en que las audiencias reciben los mensajes (publicidad + free lunch) y el contenido de las acciones y relaciones en las que esos mensajes son procesados**. SMYTHE recurre aquí a la figura retórica de la relación entre la cresta de la ola y el movimiento secundario del agua en el océano. La razón por la que la audiencia funciona de forma tan efectiva y barata para los anunciantes es que la publicidad es la cresta de la ola (visible y capaz de derribarte si estás en su camino cuando rompe), pero dependiente de una subestructura en movimiento masiva y compleja.

Como SMYTHE, **HERBERT I. SCHILLER** atribuye su desarrollo teórico a su experiencia en la transformación de la economía política global y norteamericana. Formado en el City College de Nueva York como economista, 2 hechos influyen decisivamente en su carrera académica posterior: la Gran Depresión de 1929 y su trabajo en el ejército norteamericano. Destacado en Alemania durante la posguerra, es testigo directo de la reconstrucción económica del país de la mano de los mismos banqueros y empresarios que fueron un factor clave en el ascenso del nazismo.

Empieza su carrera docente en Illinois, 1° en el Departamento de Investigación Económica y luego en el Centro de Investigación de la Comunicación, donde conoce a SMYTHE y donde asume su curso de Economía Política en 1968, cuando éste se traslada a Regina. La publicación de *“Mass Communications and American Empire”* en 1969 y su activismo contra la guerra de Vietnam le cuesta su separación de esta universidad que abandona un año después para trasladarse a San Diego, donde escribe el grueso de su obra y donde permanece hasta su muerte en 2000.

En SCHILLER se notan influencias del estudio el capitalismo monopolista de PAUL BARAN y PAUL SWEEZY y de *“La Élite del Poder”* de CHARLES WRIGHT MILLS. Tal vez por ello su posición teórica es mucho más flexible que la de SMYTHE.

Su trabajo parte del análisis de la estructura económica internacional y los medios de comunicación, y hace especial hincapié en la relación entre el Estado norteamericano, las grandes empresas de comunicación y las corporaciones industriales y financieras. Examina la importancia de la comunicación para las operaciones del capital transnacional, y en particular el papel de los medios en la superación de la crisis de acumulación del capitalismo. A diferencia de SMYTHE, sigue la línea de BARAN y SWEEZY por un parte, y de WRIGHT MILLS por otra.

EUROPA: PETER GOLDING, GRAHAM MURDOCK, NICHOLAS GARNHAM Y ARMAND MATTELART

La perspectiva económica política en Europa emergió en el campo de la investigación **entre 1974 y 1983.**

Entre estos años se publican un conjunto de **obras teóricas** que contribuyeron a delimitar el campo y colocarlo dentro del mapa intelectual europeo. Así:

- *“For a Political Economy of Mass Communications”* de MURDOCK y GOLDING (1974).
- *“Capitalism, Communication and Class Relations”* de MURDOCK y GOLDING (1977).
- *“Contribution to a Political Economy of Mass Communications”* de GARNHAM (1979).
- Las introducciones de MATTELART para las recopilaciones editadas con SIEGELAUB: *“Communications and Class Struggle. Vol I: Capitalism, Imperialism”* (1979) y *“Communications and Class Struggle. Vol II: Liberation, Socialism”*.

plantearon las posiciones programáticas de la Economía Política europea.

Los trabajos que se consideran las principales aportaciones teóricas europeas a esta corriente aparecen con un notable retraso. Por lo tanto, emerge en el panorama intelectual europeo desde enfoques críticos más generales porque algunos autores que se inscriben en la sociología crítica o en otras líneas marxistas, a pesar de no reconocerse en este campo, contribuyeron decisivamente a su nacimiento y desarrollo. Es el caso de JAMES HALLORAN, KAARLE NORDESTRENG, DIETER PROKOP y HANS MAGNUS ENZESBERGER.

JAMES HALLORAN fue durante 2 décadas **director del Centro para la Investigación de la Comunicación de Masas de Leicester** y presidente de la IAMCER / AIERI durante el mismo tiempo. Puede decirse que ha influenciado los estudios sobre comunicación masiva tanto en Gran Bretaña como mundialmente. Fue en este centro de Leicester donde PETER GOLDING y GRAHAM MURDOCK iniciaron sus investigaciones económico – políticas, a pesar de que su director situó su trabajo y el de la institución en la tradición de la sociología crítica y la psicología social. De hecho, el Centro se fundó para estudiar asunto de violencia juvenil o el impacto de la TV.

Sin embargo, el centro de HALLORAN permitió la colaboración entre investigadores provenientes de otros campos. De hecho, los 2 economistas políticos publicaron con él **investigaciones sobre los problemas de la juventud, las familias o las comunidades incluyendo estudios sobre la necesidad de la comunicación en las minorías étnicas**. De esta forma, la aportación a la investigación comunicativa del Centro de Leicester ha sido muy plural.

Se suele identificar el Centro de Leicester como el gran centro de la Economía Política europea. Pero lo que parece ser un programa institucionalizado de investigación es en realidad un trabajo de 2 investigadores, en este caso GRAHAM MURDOCK y PETER GOLDING que, junto a PHILIP ELLIOT y otros colaboradores no estables, investigaron desde la perspectiva económico – política en Leicester. Este asunto se ve más claramente si se le compara con el Centro de Estudios de la Cultura Contemporánea (THOMPSON, WILLIAMS Y HALL) o con el Centro de Estudios de Comunicación Política de la Universidad de Leeds, donde trabajaban JAY G. BLUMMER y DENIS McQUAIL.

KAARLE NORDESTRENG, que junto a TAPIO VARIS formó la Escuela de Tampere, ha tenido también una notable influencia en el desarrollo de la Economía Política europea tanto por sus **trabajos sobre la comunicación internacional**, como por su activismo político en los años en que fue presidente de la Organización Internacional de Periodistas (OIP) y director de *“El Periodista Demócrata”*. Su activa participación en los debates sobre el NOMIC, en cuyo proceso de reflexión teórica colabora con los economistas políticos de todo el mundo, le ha convertido en un punto de referencia.

A pesar de estas colaboraciones y de su inscripción teórica en el marxismo, NORDESTRENG es **partidario de una teoría holística de la sociedad y de una visión normativa centrada en el valor de la equidad o la igualdad social**. Prefiere hablar de una política crítica de la sociedad antes que de una Economía Política de la Comunicación.

Los *“Elementos para una Teoría de los Medios”* de **ENZESBERGER** ofrece uno de los primeros intentos por completar las categorías vacías del marxismo, mediante una **teoría en la que se acentúan las relaciones de clase, el conflicto y las características contradictorias y subversivas de los medios de comunicación de masas**.

PROKOP, por su parte, ha realizado estudios sobre Economía Política de los medios **conectando el estudio de los negocios de la comunicación con la posición teórica de la Escuela de Frankfurt**.

Las **figuras centrales de la Economía Política de la Comunicación en Europa** son PETER GOLDING, GRAHAM MURDOCK, NICHOLAS GARNHAM y ARMAND MATTELART.

Formando en la London School of Economics, **MURDOCK** comenzó su carrera aplicando su formación a la **comprensión de la vida cultural**. Específicamente, en los años 60 en Sussex, escribió sobre el auge de Nueva York y el declive de París en la cúspide del mercado artístico. Su interés en la cultura popular y juvenil le llevó a Leicester, donde durante 2 décadas trabajó en la sociología crítica y la Economía Política de la Comunicación. Recientemente ha dejado este centro para unirse a GOLDING en la Universidad de Loughborough.

GOLDING se trasladó a Loughborough después de su paso por Leicester. Formado en Sociología, **se ha ocupado de las dimensiones de la política social de la comunicación**. Ha trabajado especialmente en asuntos relacionados con el cine. Editor y fundador de "*Media, Culture and Society*", pasó gran parte de su carrera en la Universidad de Westminster (antes Central London Politecnico).

En Westminster permanece **NICHOLAS GARNHAM**. Formado también como economista en la London School of Economics, ha visto influenciado su trabajo por su primitiva asociación con RAYMOND WILLIAMS y por su **implicación directa en el debate británico sobre los medios**.

ARMAND MATTELART, formado en Derecho y Economía Política en la Universidad de Lovaina y en la Sorbona, fue luego profesor en Chile desde 1962 a 1973. Durante estos años, se formó su pensamiento tanto por el contacto con esa realidad como con SMYTHE y SCHILLER, que pasaron tiempo en la región analizando el impacto de los medios norteamericanos. MATTELART reconoce también la influencia de los estudios sobre la industria cultural francesa desarrollados por EDGAR MORIN. En 1973, regreso a Francia para incorporarse a la Universidad de Rennes. Desde 1996 es profesor de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de París VIII.

Aunque difieren en algunos aspectos, el trabajo de estos 4 investigadores comparte un **interés por hacer un uso crítico de la teoría marxista en sus diferentes lecturas para comprender la comunicación, los medios de comunicación de masas y las prácticas culturales**.

MURDOCK y **GOLDING**, estudiando los medios británicos, **analizan los procesos de consolidación y concentración en marcha en los campos de la publicidad, edición, prensa, radio, TV, cine e industria discográfica**.

Además de un estudio de concentración de medios, integración y diversificación, también analizan lo que en aquel momento era una tendencia incipiente: la **internacionalización de los medios en los países centrales**. Finalmente, asumen las implicaciones más amplias de estos procesos incluyendo la restricción de las opciones en ocio e información. Su trabajo es uno de los más tempranos **análisis sobre el poder comercial de los medios de comunicación de masas**. Presenta una serie de conclusiones muy matizadas, colocadas dentro de una posición inclusiva: **describir e interpretar los intereses económicos de la concentración multimedia no es sugerir una relación determinista, sino plantear los límites dentro de los cuales opera la cultura mediada. La producción cultural conserva una autonomía real derivada de la tradición de las ideologías ocupacionales y de la tolerancia típica del consenso liberal**.

Para ellos, el análisis de la industria cultural realizado por la Escuela de Frankfurt proporciona uno de las primeras vías para conectar el legado marxista y el estudio de la comunicación masiva. Por ello, comienzan su descripción de las teorías marxistas y su aplicación a los

análisis culturales resaltando la contribución de HORKHEIMER y MARCUSE en el Instituto de Investigaciones Sociales y el trabajo de ADORNO sobre la industria musical. Concluyen que la insistencia de ADORNO en que el proceso de dominación cultural tiene sus raíces en las dinámicas económicas de la industria de la cultura, es un punto de partida indispensable para cualquier análisis marxista. Sin embargo, señalan que se trata solamente de un punto de partida y critican la miopía de los estudios frankfurtianos al asegurar que la base capitalista de la industria de la cultura es necesariamente de formas culturales que son consonantes con la ideología dominante.

GARNHAM aplaude también la forma particular en que la Escuela de Frankfurt de los primeros tiempos distinguía la relación entre la base y la superestructura, afirmando que **bajo los monopolios, la superestructura se ve invadida por la base, se industrializa y se borra con ello la separación entre ambas mediante un colapso en la base**. GARNHAM retoma este asunto para oponerse a los postalthusserianos de los Estudios Culturales y concluye que estamos observando la transformación de la base en otro discurso superestructural autónomo. Sin embargo también critica la tradición frankfurtiana sobre este asunto. Afirma que la verdadera debilidad de Frankfurt no fue su fracaso por darse cuenta de la importancia de la base o la preeminencia de lo económico sino la insuficiencia en explicar la naturaleza contradictoria, económicamente hablando, del proceso que observaron.

La influencia de la Escuela de Frankfurt es menor en **MATTELART**, en quien se nota una profunda lectura de EDGAR MORIN. El belga está más preocupado por el pensamiento antiimperialista que por los problemas analizados por ADORNO. Por otra parte, MATTELART sostiene que uno de los problemas centrales de la investigación de la comunicación de masas en Francia es que muy poco del trabajo realizado por intelectuales como ALTHUSSER o BARTHES, que influyeron muchísimo en la investigación comunicativa francesa, tiene influencias frankfurtianas. No será hasta los años 80 que la traducción al francés de los trabajos de HABERMAS contribuya a la adecuada y necesaria conexión con la Escuela de Frankfurt. En cualquier caso, como sus homólogos británicos, deja de lado desde el principio las posiciones althusserianas.

Todos los economistas políticos europeos reconocen que su principal referencia teórica es “El Capital”. **GOLDING** y **MURDOCK** lo consideran el punto de partida más obvio para una Economía Política de la Comunicación: **los medios de comunicación de masas son organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías.** **GARNHAM**, poniendo en duda las tesis de ALTHUSSER y POULANTZAS sobre la autonomía de la superestructura, afirma que **los medios de masas son 1º entidades económicas con un papel directamente económico como creadores de valores de plusvalía a través de la producción de mercancías e intercambio y un papel indirecto a través de la publicidad en la creación de valores de plusvalía en otros sectores de producción de mercancías.** Más que una autonomía relativa lo que se da es un entreveramiento muy íntimo de las formas económicas, políticas e ideológicas de los mensajes. Todos estos factores están involucrados en una tendencia abstracta y generalizadora a reducir todo a un valor de intercambio que GARNHAM percibe como la idea central de MARX en el modo capitalista de producción.

Basándose también en esta obra, **MATTELART delimita las dimensiones del modo de producción capitalista en el sector de los medios de comunicación de masas:** producción de instrumentos (máquinas utilizadas para transmitir información); métodos de trabajo (géneros específicos de práctica, códigos...) y relaciones de producción (relaciones de propiedad, transmisor – receptor, división del trabajo, formas organizacionales y prácticas).

Para todos los economistas políticos europeos **las relaciones de clase son un elemento central del análisis**, aunque ven la articulación de relaciones de clase como un conjunto de procesos complejos y contradictorios, entre los que destaca la relación entre los empresarios de comunicación y las clases capitalistas en general; la relación entre los directivos de las industrias que los medios y las actividades concretas de aquellos que realmente producen los medios: formas específicas del proceso de trabajo y las dinámicas de recepción. En otras palabras, **cómo la gente adopta, reconstruye y resiste la gama de significados implicados en las mercancías culturales.**

A pesar del poder del capital, cada uno de estos momentos en la valorización está marcado por contradicciones. Por una parte, **el capital tiene poder para absorber lo social (incluyendo la comunicación); pero no hay una correspondencia automática entre la lógica del capital con la producción y reproducción cultural.** GARNHAM ha subrayado que al final esto no ocurre así. Aunque el capital controle la producción cultural, no por ello se puede concluir que las mercancías culturales necesariamente apoyen, ni en su contenido explícito ni en su modo de apropiación cultural, la ideología dominante.

CLASE, LUCHA DE CLASES, BASE Y SUPERESTRUCTURA EN LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

Partimos de la tesis de que **los procesos histórico – materiales que se inscriben en el desarrollo de las diversas formaciones sociales tienen como fundamento explicativo las determinaciones estructurales de la producción material.** Rechazamos por lo tanto la visión idealista de la cultura y de los procesos comunicativos en la que el análisis separa cultura y medios de su base terrenal enfatizando los aspectos subjetivos o superestructurales. Las relaciones económicas deben aparecer en el lugar principal con respecto a otras interacciones que se dan en el sistema capitalista. La estructura económica determina la reproducción permanente de la formación socioeconómica capitalista en su conjunto. Dicho de otro modo, los investigadores de la comunicación masiva deben centrar su atención a las formas en las cuales las organizaciones económicas y las dinámicas de producción de los medios determinan la naturaleza y el rango de la emisión resultante.

Una vez establecida la prioridad analítica, hay que **esquivar los peligros que se derivan de algunas conceptualizaciones de la corriente marxista** como las interpretaciones reduccionistas de MILIBAND o las que proclaman la autonomía total de la superestructura sobre la estructura de POULANTZAS y ALTHUSSER.

MILIBAND realizó una lectura no problemática del modelo estructura – superestructura a partir de una lectura parcial de “La ideología alemana”, de lo que se deduce simplemente que **los medios de comunicación de masas son instrumentos ideológicos del dominio de las clases en el poder, que los utilizan a través de la propiedad directa (medios privados) o indirecta mediante el control del Estado (medios público).** Con ello se cae en el error de ignorar tanto los efectos concretos de la subordinación de la producción y de la reproducción cultural a la lógica global de la producción capitalista de mercancías, como la especificación de las diferentes y cambiantes relaciones entre los niveles económico, ideológico y político en el marco de cada momento histórico concreto.

ALTHUSSER, en gran medida como reacción a la posición anterior y sobre el papel de los medios de comunicación de masas, **elaboró una interpretación basada en la relativa autonomía de la superestructura y, dentro de ella, de los niveles ideológicos y político.** Esa relativa autonomía de la superestructura termina por negar la determinación económica porque la última instancia de la subordinación de la superestructura a la estructura no llega nunca. De esta forma, ALTHUSSER entroncó entonces con los primeros análisis de la Escuela de Frankfurt sobre la importancia de la superestructura y la mediación, pero – señala

GARNHAM – al tiempo prescindió negativamente de un elemento crucial de las posiciones originarias frankfurtianas: en la época del capitalismo monopolista, la superestructura se industrializa. En otras palabras, **la estructura económica invade la superestructura borrando la distinción entre ambas, pero no porque lo político y lo ideológico se independicen en mayor o menor grado, sino porque son englobados en la estructura.**

Para esquivar los peligros de ambas interpretaciones, GARNHAM propone evitar todo enfoque dualista que explique la relación estructura – superestructura como dimensiones reductibles y que no se encamine a su estudio como procesos sociales recíprocos históricamente determinados. Por lo tanto, la única forma de salvar estos problemas es la **articulación de una Economía Política de la Comunicación que de cuenta de su función económica, de su comportamiento social y sus repercusiones para la reproducción de las relaciones sociales de producción capitalista.** Se trata de leer de otra manera *“La ideología alemana”*, observando la dinámica del control de los medios de producción intelectual.

Leer de otra forma *“La ideología alemana”* y en general no hacer una lectura reduccionista o althusseriana de los textos de MARX significa que todas las formas de subordinación y sus correspondientes prácticas culturales se fundan en un modo de producción capitalista. Es decir, **hay que dar prioridad analítica a la producción cultural sobre el consumo y a las prácticas de trabajo sobre las culturales y de esparcimiento.**

En la era de los grandes conglomerados empresariales y de la desregulación – privatización se ha dado una paradójica coincidencia entre los sectores más conservadores de la comunidad científica (el **Funcionalismo**) y los en teoría más progresistas (los **Estudios Culturales**). Ambos coinciden en que **los medios de comunicación de masas han de analizarse independientemente de las relaciones de poder, o bien en que los medios están situados en un modo de sociedad en la que el poder está muy disperso.**

Algunos culturalistas, tomando a FOUCAULT como referente, no tienen problemas para afirmar que **los medios de comunicación se pueden considerar en el contexto de la lucha social,** pero puestos en relación con la explotación patriarcal y no con la explotación de clase. De ahí se sigue fácilmente hasta el territorio de FISKE. Su democracia semiótica y su concepción de la cultura como forma de resistencia cultural. FISKE considera que **en la democracia semiótica, las personas provenientes de una amplísima gama de subculturas y grupos construyen sus propios significados dentro de una economía cultural autónoma,** sosteniendo así una tesis muy similar a la de la dispersión foucaultiana del poder.

Frente a la consideración de los individuos como consumidores, se sostiene que **los individuos son productores antes que consumidores porque para consumir entran necesariamente en una relación de producción económica.** Centrarse en el consumo y en la recepción, y en el momento de la interpretación, es exagerar las libertades del consumo y de la vida cotidiana.

Para la Economía Política de la Comunicación, **todas las mercancías tienen un valor de uso** (deben satisfacer una necesidad u ofrecer algún placer). No existe una relación simple entre las relaciones de poder desiguales arraigadas en la producción, la distribución y el consumo de formas culturales en tanto que mercancías y el valor de uso que esas mercancías tienen para el consumidor. No es simple, pero la relación existe: un grupo social restringido con fines políticos o económicos determinan qué sentidos circulan y cuáles no, qué relatos se pueden contar y cuáles no, sobre qué se puede contar y sobre qué no, a qué argumentos se les da más peso, qué recursos culturales se encuentran disponibles y para quién.

Es vital **establecer las relaciones de poder implicadas en la cultura y su vinculación con estructuras de dominación más amplias.** De ahí que se sostenga que la cuestión de la determinación económica es básica para este análisis.

La condición postmoderna consistiría en la extraordinaria capacidad de las instituciones contemporáneas para ejercer control, no como una clase frente a otra, sino como un conjunto de agencias dispersas aunque unidas por su pertenencia al bloque de poder, por su coherencia con ciertos objetivos y, sobre todo, por el uso de discursos diversificados y sutiles. De acuerdo con LYOTARD, una de las características básicas de la postmodernidad es que existe una pluralidad de discursos: uno referido al género, otro a la etnia, otro al trabajo, otro a la cultura, otro a la democracia... Cada uno de estos discursos, aparentemente desconectados entre sí conllevan un conjunto de relaciones diferentes y de conocimientos con una aplicación inmediata a los ámbitos y sujetos específicos a los que van dirigidos. Entonces, **el desafío para los medios de comunicación es la diversificación del poder, de los lugares desde donde se ejerce y los tipos que de éste se aplican**. En conclusión: generar contrapoder requiere un esfuerzo múltiple, de distintas proporciones y direccionalidades, siempre con la idea clara de que hay que actuar localmente, pero pensando globalmente. Esta mezcolanza teórica resulta inaceptable para la Economía Política de la Comunicación.

Cualquier análisis de las formas en las que los medios de comunicación de masas funcionan como agencias ideológicas que no ponga atención a los determinantes económicos que encierra la producción tiende a ser parcial, como afirmaron GOLDING y MURDOCK en su réplica a Hall.

Cuando GOLDING y MURDOCK escriben esto, se está entrando en una **nueva fase de conglomeración de la industria de la comunicación**. El centro de gravedad del análisis marxista europeo debía desplazarse del papel del Estado y de los medios controlados por éste al papel de los conglomerados. De ahí que su trabajo proteste por la supresión de la determinación económica en el marxismo académico británico de esos años, capitaneado ya por los Estudios Culturales.

Evidentemente, **el enfoque funcionalista niega toda validez al análisis marxista, defendiendo que la economía apenas influye en los medios**, de forma que no puede considerarse que sea una fuente de control cultural. Es lógico en una concepción en la que los lazos entre la esfera de lo económico y la esfera cultural están rotos.

La lucha contra el reduccionismo produjo un desplazamiento erróneo de la cuestión de la determinación. Afirmando mantenerse dentro del marxismo, los culturalistas redujeron la relación estructura – superestructura a una mera condición ritual para comenzar el análisis. Así, el Centro de Birmingham declaraba tener como objetivo principal el desarrollo de teorías de las formaciones culturales e ideológicas dentro de un cuadro marxista, sin recurrir al economicismo ni al idealismo. Sin embargo, figuras tan destacadas como EDWARD THOMPSON terminaron por rechazar la metáfora central del marxismo, reemplazándola con una concepción económica de la cultura como dominios adyacentes que interactúan dialécticamente.

RAYMOND WILLIAMS, por su parte, afirma en *“The Long Revolution”* (1965) que **existen 3 procesos que definen la textura y el tiempo de la experiencia contemporánea: la revolución de la cultura, la de la industria y la de la política**. Las 3 están en permanente interacción y se relacionan dialécticamente sin que ninguna ejerza una influencia determinante sobre las otras. Pero en sus obras posteriores, se sumerge en una permanente contradicción: mientras en las obras más teóricas sostiene la imposibilidad de establecer relaciones de 2º orden entre la producción cultural y las rutinas económicas, en sus estudios sobre los medios reconoce que las rutinas económicas son las fundamentales, aunque sin afirmarlo explícitamente.

GRAMSCI y **ALTHUSSER** consideran que **la cultura y la ideología han ido ocupando un papel cada vez más central en el mantenimiento de las relaciones de producción en el capitalismo moderno**. Ambos enfatizan la **autonomía de la ideología** (que tiene sus propias dinámicas y su propia y única eficacia). Esto permite a HALL hacer un análisis de los medios

de comunicación de masas desligado de la determinación económica. Así sostiene que la cuestión de la determinación económica debe ser dejada a un lado, en tanto que los medios son exclusivamente aparatos ideológicos.

Sostenemos con GOLDING y MURDOCK que **los medios como aparatos ideológicos sólo pueden entenderse desde la determinación económica**. Si se realiza un análisis de la evolución histórica de la industria de la comunicación en los países centrales y en los países periféricos y se observa la subordinación de los segundos a los primeros (imperialismo / dependencia), la tesis de HALL no se sostiene. Tal vez por ello HALL no hace nunca análisis históricos, proporcionando una visión parcial y truncada.

En definitiva, **centrarse en los medios de comunicación como aparatos ideológicos del Estado, desplazando del centro del análisis la cuestión de la determinación desemboca en análisis parciales en los que no se da importancia a la interpenetración de los distintos sectores de los medios y del sector de la industria comunicativa con otros sectores de la gran industria, ni a la transnacionalización**. Ignorar ese proceso lleva a no poder establecer su influencia para la estructura de control y para el rango y las formas de las producciones resultantes.

Muy al contrario, **la Economía Política de la Comunicación reconoce la importancia del factor ideológico, pero ligado a la idea de que los medios son antes que nada organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías en el capitalismo**.

7. EL SISTEMA INTERNACIONAL

¿UN MUNDO SIN DIFERENCIAS?

Una palabra ha alcanzado la categoría de talismán: **globalización**. A su paso han caído todas las barreras y las diferencias entre países se están igualando a toda velocidad gracias al triunfo definitivo del libre mercado, a la **mundialización de la economía**.

De los gobiernos se espera que se limiten al papel de gestores, mientras que el verdadero gobierno recae en los mercados. Del Estado se exige la apertura de la economía nacional al comercio mundial, reducción de los déficits, el gasto y los impuestos, privatizaciones masivas y políticas de ahorro a todos los niveles.

En este mundo global, **el sector de más desarrollo en los países más avanzados es el de la comunicación y de forma muy especial, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)**. La sociedad global presenta así el mercado como religión para un planeta arropado por las autopistas de la información, cuya 1ª experiencia es la Red Internet. Las redes de información son, por lo tanto, la otra pata sobre la que se asienta la globalización. Y, no podía ser de otra manera, si la competencia y la competitividad exigen de los gobiernos las políticas descritas, las TIC demandan también un cambio institucional.

Toda defensa de la industria nacional (sea en el sector que sea) se reduce a la **defensa de algunos empresarios con argumentos nacionalistas**. Éstos además están ciegos porque no han sido capaces de ver la marea revolucionaria que se les viene encima. Como la burguesía francesa de 1789, los ciudadanos, felices con las TIC, son los verdaderos artífices de la globalización y, de ningún modo es cierto, que estemos en una plutocracia tecnitrónica dominada por grandes transnacionales porque la globalización la imponemos los individuos, no las empresas por muy multinacionales que sean.

Esta visión optimista de la globalización tiene también su historia. En realidad, los ciudadanos de todos los rincones del planeta están ahora imponiendo la globalización gracias a la **desaparición de las barreras reguladoras y de las barreras políticas que se oponían al pleno desarrollo de los acuerdos firmados en Bretton Woods en 1944**. A ello han contribuido de forma decisiva la creación de la Organización Mundial del Comercio, tras la firma en Marrakech (1994) del acuerdo de la Ronda Uruguay del GATT y – en el orden político – la caída del muro de Berlín (1999) y la desaparición posterior de la Unión Soviética. Gracias a estos 2 acontecimientos han podido incorporarse a la fiesta de la libertad mundial de comercio los países del antiguo bloque comunista y el Tercer Mundo.

Ya no hay economías nacionales que dependen de un polo geopolítico, ni situaciones de dependencia colonial o neocolonial. **Las zonas de libre comercio se amplían**: EEUU, Canadá y México crean el TLC, la UE se amplía hacia el Norte, Centro y – dentro de pocos años – Este de Europa, nace el MERCOSUR en América Latina, Japón impulsa una zona de libre comercio en el Índico... (Desaparecido el Pacto de Varsovia, la OTAN se transforma en una organización para el mantenimiento de la paz mundial y la ayuda humanitaria allá donde se necesite). Todo de una forma transparente porque la información circula por todo el mundo a la velocidad de la luz.

Así pues estamos jugando un nuevo juego que empieza ahora y que no hunde sus raíces en el pasado. **La globalización ha traído consigo una ruptura histórica**. Después del espectacular hundimiento de la Unión Soviética, los conflictos sociales de envergadura quedan para siempre en el pasado. Por lo tanto, de éste sólo hay que recuperar a aquellos observadores que predijeron las bondades del sistema global en el que ya vivimos: DANIEL BELL, FRANCIS FUKUYAMA y más recientemente, ALVIN TOFFLER.

Todos ellos pretenden **reforzar la ideología capitalista manteniendo la tesis de que la humanidad está llegando, o ha llegado ya, a su estadio superior, superando las contradicciones y las rupturas estructurales.** Aunque algunos problemas se mantienen y aparecen otros nuevos, estamos en una época más libre del progreso y podemos ya dedicarnos al propio perfeccionamiento. En otras palabras: la humanidad en la antesala del paraíso.

DANIEL BELL fue el 1º en sugerir que **se estaba llegando a un nuevo tipo de sociedad y que, el elemento clave para ese cambio, era la tecnología de la información.** El término se había usado anteriormente, pero será él quien haga popular la noción de la **sociedad postindustrial**: las sociedades avanzadas han dejado atrás una era histórica que podía definirse como industrial. Se estaba produciendo una transformación fundamental de manera que la base sobre la que se asentaba el progreso era ya el conocimiento científico.

FUKUYAMA, por su parte, **dice que a medida que la humanidad se aproxima al fin del milenio, las crisis paralelas del autoritarismo y del socialismo centralizado dejarán en el ring a un solo competidor, como una ideología de validez potencialmente universal: la democracia liberal, la doctrina de la libertad individual y de la soberanía popular.** Doscientos años después de haber dado vida a las revoluciones francesa y americana, los principios de libertad y de igualdad se mostraron no sólo duraderos sino también resurgentes. El éxito de la democracia en una extensa variedad de lugares y entre muchos pueblos diferentes indicaría que los principios de libertad y de igualdad en los que se basan no son accidentes o resultados del preconceito etnocéntrico, sino que son en verdad descubrimientos sobre la naturaleza del hombre, cuya verdad no disminuye sino que se vuelve más evidente a medida que el punto de vista se vuelve más cosmopolita.

Y para **TOFFLER**, **la sociedad del ordenador es una Tercera Ola que sustituye a la sociedad industrial**, que a su vez sucedió a la era agrícola.

En definitiva, todo lo anterior ya no vale. **Todo análisis crítico de la sociedad industrial ya no es válido para analizar esta nueva etapa.**

Sin embargo, todas estas tesis, habituales en los discursos de los llamados global leaders y suscritas de forma entusiasta en amplios sectores académicos, no resisten un análisis científico. A pesar de que hoy es bastante corriente escuchar a los teóricos de las relaciones internacionales que los modelos centro – periferia o la Teoría de la Dependencia o la Teoría del Imperialismo han quedado borradas del mapa por la realidad de la globalización, **el perfil del sistema internacional tiene ahora diferencias todavía más lacerantes que en etapas anteriores.** Eso sí: las diferencias pueden maquillarse mucho mejor gracias a la explosión de los nuevos medios de información.

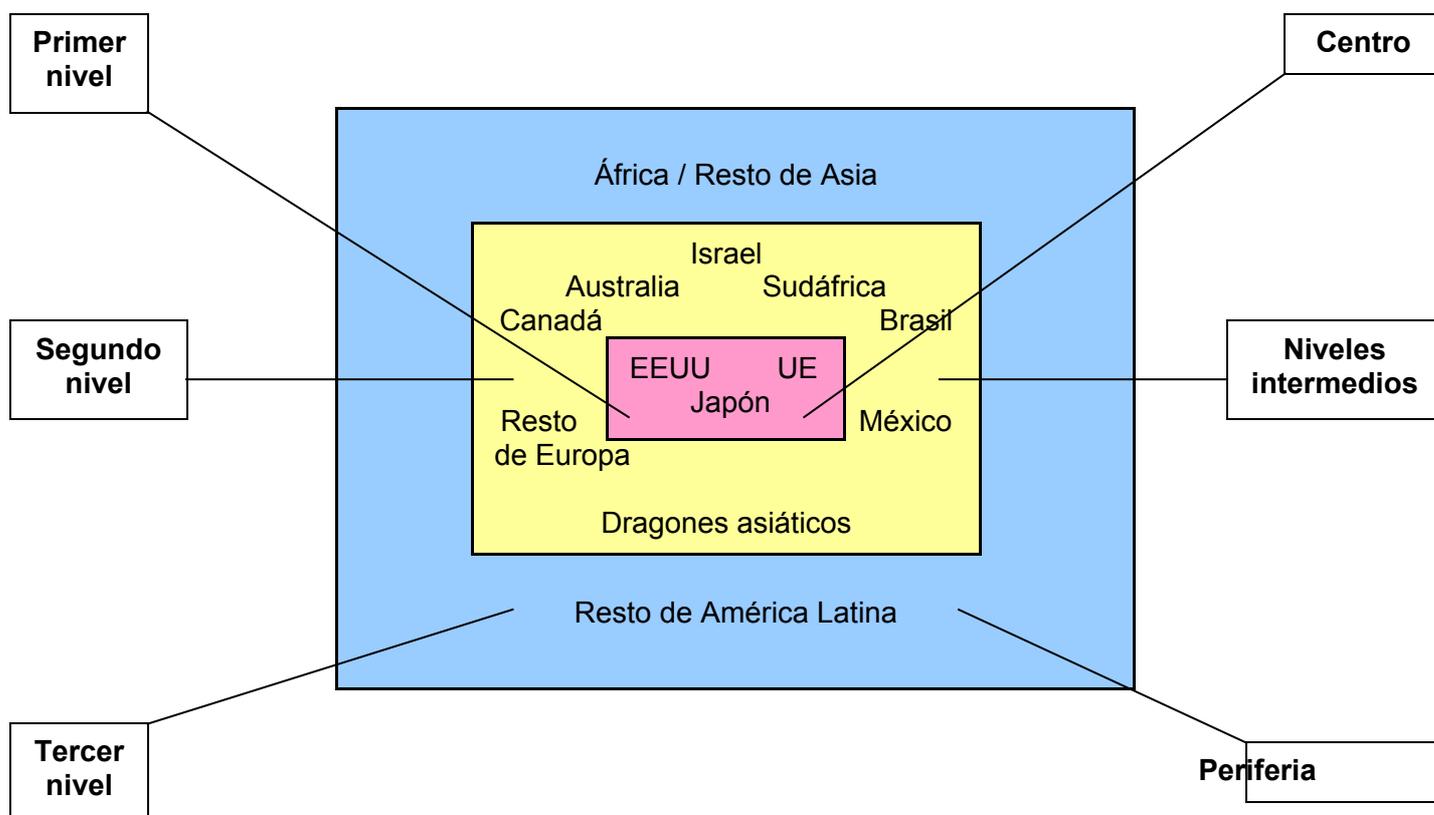
CENTRO Y PERIFERIA

El sistema internacional sigue mostrando una **división entre países centrales y países periféricos, organizada jerárquicamente.**

El centro está constituido por el bloque EEUU / Europa / Japón, y la periferia es una prolongación jerarquizada en la que se integran la mayoría de los países de África, América Latina, Asia y Oceanía. No obstante, en la actualidad hay que llevar a cabo una redefinición de ambos bloques. La división centro – periferia y la jerarquización impuesta por los centros hacen que el modelo siga siendo válido, pero los bloques no son exactamente los mismos.

Así se puede clasificar el centro en un primer nivel en el que se encuentran EEUU, la UE y Japón, y un 2º nivel en el que se enmarcan el resto de Europa (excluidos los antiguos sistemas socialistas), Canadá, Australia, Israel, los Dragones Asiáticos (con muchas reservas sobre la distribución interna del ingreso nacional), África del Sur o Nueva Zelanda. En la periferia, América Latina presenta 2 países con niveles de desarrollo que les acercan al centro como México y Brasil aunque se trata de una posición favorable sólo para la élite nacional. En Chile, llamado el jaguar de América Latina, ocurre otro tanto.

En cualquier caso, la regla de funcionamiento sigue siendo la misma: **la evolución del sistema capitalista mundial desborda las fronteras de los centros, creando una red de relaciones económicas en la que los países periféricos dependen de los países centrales. Mientras el centro se desarrolla, la periferia permanece anclada en la dependencia.** Y esto es así por mucho que las políticas neoliberales permitan a ciertos países dependientes mostrar indicadores macroeconómicos excelentes. ¿Qué se dice de la redistribución de la riqueza?



La dependencia fue definida en los años 70 como una situación en la cual la economía de determinados países está condicionada por el desarrollo y la expansión de otra economía, a la que están sometidas las primeras. La relación de interdependencia entre 2 o más países y entre éstos y el comercio mundial, toma la forma de dependencia cuando algunas naciones, las dominantes, pueden expandirse y ser autogeneradoras, en tanto que otras naciones, las dependientes, sólo pueden hacerlo como reflejo de esa expansión.

Tal vez esa definición no sea por completo aplicable en la actualidad, pero las unidades nacionales siguen sin ser autónomas. El sistema internacional no puede dividirse simplemente en naciones desarrolladas y naciones atrasadas sin más. **Las unidades del sistema están en permanente interacción, relacionándose de forma asimétrica,** en tanto que mientras un país o grupo de países se desarrolla, su mismo proceso de avance tiene influencia, positiva o negativa, en el desarrollo de las naciones vinculadas con ese país o grupo de países.

En el **sistema internacional** hay que diferenciar entre:

- **Unidades centrales** que ocupan una posición privilegiada en el sistema. Esta categoría agrupa tanto a los tipos de desarrollo capitalista inicial como a los que, aún teniendo un desarrollo capitalista tardío, se han convertido igualmente en países dominantes.
- **Unidades dependientes** que se incorporan al sistema de intercambio mundial como consecuencia de la expansión hacia el exterior de las naciones que se desarrollan 1°.

Estamos en una **fase de desarrollo del capitalismo monopolista que hunde sus raíces en el colonialismo**. Desde esos años, se ha llegado a una reproducción periférica del sistema de los centros, estableciéndose una relación de dependencia. El poder económico de los centros se expresa como dominación social en la que se impone el modo de producción capitalista. El proceso de desarrollo de la periferia la ha conducido a una situación de subdesarrollo autosostenido, dada su vinculación específica al sistema internacional de comercio. La modernización capitalista ha determinado la naturaleza más compleja y profunda de las relaciones de dependencia y consolidado unas estructuras internas de dominación social que hacen imposible resolver políticamente los problemas del desarrollo nacional.

En el sistema internacional, los centros impusieron un tipo de desarrollo en la periferia de acuerdo con las exigencias del modelo de desarrollo central. Los procesos de urbanización, el paso de la industria manufacturera a la de bienes intermedios, la modificación de la estructura importadora y la propia organización social que lleva a la reestructuración del aparato de poder responde a las necesidades de las unidades desarrolladas. Así, la introducción de nuevas tecnologías, mediante transferencias centro – periferia tiene que ver con el avance científico y con la función específica que a cada tecnología han ido asignando los centros.

El centro de modernización tomó un carácter diferente en el centro y en la periferia. Mientras la modernización supone claros avances en las naciones centrales, en las periféricas termina por aprisionarlas en el subdesarrollo al estar cada realidad nacional condicionada por factores externos de manera mucho más profunda y distinta que la prevaleciente hasta el inicio de la II GM.

En la práctica, **la modernización dependiente supuso:**

- Asignación de un papel misional a las grandes potencias.
- Autocontrol político de las clases dominadas, supuestamente dispuestas a los sacrificios.
- Mitificación de las transferencias de capital y tecnología.
- Viabilidad política de un proceso de desarrollo sin cambios estructurales y sin participación popular efectiva.

Desde 1945 hasta 1970, el modelo de desarrollo impuesto por los centros incidió notablemente en los procesos de desarrollo impulsados en la periferia, delimitando:

- Desequilibrios internos, producidos por los procesos de urbanización y la sustitución de importaciones (1° de bienes de consumo y luego de bienes intermedios y de capital). La imposición de este modelo como ideal supuso grandes facilidades para la penetración transnacional, en tanto que la explosión tecnológica terminó por adoptar la forma de colonialismo tecnológico.
- La forma especial que adopta la industrialización (tecnología compleja y producción a escala). El rápido desarrollo tecnológico en los centros vino a bloquear la posibilidad de desarrollo científico, puesto que el progreso se había iniciado y consolidado en las metrópolis.

La implantación de nuevas tecnologías se llevó a cabo con los patrones e intereses de los centros y con evaluaciones de costos igualmente verticales y unilaterales.

- La transformación del sistema internacional de comercio. El poder creciente de las transnacionales convulsionó las estructuras comerciales conocidas hasta entonces y, en esa evolución, la expansión del mercado pasa a ser la línea de acción prioritaria.

El sistema internacional está, por lo tanto, estructurado sobre unos ejes que delimitan la existencia de países que se benefician del orden impuesto en el sistema y de países que se encuentran en franca desventaja con respecto a los primeros. Pero no se trata de una mera diferencia de grados de desarrollo.

La interrelación de los elementos del sistema hace que, para que éste funcione, las relaciones entre países sean necesariamente relaciones de dominio. En otras palabras, el orden internacional impuesto por las naciones privilegiadas precisa de la existencia de naciones perjudicadas.

EL ESTADO GLOBAL

HEINZ DIETRICH radicaliza todavía más el análisis precedente. Para él, efectivamente **existe un Estado Global cuyo gobierno no es el primer nivel central del modelo centro periferia, sino el G – 7, cuya estructura ejecutiva se articula en 4 brazos: económico, político, social / ideológico y militar.**

EL ESTADO GLOBAL G – 7 (Gabinete) Estructura ejecutiva

Económica	Política	Social / Ideológica	Militar
BM	ONU	ONU	OTAN
FMI	Consejo de Seguridad	Asamblea General	
OCDE		UNESCO	
OMC		PNUD	
		PNUMA	

Regiones

Asia	América Latina	Europa del Este	África
-------------	-----------------------	------------------------	---------------

- **Estructura ejecutiva económica** → formada por los organismos económicos del Sistema de Naciones Unidas como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, la Organización Mundial de Comercio y la OCDE.
- **Estructura ejecutiva política** → formada por el Consejo de Seguridad de la ONU.
- **Estructura ejecutiva social / ideológica** → formada por los organismos de las Naciones Unidas donde no existe derecho a veto, reservado al Consejo de Seguridad, como la Asamblea General, la UNESCO y la OIT y los programas de ayuda al desarrollo como el PNUMA y el PNUD.
- **Estructura ejecutiva militar** → formada por la Organización del Tratado del Atlántico Norte.

Este gobierno global domina mediante su estructura ejecutiva al resto del mundo que clasifica en regiones: Europa Oriental, Asia, África y América Latina.

Una buena muestra de cómo funciona este Estado Global es el **proyecto del Acuerdo Mundial sobre Inversiones (AMI)**. Independientemente de que este acuerdo salga o no adelante en él, encontramos las líneas maestras de lo que será el futuro. Es decir, se trate del AMI o de cualquier otro proyecto del gobierno del Estado Global, las posibilidades de defensa de los más desfavorecidos frente a cualquier medida tomada desde arriba son muy pocas.

Desde el mes de febrero de 1988, "*Le Monde Diplomatique*" viene publicando una serie de trabajos sobre este proyecto discutido casi de forma clandestina en la sede parisina de la OCDE. Se trata de un texto de contenido ultraliberal que va acompañado de un bloqueo jurídico contra los Estados. Los procedimientos y mecanismos que prevé son restrictivos para los gobiernos, mientras que dejan total libertad a los inversores mundiales. El sistema previsto tiene varios **mecanismos de cierre**:

- **Primer mecanismo:** el AMI tendría el rango de tratado internacional, es decir, para casi todas las legislaciones nacionales un valor superior al de la ley.
- **Segundo mecanismo:** el tratado impone a los Estados la sumisión incondicional a un arbitraje internacional en caso de litigio.
- **Tercer mecanismo:** limitación de las posibilidades de formular excepciones al tratado.
- **Cuarto mecanismo:** medidas de statu quo o de desmantelamiento.

Lo que en la práctica supone:

- El tratado se convierte en la regla de referencia y sitúa como subsidiarios a los tratados bilaterales o multilaterales, incluidos los que rigen construcciones regionales como la UE. Los parlamentos nacionales no podrán adoptar un texto que vaya en contra de estas disposiciones. En definitiva: pérdida de la soberanía nacional y burla a la democracia parlamentaria.
- Los Estados no podrán plantear conflictos nada más que a otros Estados. No se contempla la posibilidad de una acción estatal contra una empresa transnacional porque de lo que se trata es de facilitar por completo el movimiento de estas grandes empresas.
- Sólo pueden formularse excepciones en el terreno de la seguridad y la defensa. No se permite a las empresas públicas establecer precios diferentes, según los mercados, en función de consideraciones no económicas. Los servicios públicos pierden toda capacidad de maniobra social. Y, en el terreno que nos ocupa, la excepción cultural con la que se ha pretendido frenar la liberalización total de la industria audiovisual, pierde toda su fuerza.
- Cada Estado deberá enumerar sus normas que no sean conformes a la libertad total de inversión y no sólo de forma precisa y limitativa, sino también definitiva ya que después no se podrá efectuar ninguna nueva derogación. Esa enumeración deberá hacerse de forma precisa con el objeto de que ningún Estado pueda tomar precauciones excesivas.

Al representar tanto progreso, todas las medidas liberalizadoras y las renunciaciones a ejercer reservas representan un avance, un progreso en el sentido del AMI, ya que dicha renuncia por parte de cualquier Estado permite que este se convierta en ley superior de forma que la aplicación del Tratado será irreversible, aunque el parlamento y los ciudadanos aspiren a su abrogación.

Esta invención jurídica arruina las esperanzas de quienes imaginaban que una excepción, cultural o de otra naturaleza, podría tener alguna utilidad: aunque se plantee como excepción o reserva no será más que provisión y, por definición, sometida a una constante erosión hasta su completa desaparición, su desmantelamiento. El proyecto, para echar bien la llave, prevé los

métodos (en ciclos periódicos de negociaciones) destinados a una supresión o la limitación de medidas no conformes.

En el callejón sin salida de las negociaciones, que las ha hecho totalmente impermeables a otras preocupaciones que no sean el interés de las firmas transnacionales, los redactores del AMI no han tenido en cuenta otros múltiples compromisos jurídicos, políticos o morales, contradictorios con el texto, asumidos ya por los Estados, en particular con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), durante la Cumbre de la Tierra de Río en 1992, y – lo que al menos habría debido llamar su atención – la **Carta de Derechos y Deberes Económicos de los Estados, adoptada por Naciones Unidas en 1974**. Esta Carta dispone, en efecto, que **cada nación tiene el derecho inalienable de regular las inversiones extranjeras y ejercer su control sobre estas inversiones**.

Hay que insistir en ello: esta es la forma de gobernar el mundo en esta era de la globalización. **El proyecto de este acuerdo mundial sobre inversiones o cualquier otro apuntan directamente a una jerarquización máxima y a una concentración mayor del poder.** ¿Dónde están las bondades de la sociedad global?

*Apuntes enviados por Noelle y descargados del blog Año + 1
(<http://koralieucm.com>)*

8. EL SISTEMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN (I)

El sistema internacional de información presenta las mismas divisiones, desequilibrios y asimetrías del sistema internacional en su conjunto. **Pero en la sociedad de la información, las diferencias en los recursos informativos y la posición internacional de cada unidad se convierten en el elemento clave.** Puesto que el sistema capitalista mundial es el que configura las relaciones internacionales, la mercancía fundamental, la información, se encuentra en primer plano tanto a la hora de definir políticas globales de dominación (las que hoy rigen el sistema) como para proponer líneas alternativas.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Tres notas esenciales caracterizan el **orden informativo internacional**:

- La **diferencia de recursos entre el centro y la periferia del sistema**. Hoy nos comunicamos más que nunca y sin embargo, las diferencias son más grandes que nunca. Existe un mundo informativamente opulento (el centro del sistema) y un mundo informativamente muy pobre (la periferia).
- El **reducido nº de países fuente o países emisores de la información internacional**, dentro de los cuales puede observarse un grado de concentración muy alto, cuya expresión son los conglomerados transnacionales. La mayoría de esos conglomerados se encuentran en los países más ricos del sistema, principalmente en EEUU.
- La **unidireccionalidad de los flujos de información** y, en casos de supuesta reciprocidad, se destaca otro rasgo: los que manejan o gestionan el flujo de retorno son, sobre todo, agentes de los medios occidentales cuyos criterios vienen determinados por su propio sistema cultural y el mercado en el que su medio vende la información.

En otras palabras, un reducido grupo de países y de empresas someten a la mayoría del sistema a considerables presiones sin que existe un intercambio recíproco de influencia.

Diferencias cuantitativas en los recursos de información

La cuantificación ha servido durante mucho tiempo a los sectores funcionalistas de la investigación sobre la comunicación internacional para demostrar que **el avance tecnológico ha ido colmando las diferencias que separaban a los países pobres de los ricos**. Para desmentirlo, vamos a referirnos a ese supuesto avance comparándolo con el de los países más avanzados. La comparación de esos datos desde los años 60 a los 80 resulta muy ilustrativa.

A pesar del **incremento del nº de periódicos en todo el mundo**, se constata:

- La **pobreza de los periódicos de buena parte de los países del mundo**.
- Una **diferencia abismal entre los países desarrollados y los no desarrollados**.

Las altas tasas de analfabetismo, las deficiencias en las vías de comunicación y el nivel de ingresos son las causas de esas diferencias. Así, mientras el mundo desarrollado cuenta con cerca de un tercio del total mundial de diarios, África y Oceanía apenas superan el 1 %.

La radio es el más universal de los medios de comunicación. Ningún otro medio de comunicación, ni siquiera en la era de los satélites y de la TV por cable, tiene la capacidad técnica de llegar a tantas personas al mismo tiempo. Pero mientras en los países desarrollados los indicadores cuantitativos muestran que cada ciudadano de un país industrializado cuenta con 2 receptores por término medio, en el Tercer Mundo la media es de 1 receptor por cada 15 habitantes.

Si observamos el incremento del nº de receptores por regiones desde mediados de los años 60 hasta mediados de los 80, veremos que, si bien es cierto que este medio se ha desarrollado en

todo el mundo, **el desarrollo ha sido mucho mayor en los países ricos, mientras en el resto el incremento es mucho menor**, en algunos casos es prácticamente insignificante. Así, América del Norte y Europa han doblado sus cifras, mientras que África y América Latina apenas ha logrado un modesto avance. Mientras en Europa y América del Norte existen más de 500 millones de receptores, en América Latina hay 150 y en África menos de 100.

Las diferencias son aún mayores en la TV. Mientras África y Oceanía no llegan a los 10 millones de receptores, Asia lo sobrepasa ligeramente (pero incluyendo las cifras de Japón); América Latina apenas alcanza los 50 y Europa y América del Norte están por encima de los 200 millones.

Pero ahora tenemos Internet y gracias a ello, todas estas diferencias de décadas pasadas han desaparecido. Pues bien, tal y como se muestra en el mapa de los hosts de las 4 principales redes informáticas (FidoNet, UUCP, BITNET e INTERNET), las mismas diferencias son abismales. Es cierto, no obstante, que el salto cualitativo de una buena parte de los países de América Latina, de algunos africanos y asiáticos, les permite tener ahora acceso a informaciones impensables hace apenas 10 años. Sin embargo, todavía habría que dar respuesta a otras preguntas: ¿quién tiene acceso a esas redes en los países periféricos?. Y una cosa es segura: la mayoría de la población, no.

Por otra parte, **las empresas que facilitan e impiden el acceso a los servidores de las redes integradas de información**, sea Internet o Internet 2 (recientemente anunciada por Albert Gore), **son las grandes operadoras de telecomunicaciones.** Si damos un rápido repaso a la situación del sector, encontraremos un dato muy revelador: de los 20 primeros operadores de telecomunicaciones en el mundo, 12 son norteamericanos, 1 japonés y el resto son europeos en proceso de privatización. La conexión de otros países a los nuevos servicios pasa ineludiblemente por esas empresas.

Es decir, que ya desde la simple cuantificación las diferencias entre las distintas unidades del sistema internacional son muy grandes. No es cierto, consecuentemente, que estemos ante las puertas de una aldea global o un mundo interconectado.

Concentración de la propiedad

La concentración de la propiedad, con la consiguiente aparición de conglomerados que van acumulando en sus manos cada vez más medios, es una tendencia del sistema desde el período de entreguerras (1918 – 1939) que se incrementa y acelera desde 1945. La pluralidad va reduciéndose al desaparecer pequeñas empresas en procesos de absorción o fusión que dan lugar a las primeras grandes cadenas de diarios, de radio o TV.

Posteriormente, la concentración en un solo medio deja paso a la concentración multimedia, con lo que el poder de informar sobre una nueva reducción. Los conglomerados de medios informativos ascienden a los primeros puestos de las economías nacionales, jugando un nuevo papel que les acerca cada vez más a las esferas del poder político y económico. Por supuesto, este proceso de concentración empresarial no es exclusivo de los medios, aunque la información empieza a ser considerada un sector económico – estratégico fundamental tanto en el proceso de acumulación interna como en la expansión hacia el exterior.

A partir de 1945 y hasta los años 70, en la 1ª fase de la transnacionalización, los conglomerados informativos y los conglomerados de otros sectores irán fusionándose hasta aparecer las grandes transnacionales que van a hegemonizar la economía

mundial, actuando de locomotoras del proceso general de transnacionalización. La conglomeración se produce, entonces, siguiendo 2 **procesos paralelos y complementarios**:

- La entrada de conglomerados generales en conglomerados de medios de comunicación. Ejemplo de ello es la fusión, absorción o control que empresas de la electrónica llevan a cabo sobre empresas de medios.
- La diversificación hacia otros sectores de los conglomerados informativos, a partir de los beneficios obtenidos en la actividad informativa propiamente dicha. Podemos encontrarnos así con empresas que tienen intereses en varios sectores de la economía y que pasan a encabezar las listas de las mayores empresas del mundo.

Todo el **proceso de desbordamiento de las fronteras nacionales que sufre el sistema capitalista**, una vez que se completan los procesos de acumulación interna de capital, será liderado por estas empresas. **La concentración multimedia transnacional controlará toda la innovación tecnológica hasta apropiársela.**

Cada innovación supone un grado más de concentración, de forma que puede identificarse como tendencia de la **2ª etapa de la transnacionalización (desde los años 70)** el **desplazamiento de los intereses de las transnacionales hacia las nuevas tecnologías**, sin abandonar las posiciones obtenidas en otros sectores. Hoy, todas las grandes empresas tienen intereses en los denominados nuevos medios y en la informática.

De esta forma, lo que en un principio fue una relación informativa desigual entre Estados, en la que los países industrializados controlaron el sistema internacional de información en perjuicio de la mayoría, ha pasado a ser una **relación cada vez más privada entre grandes conglomerados informativos del mundo desarrollado.**

Puesto que la comunicación es el primer sector de la economía mundial, las implicaciones son sumamente graves. **Al controlar las empresas transnacionales, ningún gobierno puede renunciar al progreso tecnológico.** Sin embargo, las consecuencias de la penetración transnacional no son las mismas en todo el sistema.

La invasión de los mercados nacionales por las transnacionales en países desarrollados intermedios reduce la democracia informativa, pero la economía nacional no se ve gravemente perjudicada.

Sin embargo, **en el Tercer Mundo han terminado por solaparse la revolución industrial y la tecnológica, agravando el problema de la dependencia.**

El panorama es todavía más sombrío porque la formación de macroempresas en el ámbito cultural – multimedia permite prever cuál será la forma y el contenido del **entorno simbólico mundial en los próximos años**:

- Una **concentración de capital todavía mayor.** Ningún competidor puede participar en el mercado global sin disponer de recursos de miles de millones de dólares.
- La **unificación con criterios empresariales de gran parte de los mensajes y las imágenes que forman el entorno simbólico de las personas.** Obtener los máximos beneficios influye decisivamente en la forma y el contenido del producto de los medios de comunicación.
- **Los colosos de los medios de comunicación tratan de lograr una posición dominante en el mercado para situar sus productos en cada rincón del planeta.** En ningún lugar del mundo se puede evitar que lleguen películas, programas de TV, publicaciones, vídeos, bancos de datos y parques temáticos producidos por un puñado de compañías que dirigen sus mensajes a los segmentos de la población con capacidad económica de comprar sus productos. El resto no cuenta.

Por lo tanto, **la transnacionalización de las empresas de comunicación ha favorecido la interpretación del nuevo orden como el surgimiento de un aparato informativo – cultural dominado por las corporaciones, destinado a ocupar un creciente nº de espacios**

nacionales, donde quiera que opera. El control de la industria cultural por el capital financiero y los conglomerados industriales ha hecho que las fronteras nacionales y los límites contemporáneos tradicionales de la expresión pública sean definidos por el poder corporativo privado.

De acuerdo con **HAMELINK**, esta **tendencia a la macdonalización** representa una amenaza real para las culturas locales: todo converge en una reducción del ámbito local cultural. Por otra parte, **HERMAN** (1997) sostiene que **el sistema global de comercio está dominado por un superpoder, sobre todo norteamericano, basado en este tipo de empresas.** Es un sistema que trabaja para lograr el triunfo en los mercados globales y promover valores comerciales, mientras denigra el periodismo, la cultura o cualquier valor no acorde con los intereses corporativos. Es un desastre para la democracia.

Antes de 1980, los sistemas de medios tenían sobre todo una base nacional. **EEUU ha hecho coincidir la destrucción de las barreras regulatorias con la explosión de la comunicación por satélite, la TV digital y las autopistas de la información. Como consecuencia, han aparecido los gigantes de los medios.** La Telecommunications Act de 1996, que supone el todos contra todos, está haciendo que las megaempresas crezcan todavía más, con una base internacional. Así, las 2 grandes **Time Warner** y **Disney** obtenían el 15 % de sus ingresos en el mercado internacional hasta 1990, pero en 1997 había pasado al 30 – 35 %. Ambas compañías esperan incrementar esas cifras en las próximas décadas.

El sistema global está ahora dominado por un primer nivel de medios compuesto por esas 2 empresas, la europea **Bertelsmann, Viacom** y **News Corporation**. La regla de oro es **aprovechar la caída de barreras para ser cada vez más grande de modo que los competidores no puedan seguirte.** Time Warner y Disney han triplicado su tamaño en esta década. Empresas que no sean transnacionales no pueden competir en los mercados de los nuevos medios.

Inmediatamente detrás de las 5 grandes del mundo, aparece un 2º nivel igualmente controlado por empresas transnacionales, cuyas primeras firmas son también norteamericanas: la **TCI**, la **General Electric** y la **Westinghouse**. No tienen el tamaño de los gigantes, pero sí **tienen una distribución global de sus productos en las áreas en que han invertido.** Y todas tienen recursos para convertirse en gigantes como las del primer nivel.

La posición de fuerza de las grandes operadoras norteamericanas supone que para el resto de las empresas de telecomunicaciones, especialmente las europeas, no queda más camino que la alianza con las grandes del sector.

Definitivamente, **la aldea global, la democracia planetaria es un gran negocio para las empresas de EEUU, que refuerzan aún más su papel dominante en el mundo.**
¿Democracia mediática planetaria? No: **transnacionalismo corporativo.**

9. EL SISTEMA INTERNACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS (II)

LA BASE IDEOLÓGICA DEL SISTEMA DESDE 1945 A LA ACTUALIDAD

Desde 1945, la base ideológica del sistema internacional de información es la doctrina del libre flujo de la información, fórmula con la que se enmascara una voluntad expansionista y dominadora, de tinte imperialista, destinada a dotar de legitimidad la conquista de todos los mercados.

Por ello, **la alianza entre los grandes intereses corporativos nacionales y el llamado aparato federal resulta fundamental** para dicha conquista. En cada fase de la evolución tecnológica, cada administración ha acuñado términos ideológicos o políticos con los que revestir unas prácticas nada democráticas.

Poco antes de finalizar la II GM, había quedado suficientemente claro que EEUU saldría del conflicto bélico sin apenas daños, puesto que no sufrió sus efectos en el territorio nacional y con una posición económica y política de ventaja. No sólo tocaba a su fin el horror nazi – fascista, sino que en pocos años la jerarquía mundial de las potencias también se iba a alterar profundamente. Gran Bretaña, Francia y Alemania dejarán de ser potencias de primer orden. El nuevo imperio será construido por EEUU, que pretende y consigue un mundo liberado de los antiguos lazos coloniales y de muy fácil acceso para las actividades de las empresas norteamericanas. Este es el motor del nuevo orden en 1945, definiendo, junto a la lucha por mantener la democracia liberal frente al comunismo, la política exterior de la nueva potencia.

La doctrina de la libre circulación o del libre flujo de la información servirá de cimiento a las 2 grandes líneas de la política exterior norteamericana, proporcionando cobertura a la expansión internacional de las empresas de EEUU y sirviendo de doctrina que diferencia el concepto de libertad de información occidental frente al sistema soviético. La misma idea se dirige, por oposición, al control de movimientos que se imponía en la URSS y sirve al tiempo para caracterizar otro tipo de actividades del mundo libre de la postguerra: circulación de capital, de recursos y de información... norteamericana.

En 1945, **EEUU** es un gigante económico, tiene el mundo en sus manos y, teniendo muy presente la organización del imperio británico, **impone un patrón de comercio internacional liberado de cualquier acuerdo internacional** en el que pueda aprovechar su situación inicial de ventaja. Indudablemente, la recuperación económica era cuestión de tiempo pero ya ninguna nación europea conseguiría ocupar el primer lugar.

La doctrina del libre flujo de la información

Libre flujo de la información significaba libertad de comercio con la información.

Por lo tanto, el libre flujo como principio rector de la comunicación permitiría que el sistema internacional de medios de comunicación social fuese un sistema de mercado donde la información sería producida bajo la forma de una nota pre – envasada que surgiría de un conjunto de recursos básicos – los mensajes – para su distribución y su venta al por menor en una red internacional de mercado. Es decir, de lo **que se trataba era de hacer grandes negocios con la información y controlar ese mercado porque era la forma de asegurarse el control del comercio mundial.** La información mundial es ahora asunto comercial y político de EEUU.

Como en el mercado los suscriptores recibirían las noticias (mercancías) según su **posición económica (posibilidades de compra de la mercancía y rentabilidad de la venta)**, se

produciría un permanente desequilibrio entre los países ricos e industrializados (cuya cabeza es ahora EEUU) y los pobres y productores de materias primas.

En teoría, la libertad de información, como libertad de circulación comercial de la información y como libertad de control comercial de la información, **presuponía un sistema cuyos miembros participarían con igualdad de oportunidades e igual posición para ejercer su derecho a la libre competencia en materia de información.**

Sin embargo, el libre flujo es una racionalización persuasiva de la satisfacción continuada de los intereses de las naciones más favorecidas.

El libre flujo de la información suponía en la práctica la libertad de monopolizar ciertos modelos particulares, demorando si fuera preciso el desarrollo de mercados en que pudiese lograrse una producción endógena y se pudiese alcanzar capacidad de transmisión internacional. Al tiempo, se conservaba la retórica de la libertad y la igualdad de oportunidades de forma que la dependencia y los desequilibrios pudiesen ser presentados como razonables. Por contraposición, lo que no se contemplaba es la igualdad de recursos, que permitiese a un país aprovechar sus propias fuerzas y sus propias oportunidades.

Las naciones peor colocadas en el sistema internacional carecían de financiación, de tecnología apropiada y de personal capacitado. De aquí vino la desigualdad de oportunidades. Y de aquí el que pueda sostenerse que cobijado bajo el lema de la libertad de información, EEUU se sirvió políticamente de las organizaciones del Sistema de Naciones Unidas. Porque no se trataba de extender la libertad de información como un derecho humano básico, sino de asegurarse la cobertura de las nuevas organizaciones internacional para dar legitimidad a una doctrina propia políticamente interesada y profundamente antidemocrática.

De acuerdo con SCHILLER y EUDES, **la imposición del libre flujo como principio universal tuvo 3 escalones:**

- Las grandes empresas de información americanas, muy ligadas a los grandes capitales, presionan sobre el poder legislativo y el poder ejecutivo para lograr que el libre flujo sea parte de la política exterior de EEUU.
- El sistema político asume el libre flujo como la 4ª dimensión de la política exterior de EEUU.
- El sistema político copia la ONU y sus organismos especializados e impone el principio de libre flujo.

Con las 2 primeras actividades, **EEUU se garantizó el control del sistema internacional, relegando a un 2º puesto a las potencias europeas que habían sido hegemónicas hasta el estallido de la II GM.** La ventaja que cobra ahora la nueva potencia nunca será reducida ni por Europa ni por Japón. La última de las actividades sirvió para dar legitimidad internacional a las otras 2. Funcionó a la perfección hasta 1970.

Desde ese año y hasta **1983**, los organismos del Sistema de Naciones Unidas, merced a la mayoría numérica de los países del Tercer Mundo y del bloque soviético, giran 180° y exigen un **Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) en el marco más amplio de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI)**. La respuesta de la 1ª potencia será quebrar la UNESCO, reconduciendo cualquier debate internacional hacia las organizaciones privadas e imponiendo un director general de la UNESCO por completo sumiso ante las demandas norteamericanas.

- **Presiones de los grandes medios privados sobre los poderes legislativo y ejecutivo: la búsqueda de la cobertura pública para la expansión internacional**

Incluso antes de que acabe la guerra, las grandes empresas de información americanas, muy ligadas a los grandes capitales, presionan sobre el poder legislativo y el poder ejecutivo para lograr que el libre flujo sea parte de la política exterior de EEUU porque **el libre flujo de la información es una doctrina económica que tiene como misión facilitar la expansión transnacional de las grandes empresas de comunicación americanas y la difusión mundial de los valores de ese país, impidiendo el libre establecimiento de las empresas no estadounidenses y los flujos de respuesta al flujo predominante controlado por las empresas americanas.** Sobre la vaguedad del principio de libertad de información se pretende y consigue imponer un nuevo sistema de dominación de la información mundial, arrebatando a Gran Bretaña y Francia el control del negocio de la información internacional para imponer el control norteamericano.

Hecha esta consideración previa, hay que hacer unas breves referencias a algunas obras que hicieron una valoración opuesta a la de SCHILLER.

En **“Análisis del nuevo orden internacional de la información”**, para **LÓPEZ ESCOBAR**, SCHILLER comete los errores propios de una ideología equivocada: el marxismo. La secuencia que establece SCHILLER le sirve para negar que la estructura económica condicione la superestructura. De modo que el trabajo del profesor norteamericano no tiene validez.

La 2ª de las obras se debe a **ROSEMARY RIGHTER**, quien, por encargo del IPI, publicó **“El control de la información”**, donde se afanó en presentarnos un trabajo definitivo sobre el tema. El trabajo de RIGHTER ni siquiera es riguroso: no hay una sola cita de obras o testimonios que el lector pueda comprobar. Toda la idea de la obra es: *“soy periodista, luego en temas de libertad de información, yo tengo razón”*.

La evolución del sistema internacional de información arroja una conclusión: **los medios norteamericanos conquistaron el mundo en apenas 2 décadas.** ¿Podría sostenerse que no hay relación entre la expansión de los grandes medios privados americanos, la incorporación del libre flujo a la política exterior de EEUU y su papel en los organismos internacionales? Para responder a esta cuestión, recordaremos en primer lugar algunas de las presiones más conocidas del sistema privado - comercial sobre los poderes legislativo y ejecutivo y, acto seguido, daremos un rápido repaso a la evolución del sistema internacional de información en el período 1945 – 1970.

- **Las agencias de noticias**

1942 → KENT COOPER, director de la Associated Press, publicó su famoso alegato **“Barriers Down”**, **acusando a Reuters y Havas de impedir a las agencias norteamericanas difundir sus informaciones en el extranjero:**

- Reuters y Havas se aseguran la no – competencia de AP, de forma que solamente estas 2 agencias podían disfrutar de la libertad de información, extendiendo sus redes por todo el mundo. Las agencias de EEUU sólo podían salir de sus fronteras mediante acuerdos con Reuters y Havas, que mantenían la supremacía de las 2 agencias europeas.
- Reuters y Havas podían presentar como desearan las noticias de EEUU o simplemente ignorarlas. COOPER se mostraba especialmente molesto con la imagen de que de América difundían las agencias europeas: masacres de indios, violencia...
- Reuters y Havas podían presentar las noticias de sus países de forma favorable, sin temor a ser desmentidos.

Libre circulación significaba terminar con ese desequilibrio impuesto por los 2 imperios europeos, uno de los cuales controlaba las redes mundiales de cable. COOPER lo había visto a la manera americana: el inmenso negocio que la British Cable y Reuters obtenían de su monopolio en el sector.

Las asociaciones de editores comenzaron a expresar su voluntad de que en el nuevo orden, la toma de control de las comunicaciones mundiales por EEUU les daría el poder comercial que hasta ese momento habían detentado los franceses y los británicos.

Pero el dato más relevante son las **resoluciones adoptadas por la Asociación Norteamericana de Editores de Periódicos, pidiendo a los partidos políticos el apoyo a la libertad de información y la comunicación sin restricción para las noticias en todo el mundo.**

En paralelo, la ASNE y las 2 agencias de noticias emprendieron una gira mundial para promover la nueva doctrina. El apoyo que obtendrán acto seguido de los partidos políticos y del aparato federal, convertirá el libre flujo en parte fundamental de la política exterior americana.

El alegato de KENT COOPER queda privado de todo su carácter democratizado cuando se observa el comportamiento de la AP y la UPI una vez que ocuparon los 2 primeros lugares de las agencias internacionales de noticias. EEUU se sentía muy molesto con la imagen que de ellos daban Reuters y Havas porque estaba distorsionada, transmitía tópicos sobre su realidad nacional y no podía ser respondida eficazmente por sus agencias. Veamos cómo se comportaron la AP y la UPI desde 1945.

FERNANDO REYES MATTA (1981) recogió las conclusiones de un buen nº de trabajos sobre la **actuación de los grandes medios de comunicación en América Latina:**

- **AL HESTER** (1977): *“La deformación de la realidad es el denominador común. AP y UPI sobrevaloran las noticias relacionadas con EEUU, las revoluciones, la violencia y el crimen, y minusvaloran todo lo referente a cambio social, desarrollo, cultura...”*.
- **JAMES W. MARKHAM** (1961): *“Se ha convertido en una verdad evidente decir que se necesita una revolución para que América Latina aparezca en las noticias”*.
- **JOHN R. WHITAKER** (1969): *“La información que aparece se concentra en lo que el turista debe ver, comer, beber o comprar, o relata las incomodidades de vivir y viajar en América Latina”*.
- **Centro de Estudios de las Instituciones Democráticas de California** (1962): *“A través de los años, el lector norteamericano ha recibido una imagen ocasional de lo que es Latinoamérica basada en informaciones de catástrofes, guerras, saqueos, piraterías e inestabilidades políticas. A parte de este primer destello de violencias, pocos esfuerzos se han realizado para explicar a ese lector las causas de los sucesos o para familiarizarlo con las personalidades en ellos involucradas... El desequilibrio en el flujo de noticias procedentes de América Latina, en comparación con el flujo que viene de otras partes del mundo, en la actualidad produce una continua distorsión de perspectivas”*.

Como América Latina no contaba entonces con agencias nacionales de noticias, AP y UPI eran las fuentes casi exclusivas de su información nacionales. Además, el gobierno americano se oponía a que China y la India creasen sus propias agencias.

- **El cine**

Desde mediados de los años 30, **la industria del cine americano estaba en manos de los grandes grupos financieros**, entre los que destacan Morgan y Rockefeller. Era el momento idóneo para conseguir fondos y excepciones a las leyes nacionales antimonopolio, como parte de la expansión mundial de las empresas norteamericanas.

En 1946, se constituye la **Motion Picture Export of America (MPEA) como agencia de la industria norteamericana con capacidad plena para negociar contratos en el**

exterior e imponer, si lo considera necesario, medidas de fuerza. Esto permitió a las grandes empresas norteamericanas controlar el mercado mundial donde obtenían más de la mitad de sus ingresos.

Y en este campo, las diferencias con respecto al resto del mundo no van a otorgar un papel de 2º orden a las viejas potencias europeas. **La industria cinematográfica americana se adueña del mercado mundial en muy pocos años.**

- **La radio y la TV**

Las 3 grandes cadenas de radio y TV norteamericanas crean divisiones internacional para controlar mercados exteriores. El objetivo era seguir la expansión mundial de los negocios de EEUU.

La radio y la TV comercial americana **emiten publicidad americana, promoviendo símbolos, imágenes y lealtades exclusivamente procedente de EEUU.** Se trata de hacer publicidad para conseguir el consumo de productos norteamericanos en todo el mundo. De esta forma, se desarrolló una política de expansión muy agresiva hacia los países desarrollados (Canadá, Australia y Europa) y una exportación masiva de material más antiguo y a precios más bajos hacia mercados secundarios donde los niveles de ingresos eran más bajos (América Latina, Asia y África). Con ello, EEUU se aseguraba un sitio de privilegio en los mercados que fueran surgiendo en estas regiones. En apenas 20 años, las 3 grandes networks se desarrollan internacionalmente hasta controlar por completo el mercado audiovisual mundial.

- **Los satélites**

El dominio de los cables transoceánicos ejercido en el pasado por los británicos había sido contestado con un indudable espíritu democratizador. Las empresas estadounidenses clamaban en contra de que un sólo país, por el hecho de haber sido capaz de desarrollar una tecnología de la información, se la apropiase en beneficios propios y de sus empresas.

A principio de los años 60, la **Corporación de Comunicación por Satélite (COMSAT)** fue organizada sobre patrones exclusivamente privados, gracias a la presión de la ATT, la ITT, la RCA y la General Telephone and Electric Corporation con la idea siguiente: *“tomar y mantener para EEUU una posición de liderazgo en el campo de las comunicaciones por satélite comercial”.* COMSAT puso en marcha INTELSAT y desde ese momento hasta nuestros días, la supremacía norteamericana en este terreno es incontestable.

Esto es exactamente lo que significaba el libre flujo de la información: **aprovechar la ventaja inicial para falsear la libre competencia.** Pero además, si puede demostrarse que esa expansión se hizo con el apoyo político del gobierno norteamericano, entonces el libremercado a la americana niega todavía más los ideales libertarios de la nueva potencia mundial.

➤ **La doctrina del libre flujo, parte esencial de la política exterior de EEUU.**

En 1944, **JAMES L. FLY** (presidente de la Federal Communication Commission) **consideraba intolerable que un solo país controlase las instalaciones de comunicación,** especialmente los cables submarinos porque era una restricción artificial al libre desarrollo del comercio. En ese mismo año, **los partidos demócrata y republicano incluyeron el libre flujo de la información en sus programas electorales.**

Finalmente, **la Sociedad Americana de Editores de Prensa (ASNE) consigue que el Congreso apruebe una resolución a favor del libre flujo** como paso previo para la ofensiva internacional que tendría lugar poco después.

En 1947, **TRUMAN** pronuncia un discurso en la Universidad de Baylor que se considera el **punto de partida política para la imposición del libre cambio a la americana en todo el mundo**: *“Somos el gigante del mundo económico. Que nos guste o no, el patrón de las futuras relaciones económicas depende de nosotros. El mundo nos está observando para averiguar lo que hacemos. La suerte está en nuestras manos. (...) Existe una cosa que los americanos valoran más que la paz: la libertad de cultos, la libertad de palabra y la libertad de empresa. (...) Queremos un patrón de información internacional muy favorable a la libertad de empresa, un patrón en el cual no son los gobiernos los que toman las decisiones más importantes, sino los compradores y vendedores particulares en condiciones de competencia activa y con las convenientes salvaguardas contra el establecimiento de monopolios y de convenios industriales. Dentro de un sistema así, los compradores realizan sus compras y los vendedores sus ventas en el momento, el lugar y en cantidades escogidos por ellos, ateniéndose para su orientación a los precios que ofrece el mercado. Los productos se trasladan de un país a otro según las posibilidades económicas. Los gobiernos pueden imponer tarifas, pero no dictar la cantidad de información, las fuentes de importación ni el destino de las exportaciones. Las transacciones individuales son asunto de elección privada. Esto es la esencia de la libre empresa. Cualquier otra escala de valores no es norteamericana. No es el camino hacia la paz”*.

En 1951, **el libre flujo es asumido en el Comité Presidencial para la Política de las Comunicaciones**, con lo que las acciones posteriores gozarán del respaldo de la misma Casa Blanca: apropiación de los soportes materiales, creación de organismos federales encargados de tratar y exportar productos informativos, educativos o culturales.

Dentro de la política general de dominar todo el hemisferio occidental, **la 1ª región del mundo que pasó a ser de exclusivo dominio norteamericano fue América Latina**.

En todos los terrenos, el arma utilizada fueron **las misiones de expertos encargados de cultivar la amistad de las repúblicas del sur**. Gracias a estas misiones, las 2 grandes agencias de noticias norteamericanas desplazaron del subcontinente a Reuters y Havas y posibilitaron el Tratado de Buenos Aires (firmado por 17 países latinoamericanos y EEUU en 1936) diera magníficos frutos.

Con la guerra europea en marcha, los países latinoamericanos se vieron desconectados de sus fuentes tradicionales de importación de información y de cultura. Fue entonces cuando, **a través de la Agencia de Coordinación de Asuntos Interamericanos (CIAA), EEUU se hizo con el control casi absoluto del sistema latinoamericano de comunicación**. Utilizando selectivamente los fondos federales destinados a la cooperación y administrando las news print licenses, cerca del 40 % de los medios latinoamericanos pasaron a depender de la nueva potencia. Así, América Latina se vio en la disyuntiva de permanecer en el subdesarrollo o aceptar la ayuda norteamericana por mucho que esto significara dependencia cultural.

De esta forma, EEUU pudo, una vez concluida la guerra, imponer internacionalmente su doctrina sobre la libre circulación y de información. En 1945, **se había asegurado el control del subcontinente americano y había roto el duopolio franco – británico** que controló la información en la etapa que acababa de terminar. La llegada posterior de la Guerra Fría recubriría la doctrina de la libre circulación de un barniz democrático que diferenciará a Occidente del comunismo.

Desde que estuvo en condiciones técnicas de lanzar satélites al espacio, **EEUU convirtió la nueva tecnología en la parte esencial de sus ofensivas diplomáticas internacionales**. Ejerciendo de nuevo el papel de líder del mundo, **llamó a la comunidad internacional a**

participar en un sistema global de satélites para el que se había reservado el control político y el control comercial. La maniobra era de tal calado que en este punto se produjo un todos contra EEUU: desde Canadá a Suecia, desde la URSS a los integrantes del Movimiento No Alienado buscaron una declaración internacional en la que el principio de soberanía nacional estuviese por encima del libre flujo de la información a la americana. La noción de consentimiento previo se transformó en un clamor mundial que los norteamericanos desoyeron y combatieron.

DWIGHT EISENHOWER afirmaba en 1960 que **EEUU había seguido siempre una tradición política de llevar las comunicaciones por medio de empresas privadas y sujetas a licencias y legislaciones oficiales**. Y añadía: *“tenemos los primeros medios de comunicación del mundo, el gobierno deberá animar enérgicamente a la empresa privada para que establezca y opere transmisiones por satélite para fines rentables”*.

JOHN FITZGERALD KENNEDY se apuntó rápidamente a la misma política. Su declaración presidencial de 1961 y el Acta sobre Comunicaciones por Satélite de 1962, abundan en la idea de que **el sistema político estaba asumiendo los deseos de las grandes empresas privadas y seguía convirtiéndolos en parte de su política exterior**.

Para **RICHARD NIXON**, si los satélites DBS planteasen un conflicto entre la libre difusión de la información y la soberanía nacional, éste debía resolverse a favor del 1°. Así, cualquier Declaración de la ONU o de la UNESCO debía insistir sobre todo en el **uso de los satélites para la libre circulación de la información, legitimando internacionalmente su ventajosa posición**. Esta fundamentación permitía también salvar el escollo de las emisiones comerciales puesto que, aún reconociendo formalmente el derecho de todos los países a mantener su identidad cultural, se proclamaba que la publicidad comercial era parte integrante de su cultura y, en virtud del principio del libre flujo, **nadie podía exigir a EEUU que no emitiese publicidad a través de los satélites de difusión directa**.

De la misma forma, **el discurso norteamericano hacia los países en vías de desarrollo se explicaba en términos de cooperación y ayuda al desarrollo**. En estos años, repitieron con frecuencia que adoptaban una actitud positiva frente a la formulación de una declaración internacional y asumían una posición de líder, a condición de que fuese una declaración que insistiese sobre las consecuencias benéficas de la nueva tecnología para los países en vías de desarrollo y que reiterase la buena voluntad de EEUU para compartir sus recursos tecnológicos y su saber con las otras naciones en este sector.

No era así. **El Departamento de Estado instruyó a todos sus funcionarios para que se opusieran, en todos los foros internacionales, a toda resolución y/o declaración que estableciese cualquier acuerdo bilateral para las transmisiones por satélite**. Al mismo tiempo, alentó el que fueran las grandes organizaciones patronales (en las que las empresas norteamericanas tenían un papel de privilegio) las que se opusiesen a cualquier acuerdo o declaración en los organismos internacionales. Así, en la I Conferencia Internacional de Uniones de Radiodifusión por satélites de comunicación, celebrada en Roma del 6 al 11 de marzo de 1972, **se rechazó la idea de establecer acuerdos bilaterales de forma que cada país pudiese reservarse el derecho a fijar el contenido de los programas informativos y educativos que se transmitiesen por satélite a sus ciudadanos**. Esta resolución fue una imposición de las grandes corporaciones de radio y TV norteamericanas apoyadas por su gobierno para tratar de neutralizar un proyecto de declaración internacional que se estaba preparando en la UNESCO.

Cuando la declaración fue aprobada, consagrando el principio del acuerdo previo, se forzó una nueva reunión patronal fuera del Sistema de Naciones Unidas. Tal reunión era necesaria (se programó en Río de Janeiro para el mes de noviembre de 1973) porque **la posibilidad de**

acuerdos entre naciones emisoras y naciones receptoras era una forma de censura que violaba la Constitución de EEUU.

JAMES CARTER, por su parte, parece distanciarse de sus predecesores. Sin embargo, en su gobierno hubo una figura fundamental que **articuló el discurso para apropiarse mundialmente de la nueva tecnología de las redes de información: BRZEZINSKI**. Su mesianismo²⁰ político y sus alabanzas académicas a las bondades de la sociedad tecnitrónica constituyen las 2 bases sobre las que se asienta la nueva manera de defender el libre flujo de la información como principio universal. Nuevamente, **EEUU es presentado como el único modelo a imitar.**

El mesianismo es del más puro estilo kennedyano: *“(...) lo que representó Atenas para la filosofía y las ciencias, Roma para el derecho, Francia para la cultura y el nacionalismo revolucionario, Inglaterra para la democracia parlamentaria, lo que la China de los Ming para Asia, Norteamérica lo es hoy todo para todos los terrenos: es la sociedad innovadora de nuestra época, el centro de la atención, de la emulación, del deseo, de la admiración, de la animosidad del mundo entero”*.

Y para el libre flujo de la información, pero en su versión telemática, BRZEZINSKI contempla satisfecho que **EEUU controla el hardware para construir una nueva red global de comunicaciones, pero se muestra especialmente preocupado porque carece del software, es decir, un lenguaje común.** Y, después de una curiosa retórica sobre la necesidad de preservar las culturas nacionales, termina proponiendo el inglés como lengua universal.

Interdependencia es el leitmotiv sistemático de todos los discursos y declaraciones de la Administración CARTER, de todos sus políticos, de todos los informes de los funcionarios, el cliché por excelencia de los periodistas, e incluso de los anuncios de la mayoría de las sociedades multinacionales. **Sea cual fuere el problema que afecte al género humano, la única salida consiste en una cooperación internacional máxima y organizada.** Pero, ¿sobre qué base?, ¿en qué organismos? En los años de CARTER, la supremacía tecnológica de EEUU es más fuerte que nunca, mientras que en los organismos internacional y un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, **los Estados de todo el mundo reclaman el derecho a decidir sobre su propio destino y a preservar su propia identidad.** En un mundo interdependiente, el Estado – Nación se convierte en una fuerza fundamental anti – creadora. Ya cumplió su misión histórica, ahora tiene que desaparecer ante una nueva forma de organización social más centralizada: las redes de comunicación modernas, es decir, únicas. Instrumento por excelencia de la difusión de las ideas.

Lógicamente, la **interdependencia integral** debe concentrarse a nivel político para alcanzar su último estadio. Se contemplan así 3 **fases**:

- **Abatir los obstáculos levantados por los Estados – Nación en este nuevo espacio estratégico de la comunicación universal:** destruir las barreras que filtran y disimulan la información, abolir el control de los Estados sobre cualquier información recibida y enviada.
- **Lograr un consenso mundial para la comunicación mundial.** Lo realizado en el sistema nacional americano debe ser implantado en todos los rincones del planeta. Habrá que convencer a todos los pueblos de la necesidad vital de la interdependencia, de la que únicamente los norteamericanos son plenamente conscientes: es la condición indispensable para poder romper las cuadrículas que recluyen y fragmentan a la humanidad. Y como EEUU no pretende recurrir a la fuerza para hacer desaparecer los Estados – Nación, una red única de comunicaciones es la garantía de que los guettos nacionales se irán diluyendo

²⁰ Confianza inmotivada o desmedida que se espera en un agente bienhechor.

por sí solos. Los seriales de radio y de TV procedentes de los satélites podrán muy pronto ser captadas por comunidades individuales sin pasar por estaciones nacionales. En ese estadio, las fronteras nacionales empiezan a perder su significación.

- **Lograr un gobierno mundial.** El consenso planetario desemboca su vez en la institucionalización de la hegemonía estadounidense: la significación última del maridaje de la electrónica y de una palabra es que hace posible el establecimiento de un gobierno a escala mundial.

Así pues, una extensión planetaria de las redes de comunicaciones norteamericanas, la prominencia del inglés, la difusión mundial de unos conocimientos, la obsolescencia de las ideologías y de las instituciones nacionales, la aparición de un consenso planetaria... todo lleva al establecimiento de un sistema global unificado que tiene como centro EEUU.

Por un parte, **REAGAN** y **BUSH** se distancian del derrotismo de CARTER y no apuestan por ningún consenso internacional. Su exigencia de un liderazgo americano sin discusiones de ningún tipo, y en forma especial su política con respecto al Sistema de Naciones Unidas, les diferencian del gobierno anterior. Sin embargo, en sus mandatos **se desarrolló a gran escala la desregulación.** De la misma forma, otro de los lemas – bandera de ambos presidentes fue: **mayor papel para las corporaciones en los asuntos internacionales.**

La desregulación trata de presentar a los Estados – Nación en retirada cuando, por el contrario, éstos están generando un gran nº de dispositivos legales, incluso mayores que los existentes, destinados a establecer reglas de juego ideales para la gran industria de la comunicación. Así, mientras se produce una supuesta apertura hacia el libre mercado, en realidad se están asentando las bases para regular en pos de una nueva estructura de propiedad cada vez más dominada por el capital transnacional. Como sostienen MASTRINI y MESTMAN (1996), de lo que se trata es de re – regular y no de des – regular.

La política de **BILL CLINTON** es una perfecta continuación de la de CARTER, REAGAN y BUSH. Para JOSEPH S. NYE JR., antiguo Secretario adjunto de la Defensa para los asuntos internacionales y actual decano de la Kennedy School de Harvard, y el almirante WILLIAM A. OWENS, antiguo vicepresidente del Comité de Jefes de Estado Mayor: *“será el s. XXI el período de la supremacía de América. La información es la nueva moneda de la economía global y EEUU está mejor situado que cualquier otro país para optimizar el potencial de sus recursos materiales y de programación por medio de la información. Además: el país que mejor sepa conducir la revolución de la información será el más poderoso. En el futuro previsible, ese país será EEUU (...) que dispone de una sutil ventaja comparativa: su capacidad de recogida, de tratamiento, de dominio y de difusión de la información que, sin ninguna duda, se acentuará todavía más en el transcurso del próximo decenio”.*

En plena consonancia con todo ello, **ALBERT GORE** ha dado forma de programa político internacional a su **proyecto de infraestructura global de comunicación.** En Buenos Aires (1994), con ocasión de una reunión de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el vicepresidente de EEUU lanzó su llamamiento a legisladores, autoridades reguladoras y hombres de negocios para **construir y operar una IGC que conecte el planeta a través de autopistas de información para permitir trascender las barreras** del tiempo y la distancia, la abundancia y la pobreza, el desarrollo y el subdesarrollo.

La IGC consistiría en el uso de todas las tecnologías modernas de la comunicación, conectadas a cientos de redes. La meta sería la transmisión de información a la velocidad de la luz desde la ciudad más grande hasta la aldea más pequeña de cada continente. Esa red

facilitaría la aparición de un mercado universal donde los consumidores podrán comprar y vender productos.

GORE ve también en la red de redes la oportunidad de que la educación, la salud y el desarrollo sostenible dejen de ser meras formulaciones teóricas o simples declaraciones de buenas intenciones.

La IGC se transforma así en una bandera de la democracia planetaria del s. XXI. Involucrando a los gobiernos de acuerdo con los principios de soberanía y cooperación internacional, podrá hacerse un esfuerzo democrático en donde el liderazgo no corresponderá a un solo país. **Será la clave del crecimiento económico para las economías nacionales e internacionales.**

Para promover, proteger y preservar la democracia y la libertad hay que considerar el avance tecnológico como parte integral del desarrollo de las naciones. Al abrir los mercados simultáneamente se abren vías de comunicación, los medios de comunicación abren, a su vez, mentalidades.

Queda, por lo tanto, demostrado que el 2° nivel de la estrategia para imponer el libre flujo como principio universal existió y que la intervención del Estado es una constante de las administraciones norteamericanas desde TRUMAN hasta nuestros días.

10. LA CIRCULACIÓN INTERNACIONAL DE NOTICIAS

Desde 1945 hasta finales de los años 80, el **80 % de las noticias que publicaban o emitían los medios de comunicación de todo el mundo** provenían de **5 grandes agencias**: 2 norteamericanas, **Associated Press (AP)** y **United Press International (UPI)**; una británica, **Reuters**; una francesa, **France Press (FP)** y una soviética, **TASS**. Entre ellas, AP y UPI se destacaban netamente del resto.

Atendiendo a la extensión de las redes de las agencias occidentales y de TASS, por una parte, y de las agencias del Tercer Mundo, de otra, se podía observar claramente un primer **desequilibrio en la capacidad de cubrir acontecimientos con corresponsales propios y en la capacidad de transmitirlos al resto del mundo**. AP transmitía 17 millones de palabras diarias, UPI 14, Reuters 3 y AFP 1,5.

Además de estas 5 agencias de noticias, diversificadas pero originariamente agencias de prensa, **fueron apareciendo otras grandes agencias especializadas en material audiovisual** y junto a ellas, debía considerarse el **nuevo papel de los servicios de noticias ligados a empresas de radio y TV y de las cadenas de TV por satélite**: **Visnews, UPITN, CBS – News, ABC – News, CNN, Euronews...**

Estas agencias constituían los canales privilegiados por los que circulaba la información internacional. Solamente Europa y el resto de los países centrales intermedios contaban con agencias que les permitían mantener una relativa independencia en la información internacional. Inmediatamente detrás de las 5 grandes agencias, había que colocar a la española **EFE**, la italiana **ANSA** y la alemana **DPA**. Con un nº de palabras / día cercano al medio millón, se disputaban el 6º puesto de las agencias internacionales.

La hegemonía de los países industrializados resultaba incontestable. Solamente 2 **agencias específicamente dedicadas al Tercer Mundo** competían en el terreno de las agencias internacionales: el **Pool de Agencias de los Países No Alineados** y la **International Press Service (IPS)**.

En el resto del mundo, sobre todo en la década de los 70 y de la mano de la UNESCO, **fueron apareciendo un pequeño nº de agencias, la mayoría de las cuales eran federaciones de agencias nacionales que tenían una presencia mínima en los flujos verticales de noticias**, aunque su papel como distribuidores horizontales de información llegó a ser importante en algunos casos.

El final de los años 80, la década en que la concentración del poder de informar aumentó más y que trajo profundos cambios geopolíticos, **el oligopolio de las 5 grandes sufrió alteraciones importantes**:

- Salto cualitativo de **Reuters**, que se convierte de la mano de **RUPERT MURDOCH** en la **1ª agencia mundial de información económica y en la 1ª agencia audiovisual**.
- **Quiebra de la UPI en 1992** y su venta a un grupo saudí, abandonando desde ese año la pugna por la primacía mundial.
- **Remodelación de TASS, denominada ahora ITAR – TASS**, que pierde también buena parte de sus clientes y tiene graves problemas financieros.

El giro de las actuales 3 grandes hacia la información económica ha enconado la competencia por un sector clave de la información entre AP, Reuters y AFP, pero no ha supuesto equilibrio alguno. Siendo rigurosos, la concentración ha subido un grado más.

Frente a la impresionante estructura de las grandes agencias, debe seguir resaltándose la **inexistencia de agencias nacionales en muchos países del Tercer Mundo**, el **papel de modestos que desempeñan las agencias del resto del mundo industrializado** (EFE, DPA,

ANSA...) y lo **limitado de los esfuerzos de las agencias regionales o subregionales por equilibrar el torrente de información** que pasa por las oficinas de las grandes agencias internacionales.

Los **problemas** siguen siendo:

- Insuficiencia de vínculos técnicos entre países e insuficiencia de medios en gran parte del mundo en desarrollo.
- Falta de técnicos capacitados.
- Competencia desenfrenada entre proveedores de material y equipo técnico y entre los medios de comunicación social del Norte para hacerse con los mercados del Sur.
- Capacidad industrial insuficiente de los países del Tercer Mundo para la producción de material de comunicación.
- Falta de información en el Tercer Mundo sobre la infraestructura adecuada para la información.
- Falta de disposición de los países industrializados para prestar asistencia técnica desinteresada a los países en desarrollo.

Sería posible, tolerable y hasta deseable que las grandes agencias internacionales continuasen operando como lo han hecho hasta ahora si, al tiempo, las infraestructuras de las agencias más modestas y una actitud de cooperación de las grandes agencias, les permitiesen equilibrar el flujo informativo. Pero cuando es el libre mercado el que dicta cómo, dónde y cuándo deben moverse las agencias de información, el interés de las grandes nos es informar mejor, sino que informen como lo deseen los menos posibles y con la menor competencia posible.

Los esfuerzos de muchos países para crear agencias nacionales han chocado de frente con el oligopolio de las grandes. **Las conclusiones del Simposio de Estocolmo (1979) y, posteriormente, del Informe MacBride (1980) mostraron que era imperativo crear o reforzar las agencias nacionales y regionales de prensa en todos los países en desarrollo.** Pero el problema estaba en la vinculación de esas agencias al mercado internacional de información, donde el modo de operar y las decisiones finales corresponden a las grandes agencias occidentales.

AP, UPI, AFP y Reuters se han aferrado a la idea de que una agencia estatal es un elemento de control. Así, las buenas intenciones de cooperación técnica han significado el ahondamiento de las diferencias, vía nuevas tecnologías. Mientras las agencias del mundo industrializado pudieron progresar rápidamente y diversificar sus servicios, la mayoría de las agencias del Tercer Mundo no han pasado de tener una existencia artificial. Los pocos avances que se han conseguido se refieren siempre al flujo horizontal de información, pero en ningún caso al flujo vertical.

Quienes se oponen a la tesis de que el sistema internacional de noticias muestra los desequilibrios que se acaban de describir sostienen que incluso en el caso de que eso fuese cierto todavía, las grandes redes de TV por satélite e Internet han terminado con todos los desequilibrios proporcionando una información inmediata, plural y fiable. Craso error: **las grandes redes de TV por satélite, también accesible por las redes de cable, son propiedad de grandes consorcios que reproducen en versión audiovisual las mismas pautas organizativas y profesionales de las grandes agencias de noticias:** CNN es propiedad de Time Warner, Sky y Star TV son propiedad de Murdoch y en todas y cada una de las grandes plataformas digitales encontramos a los grandes magnates de la comunicación mundial.

Las nuevas tecnologías no están siendo utilizadas para hacer circular la información de forma libre pero equilibrada, sino para reforzar las posiciones de los opulentos y seguir limitando las de los pobres.

11. DEBATE EN TORNO A LA UNIDIRECCIONALIDAD DE LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL

DEBATE INTERNACIONAL SOBRE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Actores:

- Estados
- Organización del sistema de Naciones Unidas
- Organizaciones intergubernamentales
- Organizaciones profesionales

Fases:

- **1945 – 1970** → hegemonía norteamericana.
- **1970 – 1980** → giro crítico: el NOMIC.
- **1983 – 1986** → crisis EEUU. Gran Bretaña se retira de la UNESCO.
- **1986 – actualidad** → “Nueva Estrategia” y abandono del NOMIC.

● **1945 – 1970**

- **EEUU** → el Free Flow of Information.
- **URSS** → la “responsabilidad de los Estados”.
- **Europa** → el Free Flow como mal menor.
- **No Alineados** → “existencia larvada”.

● **1970 – 1976**

- **Debates en la UNESCO:**
 - Satélites
 - Declaración sobre el papel de los medios
 - Políticas nacionales de comunicación
- **Acciones de los No Alineados:**
 - Propuesta de NOEI
 - Propuesta de NOII
 - Acción concertada en el sistema de Naciones Unidas

● **1976** → “año eje”

- **Primera amenaza de crisis:**
 - La Declaración
 - La Conferencia de San José
 - El MPNA introduce el NOII en la UNESCO
- **La Conferencia de Nairobi y la creación de la Comisión MacBride.**

● **1978**

- Aprobación de la Declaración.
- “Informe provisional” de la Comisión MacBride.
- Recelos occidentales en Estados y en los medios de comunicación.

● **1980**

- **Aprobación por consenso del Informe MacBride**, con “reservas” del Grupo Occidental.
- **Creación del PIDC.**
- Conferencia en Les Talloires: “Voices of Freedom”.

INFORME MACBRIDE

- Libre flujo de la información, pero equilibrado
 - Necesidad de un NOMIC en el marco del NOEI
 - Crítica de los monopolios
 - Derecho a comunicar
- **1983**
 - **EEUU anuncia su retirada**, que confirma en 1984. Campaña mediática en contra de la UNESCO.
- **1984**
 - **Gran Bretaña anuncia su retirada**, que confirma en 1985. Campaña mediática.
- **1986**
 - **FEDERICO MAYOR ZARAGOZA es nombrado Director General.**
- **1989**
 - **La “Nueva Estrategia”:**
 - Hacia el final del proyecto de NOMIC
 - Nueva hegemonía occidental
 - Desaparición del Bloque Socialista
 - Crisis de identidad en el MPNA
 - El III Plan a Plazo Medio introdujo una serie de precisiones y matizaciones que preparan el camino de vuelta a la consideración del libre flujo de la información tal y como lo entiende los gobiernos occidentales y las grandes organizaciones profesionales y patronales.
 - Se consideró que el NOMIC caía en el error de dar la libertad de información como prerequisite implícito y se recurrió a hacerla explícita con la fórmula: **libre flujo de la información en sus niveles nacionales e internacional, más amplio y mejor equilibrado, sin ningún obstáculo para la libertad de información**, como forma de resolver las dudas en lo referente a la eliminación de los desequilibrios; la supresión de los efectos negativos de ciertos monopolios; la eliminación de barreras internas y externas a la libre circulación de información y la pluralidad de fuentes y canales de información.
 - En otras palabras: las reservas occidentales en la XXI Conferencia General (Belgrado, 1980).
 - Poco tiempo después quedaron eliminados los requisitos de **flujo de información más amplio y mejor equilibrado**, suponiendo implícito el prerequisite y eliminándolo.
 - Y si la Nueva Estrategia devuelve los debates sobre los flujos informativos a la doctrina del free flow, 3 reuniones sobre el desarrollo de los medios y la democracia celebradas en Windhoek (1991), Almaty (1992) y Santiago de Chile (1994) sirven para retomar al concepto paternalista del desarrollo.
 - Tras la XXVI Conferencia General (París, 1991) el texto de referencia será la Declaración de Windhoek (1991). Bajo el lema de que desarrollo, participación y comunicación son parte de un continuum, el PIDC reforma sus estatutos y empieza a aceptar proyectos del sector privado, dándoles prioridad cuando compitan con el sector público de su mismo país. En otras palabras: **la reivindicación norteamericana de dar un mayor papel a las corporaciones privadas en los asuntos internacionales.**
 - En lo referente a los programas de adiestramiento y formación, también se desanda el camino. En la Nueva Estrategia, **la UNESCO es definida como foro adecuado para facilitar el diálogo entre los gobiernos, los profesionales de la comunicación y la sociedad civil.**
 - **La político de la UNESCO debe ser alentar a los profesionales de la comunicación para que se autorregulen**, mejor que establecer leyes y reglamentos que apuntan y controlan, en otras palabras, censuran el contenido de los medios.

- Si la UNESCO entrase en este terreno, podría correr el riesgo de socavar uno de los principales objetivos de su Acta Constitutiva: **promover el libre flujo de las ideas, las palabras y las imágenes**. El retorno a 1946 se ha completado.

MODELO DE PROPAGANDA

- **NOAM CHOMSKY**
- **EDWARD HERMAN**

Los medios de comunicación de masas actúan como **sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio**.

Su función es la de **divertir, entretener e informar**, así como **inculcar a los individuos valores, creencias y códigos de comportamiento** que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad.

En un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el que existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática.

Filtros:

- El tamaño de las empresas
- La publicidad
- El suministro de noticias a los medios de comunicación
- El “con el mazo dando” de los reforzadores de opinión
- El anticomunismo y las inclinaciones patrióticas

INFORME SILVERSTEIN

La **información publicada por los medios de EEUU** sigue 2 pautas:

- **Seguir al líder**
- Las naciones del Tercer Mundo son ignorados en gran medida hasta que la Casa Blanca las ponga en el mapa, casi siempre por motivos de seguridad nacional.
- Una vez que desaparece la amenaza percibida contra la seguridad nacional, el país en cuestión vuelve a la irrelevancia y a la oscuridad.
- **Sobresimplificación**
- El modo de actuar de los grandes medios simplifica en exceso la complejidad del Tercer Mundo, que sólo es contemplado en relación con sus efectos sobre EEUU.
- El modo de informar es por completo ahistórico y descontextualizado y, para colmo, permite a EEUU presentarse siempre bajo una óptica favorecedora.

12. PROGRAMAS AUDIOVISUALES

De la misma forma que la circulación internacional de noticias, **la circulación de programas audiovisuales se realiza en una única dirección**. La unidireccionalidad es también la regla de oro de la circulación de material audiovisual.

El Simposio de Tampere (1976) analizó el flujo internacional y estableció que la unidireccionalidad se debía a razones históricas, a factores ligados a las condiciones en que se establecieron la importación de materiales y de equipos, a factores económicos y a las estructuras internas de las naciones que fueron introduciendo la TV.

La TV se introduce y consolida como una prolongación de la industria del cine y de la radio. Quienes ya controlaban ambas, controlaron el nuevo medio.

La evolución de la TV es la misma de los otros 2 medios que, a su vez, seguían ya las pautas del resto de los sectores económicos internacionales. Por lo que **el mercado de materiales y equipos fue controlado por los países del centro del sistema.**

La condición de exportador quedó muy pronto limitada por la capacidad económica de cada nación y por su capacidad de producción.

La libre competencia quedó limitada a EEUU, algunos países europeos, la URSS y Japón, mientras que la gran mayoría de las naciones del mundo, sin capacidad para producir, terminaron por aceptar el flujo de programas desde el centro.

La transferencia de modelos de vida y sistemas de valores tomó, también, la misma dirección. En ese flujo debe considerarse el **papel de las élites nacionales como la clave que facilitó la imposición mundial de la circulación en un sólo sentido.**

El problema es aquí más grave que en el flujo internacional de noticias. Sin el primer caso el desequilibrio perjudica al Tercer Mundo, pero no tiene los mismos efectos en países del centro del sistema (UE, Australia, Canadá...) que cuentan con agencias de noticias importantes, en el 2º caso **el verdadero beneficiado es EEUU.**

El control que este país tiene sobre los canales de comercialización y distribución mundiales hace que el problema ya no sea solamente la capacidad de producir, sino también la posibilidad de difundir las producciones.

El potencial de los norteamericanos ha obligado a otros países industrializados a **adoptar cuotas de programación para proteger sus propias industrias audiovisuales.**

Este sistema consiste en **obligar a los medios nacionales a cubrir al menos la mitad de su tiempo de emisión con producciones propias.**

Mientras las redes comerciales de EEUU no importan casi nada del exterior, **el resto del mundo importa masivamente contenidos norteamericanos.**

La mayoría de las importaciones de programas norteamericanos corresponden al prime time. Por otra parte, si se consideran los programas – concurso, las transmisiones deportivas, los dibujos animados y en general los programas para niños, entonces la cuota de importación crece alarmantemente.

El **flujo internacional de este tipo de programas** está en manos hoy de 4 **grandes empresas:**

- **Time Warner**

Es la **compañía más grande de la industria del entretenimiento y la comunicación.** Ha dado enterada en su capital a Us West (25 %) y a los grupos japoneses Itochu y Toshiba (5.6 %).

Después de la compra de las empresas de TURNER, ha desarrollado una fuerte ofensiva para reforzar y ampliar una compañía de dimensiones mundiales.

Time Warner es potencialmente la empresa mejor situada en cualquier medio y en cualquier continente después de ampliar todas sus divisiones en todos los campos de la industria de la comunicación.

Junto a News Corp. **dispone de una red mundial de TV** aunque, a diferencia de ésta, **basa toda su estrategia en la producción de programas** antes que en el sistema de satélites.

Como complemento posee cerca de 1.000 salas de cine fuera de EEUU y proyecta duplicar ese nº en los próximos años.

La estrategia, desde la fusión con la TBS, se basa en unificar los canales de Turner TNT / Cartoon Channel y CNN con la división internacional de la HBO, que ha establecido una amplísima red de canales de abono en 35 países.

- **Disney**

El 2º de los grandes gigantes ha ido suavizando su interés prioritario en el desarrollo de parques temáticos y en la venta de los típicos productos Disney, para ponerlo en sus divisiones de **producción audiovisual, las redes de cable y el gran negocio de la TV.**

Desde la compra de Capital Cities / ABC, su división audiovisual aporta al conglomerado el 31 % de los ingresos frente al **23 % de los parques temáticos.**

En 1996, unificó todas sus actividades audiovisuales en una única empresa, la Disney / ABC International Television, con la idea de reforzar y aumentar presencia internacional.

Desde 1996 está lanzado el **Disney Channel** en Francia, España, Italia, Alemania, Oriente Medio y China. Al tiempo, su canal deportivo **ESPN** está llegando ya a todos los mercados.

- **Viacom**

El 40 % de sus ingresos los obtiene en el mercado exterior. Desde la absorción de Paramount y Blockbuster en 1994, ocupa el 3º puesto mundial en cuanto a facturación, y **desarrolla una política de reforzamiento de sus actividades en todos los mercados.**

Mediante **MTV** y **Nickelodeon** ha construido un sólido imperio internacional que llega a todos los continentes en varias lenguas.

Es líder en TV para niños (junto a Disney y Time Warner) y la TV temática musical (en solitario).

- **News Corporation**

La red mundial de TV de **RUPERT MURDOCH** llega a todos los continentes mediante **Fox Television, BSkyB y Star TV.** Las 3 son formidables plataformas para los productos de la **20th Century Fox.**

Disputa a los otros 3 grandes el **mercado de los deportes, las películas, el cine y la TV infantil.**

Y en un 2º nivel se encuentran **Westinghouse** y **General Electric.**

ROMÁ GUBERN (1995) señala que en 1987 la Sony se hizo con la productora Columbia, iniciando la estrategia de apropiarse de una parcela de la industria del cine norteamericano.

En 1989, las empresas japonesas empiezan a comprar productoras de Hollywood y a fundar otras nuevas en EEUU, pero *“no para que produjeran películas de geishas y samuráis, sino cine anglosajón puro y duro, rubio y de ojos azules, que es el que se compra en todo el mundo”.*

Un año después, la Matsuhista compró la MCA (dueña de la Universal).

Con ello se constituyó un **eje Los Angeles – Tokio, que reforzó la dominación mundial de un audiovisual de acuñación estética e ideología anglosajona**, potenciada ahora desde las 2 riberas del Pacífico, que se manifestó en una imposición de sus géneros, formatos, estilos, estructuras narrativas, ritmos, escalas de valores y pautas de conducta.

El eje Los Angeles – Tokio sirvió para alimentar a las voraces y expansivas cadenas de TV europeas (privadas) que, mayoritariamente, acudieron al mercado norteamericano a comprar cualquier cosa con la que llenar las rejillas de programación.

Y las 2 grandes empresas dedicadas en Europa a suministrar programas son Kirch Gruppe y Fininvest, titulares de los derechos de algunos de las productoras más importantes de EEUU.

13. DEBATE EN TORNO A LA UNIFORMIZACIÓN CULTURAL

TEORÍA DEL IMPERIALISMO CULTURAL

Si la base ideológico – política sobre la que se ha construido el sistema internacional de información es el principio del libre flujo y vistos los desequilibrios de todo tipo que presenta el sistema, podemos decir que las relaciones de dominio, de fuerza o la división en dominados y dominadores son pertinentes para referirse al sistema informativo internacional.

Si el proceso de expansión hacia el exterior de la economía norteamericana se produce una vez contemplado el proceso de acumulación de capital y en la política exterior de EEUU, la comunicación adquiere el carácter de 4ª dimensión, nos encontramos con una **necesidad de expansión, apoyada por una política cuya voluntad es netamente expansionista y dominadora.**

En esa política tiene un papel fundamental lo que **SCHILLER** ha denominado **complejo militar – industrial**. La **convergencia de intereses entre las empresas privadas y los sectores militares** impulsó el nacimiento de ese complejo, convirtiendo al Departamento de Defensa en verdadero cerebro del desarrollo de las comunicaciones, tanto nacional como internacionalmente.

Los desarrollos y las innovaciones en la electrónica y la creación de una economía norteamericana con base en la información hubieran sido imposibles sin la continua y a gran escala intervención y asistencia del Estado. Observables más claramente en el sector militar, las características básicas de la relación entre gobierno y nueva tecnología se repiten en los desarrollos de la electrónica general en los últimos 40 años.

Podemos concluir, por lo tanto, que **existe una comunicación de hecho no pacífica, violenta y dominadora, que tiene en el complejo militar – industrial su origen**, en tanto que:

- El entramado político, económica y militar y el personal de la industria electrónica y militar durante la I GM es el comienzo del complejo militar – industrial, que se iba a desarrollar desde 1945 en EEUU.
- Las innovaciones tecnológicas están mayoritariamente destinadas al empleo militar.
- La manipulación ideológica de los mensajes tiene un papel secundario y casi siempre entra en funcionamiento después de que el uso militar es completamente operativo.
- A partir de 1945, las presiones de la industria electrónica hacen pasar al gobierno norteamericano de la defensa de un mercado internacional plural a la defensa de la estandarización según sus propios patrones.

En resumen, las tecnologías de comunicación deben ser comprendidas como productos derivados de la tecnología militar. Cuanto mayor sea la importancia de la tecnología de la comunicación más fuerte será su vinculación con el complejo militar – industrial.

La comunicación internacional adquiere rasgos políticos, económicos y militares que permiten hablar de violencia estructural en la comunicación internacional. Una violencia que se hace mucho menos evidente en la comunicación civil, pero que tiene uno de sus polos en los sectores militares.

La violencia estructural es un sistema político – económico en el que la participación y el grado de poder son extremadamente desiguales. La periferia queda siempre sometida al centro. Como hemos visto, el flujo internacional de información muestra una circulación en un solo sentido, siempre vertical, desde el centro a la periferia; un intercambio directo y recíproco entre los centros, aunque el centro del sistema también se encuentre jerarquizado; un intercambio periférico indirecto a través de los centros metropolitanos respectivos (si la periferia forma parte de subsistemas diferenciados, el intercambio de información es todavía más directo) y un intercambio directo y recíproco mínimo en la periferia.

En tanto que las transnacionales son parte del complejo militar – industrial, el poder de control y ordenación de la información internacional responde una determinada estructura de poder internacional.

La expresión de ese poder, la violencia estructural hace que los centros sólo toleren, en la periferia, procesos de desarrollo endógeno durante períodos de tiempo limitados que, a la postre, les benefician. El desarrollo de la periferia se produce solamente en la dependencia (subdesarrollo autosostenido).

Esta compleja red de dominación tiene un elemento fundamental en la sintonía entre las élites centrales y las periféricas. La expansión internacional de las economías de los centros, se realiza mediante la afinidad de intereses entre élites. La identificación entre élite central y periférica les beneficia siempre. Es lo que GALTUNG llama la “cabeza de puente” de la dominación estructural entre naciones.

La red de intereses que muestra la relación entre centro y periferia se caracteriza por la armonía entre el centro de la periferia y el centro de la nación central; una mayor discordancia entre ambas periferias y una discordancia interna mucho mayor en la periferia que el centro.

El dominio central se debe a la recreación de sus propios modelos. Las élites periféricas actúan de facilitadoras de las transferencias centro – periferia a todos los niveles: flujos de información unilaterales, reproducción de actividades económicas, transferencias de tecnología, transferencias de modelos profesionales y transferencia de modelos institucionales.

La interacción vertical entre las unidades del sistema hace que mientras el poder fluye en dirección centro – periferia, los beneficios fluyen en sentido contrario. En esta relación de dominio, los medios de comunicación son una herramienta esencial que permite mantener la sintonía de la élite periférica con el status quo dominante. De la asimetría se deriva:

- **La uniformización cultural.** La comunidad de intereses entre las élites se basa en la uniformidad cognitiva. Se trata de que las culturas se asemejen cada vez más. No se produce interculturización, sino un tipo de comunicación en la que la élite periférica acerca su sistema de valores a los de la élite central hasta confundirlos. Aparece así un elemento de alienación, que anula las culturas nacionales, lima diferencias y presenta un solo modelo de sociedad.
- **La información pasa a ser una mercancía.** El factor de mercado es fundamental a la hora de determinar el flujo internacional de información. El mercado de los medios centrales está allí donde tienen sus oficinas o estudios centrales y en los países industrializados donde hace operaciones comerciales. Los países industrializados, sobre todo EEUU, son los que determinan el valor de las noticias.
- **Aumento de las diferencias entre países.** El flujo internacional de información es unilateral, por lo que en el centro se da sobreinformación mientras que en la periferia se padece subinformación.
- **La dominación político – económica se esconde tras la dominación informativa.** Si podemos hablar de uniformización cultural, información como mercancía esencial del sistema e información vertical que refuerza las asimetrías, entonces los grandes medios de las naciones desarrolladas y aquellos medios periféricos controlados por las élites nacionales son un mecanismo de dominación.

Estas características del sistema internacional de información tienen su origen en los vínculos coloniales previos a 1945, primero, y en la expansión norteamericana de la posguerra, después. Por lo tanto, cualquier análisis que no tenga en cuenta el origen del sistema es un análisis vacío.

Los desequilibrios cuantitativos (las diferencias en los recursos); los cualitativos (la distorsión y la descontextualización) y la imposición de un solo sistema de valores que, además, se presenta como el único digno de ser considerado democrático, son parte de una política global que puede identificarse como imperialista. Y si toda cultura va ligada a su transmisión, la diseminación de los valores de una cultura dominante a través de un uso autoritario de los medios de comunicación social, adopta la forma de imperialismo cultural.

El imperialismo cultural se pone de manifiesto en la transferencia de medios técnicos, en la diseminación mundial de contenidos y en su financiación, así como en las ideologías profesionales para manejar los medios.

Los 3 mecanismos deber ser estudiados conjuntamente. La transferencia de medios estudiada aisladamente sólo muestra aspectos circunstanciales de la dominación.

El control de la comercialización y la financiación mundial tampoco muestra donde se encuentra todos los mecanismos que facilitan la diseminación mundial de una sola cultura. Es decir, la dominación tiene 3 procesos paralelos mediante los cuales se transfieren desde los centros los medios técnicos, los contenidos y las ideologías profesionales para el empleo de los medios. El sistema internacional no es, de otra forma, interdependiente y pluralista, sino interdependiente y autoritario.

- **Transferencia de tecnología**

Dentro del proceso general de transferencia de modelos políticos, jurídicos y económicos, las transferencias de tecnología informativa se inscriben en el contexto general de dominación.

La aparición de una nomenclatura internacional formada por las transnacionales de la comunicación (las mayores empresas del mundo se encuentran en este sector) hace que el proceso por el cual una tecnología se transfiere del centro a la periferia sea inapropiado, puesto que no se transfiere el acceso a la investigación y al desarrollo.

Por otra parte, ninguna tecnología es transferida a la periferia en el momento en que es tecnología punta. Transferencia de tecnología en el contexto autoritario en que vivimos no supone transferencia de conocimientos.

La transferencia tampoco tiene en cuenta las necesidades reales del país receptor, sino las del país de origen.

- **Diseminación mundial de contenidos y formas de financiación**

La diseminación mundial de contenidos y la forma de financiación para esa diseminación internacional otorgan a unos pocos países el carácter de emisor de la comunicación internacional. Las transnacionales han reducido aún más el nº de emisores.

La diseminación internacional de los contenidos constituye un canal por el que es posible mantener un control indirecto de los sistemas de medios.

En la 1ª fase de la expansión transnacional, el interés de los centros estaba en el control directo de los medios.

En una 2ª fase, los centros dejaron de gestionar directamente la propiedad de los medios periféricos para ejercer un control indirecto mediante el control de la comercialización mundial de los contenidos.

El control de la producción y la distribución mundial asegura definitivamente la primacía central.

Este mecanismo indirecto queda completo una vez que la publicidad pasa a ser el medio principal para la financiación de medios públicos y privados. La publicidad refleja la dominación mundial en tanto que las mayores agencias publicitarias son transnacionales y financian las actividades de las transnacionales de la información en todo el mundo.

La agencia de publicidad precisa de medios que puedan llegar a los públicos más propensos a comprar el producto publicitado de forma que, por añadidura, el producto pueda ser promocionado con las mismas programaciones que en los países de origen. La pérdida de calidad y la uniformización son la consecuencia inmediata. Los contenidos se hacen pensando en el anunciante / financiador y no en el receptor. Cualquier consideración cultural resulta ociosa.

- **Transferencia de ideología profesional**

Los medios deben comprobarse, probarse y comercializarse previamente en las naciones industrializadas, de forma que cuando se produce su transferencia al Tercer Mundo, el patrón organizativo y profesional es más importante que la transferencia del propio medio.

No se transfiere solamente la tecnología sino la forma en que debe organizarse y la forma de hacer las cosas con esa tecnología.

La adquisición de las actitudes y las aptitudes necesarias para manejar un medio de manera profesional esconde el adiestramiento de técnicos, periodistas y gestores en los países centrales, con las pautas de los países centrales. Es la ideología lo que se transfiere para conseguir la integración de una cultura nacional en una cultura global dominante.

La **integración** se realiza mediante 3 **mecanismos**:

- **Transferencia institucional.** Las formas institucionales de comunicación social desarrolladas en el Tercer Mundo crecieron a imitación y como prolongación de las existentes en los países industrializados. La transferencia entraña mucho más que una simple copia de organización, puesto que significa la adquisición a gran escala de usos, normas e hipótesis que imponen una forma de organizar los medios sin reparar en posibles preferencias o alternativas en las que el criterio prioritario sea la necesidad nacional y no la necesidad del país ejecutor de la transferencia.

Los países centrales, en cuanto que privilegiados en la formulación estratégica de sistemas de medios, son responsables de las formas tomadas por cada vehículo sucesivo de comunicación de masas.

Cada forma toma su origen en las operaciones comerciales según las condiciones percibidas en el mercado. Estas condiciones se imponen siempre al criterio de necesidad.

Si tomamos como ejemplo el sistema predominante en las agencias de noticias, veremos que el modelo general ha sido extraído de las primeras agencias internacionales..

La gama de contenidos suministrada fue una opción específica para dar respuesta a las demandas de los medios informativos diarios en los países desarrollados.

De la misma forma, los medios audiovisuales de las naciones periféricas surgieron y crecieron a imitación de los medios de sus centros respectivos.

La radio y la TV latinoamericana reprodujo la organización y el uso profesional de las grandes cadenas de EEUU.

En las viejas colonias de Gran Bretaña y Francia los medios de las naciones recién independizadas repitieron los esquemas con que operaban los medios coloniales que, a su vez, eran un calco de los medios de la metrópoli.

- **Adiestramiento y formación.** En los antiguos territorios coloniales los profesionales autóctonos no tenían la capacidad ni la formación necesaria para gestionar un medio de comunicación a nivel de dirección, técnico o periodístico. El caos organizativo y el descenso en la calidad hizo evidente la necesidad de elevar la cualificación de los profesionales. Así, los programas de adiestramiento quedaron totalmente subordinados a los antiguos gestores, ahora repatriados en calidad de asesores o expertos.

Bien fuera desde las antiguas metrópolis (Francia y Gran Bretaña), bien utilizando organizaciones internacionales que controlaban, como la UNESCO y el IPI (caso de EEUU), el adiestramiento se convirtió en una herramienta para mantener los vínculos coloniales.

La formación de profesionales de medios de comunicación ha revestido, históricamente, 2 formas:

- Vinculación de especialistas occidentales a medios del Tercer Mundo.
- Cursos y becas para estudiantes y profesionales del Tercer Mundo en los países desarrollados.

A través de ellos, los sistemas de medios del Tercer Mundo nacieron y se desarrollaron a imagen y semejanza de los medios de las naciones centrales y con tecnología de esas mismas naciones.

- **Ideologías de empleo.** Son mecanismos menos explícitos que los 2 anteriores. Estos valores sobre los modelos profesionales generales y las prácticas concretas son el verdadero generador de la importación del contenido específico de los medios. Si la ideología general es la concepción liberal de la información, la concepción comercial de la comunicación como entretenimiento y la organización de los medios reproduce las de los países centrales, el campo queda abandonado para una importación masiva de contenidos sin más reflexión.

En conclusión, si algo caracteriza al sistema internacional de información son las desigualdades, que no se deben al diferente grado de desarrollo alcanzado, sino a la posición que cada país ocupa en el sistema internacional.

El desarrollo de unos es el subdesarrollo de otros, pero por la deliberada política del centro de mantener a la periferia en la dependencia como medio de mantener su posición de privilegio. Y en la sociedad de la información, la dominación semántica juega un papel mucho más importante que en el origen internacional de posguerra. Cada paso del progreso en materia de tecnología de la información es un paso más en la profundización de las diferencias. Los desequilibrios en el flujo internacional de noticias son menores que los que presenta el flujo de programas audiovisuales y menores que los del sector de la informática y, en general, todas las nuevas tecnologías.

Y mientras el centro del sistema dirige la hegemonía mundial en batallas legales sobre la protección de sus mercados, la periferia observa impotente como las diferencias se agrandan. Por otra parte, en tanto que todos los mecanismos de dominación expuestos siguen teniendo plena vigencia, cualquier nuevo orden pasa por un profundo cambio estructural basado en la solidaridad y no en la imposición bélica de cualquier tipo de liderazgo.

LA DIRECTIVA TELEVISIÓN SIN FRONTERAS (TEXTO DE 1991)

La Directiva tiene por objeto asegurar la **libre transmisión entre los 12 miembros de la CE** de acuerdo con las normas establecidas por el Tratado de Roma y en plena concordancia con el derecho comunitario.

A esos efectos, la Directiva se ocupa de 5 grandes temas:

- La promoción de la distribución y de la producción de programas de TV.
- La publicidad emitida por TV y el patrocinio de los programas.
- La protección de los menores.
- El derecho de réplica.
- Los derechos de autor.

De los 5 puntos, nos parece especialmente llamativa la redacción final que se ha dado a los 2 primeros, los más conflictivos en todo el proceso de discusión, porque son los que ponen de manifiesto la dificultad del proyecto y demuestran que sin una adecuada regulación de la propiedad de las cadenas que van a beneficiarse de la libre circulación, los grandes consorcios pasarán a consagrar legalmente su actual posición de facto o dejarán en bonitas formulaciones todo el texto de la Directiva.

Por lo que respecta al 1º de los puntos, el tema estrella de los debates ha sido la necesidad de que los Estados miembros adopten cuotas de programación comunitarias, que deben ser mayoritarias en un plazo de tiempo relativamente breve.

La Directiva parece asegurar que los “productos europeos” que deberán ocupar más de la mitad de la programación total sean efectivamente europeos, estableciendo normas por las que, bien por la procedencia, bien por la financiación, bien por la producción, las cuotas comunitarias otorguen la mayoría del espacio a producciones realmente comunitarias.

Con ello podría parecer que el torrente de producciones norteamericanas que alcanzan los hogares europeos acaba de encontrarse con un importante mecanismo de freno. Pero la cosa no está tan clara.

En primer término, quedan excluidas de las disposiciones que establece el Capítulo III las informaciones, manifestaciones deportivas, juegos y servicios de teletexto; de forma que la preocupación de la Directiva se dirige sobre todo a los telefilmes, sin reparar en que la dependencia europea no se debe solamente al sector de las películas.

En 2º término no queda clara la consideración que recibirán las producciones realizadas por empresas subsidiarias de empresas no europeas.

La disposición no garantiza que utilizando el truco de empresas subsidiarias radicadas en Europa, los grandes consorcios puedan seguir inundando nuestras pantallas de productos no europeos, pero dotados, ahora sí, del sello “made in Europe”. Pero es más, aunque las medidas descritas impidiesen ser burladas por ese procedimiento, al Artículo 4º de la Directiva deja definitivamente sin resolver el problema al establecer que “los Estados velarán siempre que sea posible y con los medios adecuados” por el cumplimiento de la normativa.

¿Cómo debemos entender ese “siempre que sea posible”? En cualquier caso, nada impedirá programar cuotas comunitarias de tal forma que se puede mantener en los segmentos de máxima audiencia las producciones no europeas. La posibilidad de que podamos ver una “soap opera” norteamericana a las 10 de la noche y una producción europea a la una de la madrugada es algo más que una hipótesis de trabajo.

Finalmente, se echa en falta una adecuada referencia a la calidad de las producciones europeas. Una versión comunitaria de Falcon Crest se adaptaría a la Directiva, pero sería igualmente despreciable desde criterios culturales.

En el tema de la publicidad y el patrocinio, la Directiva contiene aspectos mucho más positivos y establece normas que van a contribuir a dulcificar el aluvión de reclamos publicitarios que hoy inundan nuestras pantallas.

En el mismo caso, está el patrocinio de programas que no es otra cosa que una incitación constante a la compra de los productos de un patrocinador, no siempre identificado de forma clara.

La Directiva se ha ocupado aquí tanto del monto total de la publicidad que podrá emitirse en un solo día como de la interrupción de los programas. Se fija un porcentaje máximo del 15 % diario y se obliga a la identificación de los patrocinadores y a la separación tajante de contenido y publicidad comercial.

Sin embargo, a pesar de que se indica con claridad que la publicidad en programas que consten de varias partes autónomas o en los deportivos y espectáculos que tengan intervalos “sólo podrá insertarse publicidad entre los intervalos o partes autónomas”; nada impide que las partes autónomas de un programa se fijen de acuerdo con las necesidades de los patrocinadores o anunciantes, con lo que la constante interrupción de un programa queda dentro de lo posible.

Igualmente peligroso es que las series, las emisiones deportivas, de entretenimiento y documentales quedan excluidos de la limitación de un corte publicitario cada 45 minutos.

A pesar de que el Parlamento Europeo ha invitado a la Comisión a que adopte una línea de acción orgánica que abra la posibilidad de construir un sistema de TV europeo, plurilingüe y que garantice el pluralismo cultural, impidiendo la creación de monopolios en el sector de la información, ni la Comisión ni el Consejo han prestado atención a las reflexiones de los eurodiputados.

En las instancias ejecutivas de la Comunidad, singularmente en la Comisión Europea, no parece interesar la constante mezcla de las motivaciones económicas y las motivaciones culturales.

Para el Parlamento, las perspectivas que ofrece la “TV sin fronteras” podrían quedar reducidas a sus aspectos mercantiles, sin fomentar por ello los intercambios entre naciones y sin preservar la riqueza cultural de cada Estado, mientras que para la Comisión todo es un problema de libre comercio y libre circulación.

A pesar de que el Dictamen Barzanti señala como “es necesario que la Comunidad emprenda, con severidad y competencia, la lucha contra esas tendencias patológicas hacia la concentración multinacional que amenaza con destruir la competitividad bien entendida y la multiplicidad real. Si el mercado queda dominado por una situación de oligopolio excesivo, como ya lamentablemente ocurre, se correrá el riesgo de no disfrutar de la libertad de elección ni de una mayor riqueza de la información y conocimiento, sino de una mediocridad generalizada que podría incluso terminar con una irrepetible merma de la especificidad europea”.

El texto final de la Directiva recoge el problema en los siguientes términos: “Considerando que es esencial que los Estados miembros velen para que no se cometan actos que puedan resultar perjudiciales para la libre circulación y el comercio de las emisiones televisivas o que puedan favorecer la creación de posiciones dominantes que impondrían límites al pluralismo y a la libertad de información televisiva, así como a la información en su conjunto”.

No hay una sola referencia más al problema de la concentración de la propiedad, a pesar de que el Dictamen Barzanti ya había juzgado muy duramente la agresividad y la interdependencia de grupos privados que “actúan sin escrúpulo a nivel multinacional, sirviéndose de frecuencias de transmisores marginales y oportunos, en condiciones de ocupar el espacio europeo”; por lo que invita a la Comisión a contrarrestar el fenómeno anormal y deformante de la concentración y degradación mercantil del audiovisual europeo.

Podría alegarse aquí que la Directiva no es el lugar adecuado para legislar en el sentido propuesto por el Parlamento, cosa que es cierta, pero el problema es precisamente que la Comisión no se ha ocupado jamás del problema, a pesar de que la adopción de medidas

antimonopolio es una necesidad imperiosa, tanto para la Comunidad en su conjunto como para cada uno de los 12 Estados miembros.

Algunos funcionarios comunitarios opinan que la posición del Parlamento es inadmisibile, en tanto que poner trabas al libre mercado es violar el Tratado de Roma. La respuesta no puede ser otra que la que el mismo Dictamen Barzanti proporciona.

En primer lugar, la legislación antimonopolio no tiene por qué oponerse al Tratado pero es que, además, de lo que se trata es de hacer una interpretación contemporánea del Tratado con el fin de lograr que la revolución de la información, con su mito de la "aldea global incorporado", no deje reducido el problema a sus dimensiones económicas sino que se transforme en instrumento de un intercambio cultural extenso que refleje el pluralismo de las ideas y las tradiciones, sirviendo al mismo tiempo de elemento de refuerzo de las libertades individuales. Por el contrario, si no se toman medidas severas y eficaces, el resultado será la progresión geométrica de la uniformización.

Concluyendo, la necesaria consecución de un mercado común de la información, del que la TV es pieza fundamental, no pueda significar la reducción de la capacidad de iniciativa en materia de emisiones, ni merma para la diversidad cultural de Europa.

Como sentencia el Dictamen Barzanti: el problema de la TV europea es también un problema de democracia y en esto consiste uno de los aspectos que hacen que sea de toda actualidad.

14. DATOS

EL NOMIC: DE ARGEL A BELGRADO

El debate en torno al NOMIC está directamente relacionado con el surgimiento del movimiento de países no alineados (MPNA) y el tercer mundo en general como un nuevo actor en el debate internacional. Es a partir de su presión que las Naciones Unidas son entendidas como un espacio de disputa e intercambio multilateral en el que las naciones participan en relaciones de mayor igualdad que en otros organismos, o relaciones bilaterales. La UNESCO asumió el espacio particular de discusión de lo concerniente al debate en torno al desequilibrio de los flujos de información y la Comunicación.

Esto fue posible porque después de la II GM el escenario geopolítico mundial sufrió profundas alteraciones. Inicialmente, la tensión Este-Oeste configuraría la principal controversia en el plano de las relaciones internacionales.

Sin embargo, durante las décadas de los 50 y 60 este mapa se modificó drásticamente a partir de los procesos de liberación e independencia de las otrora colonias convertidas en naciones independientes.

Estos países reconocieron que sus intereses se encontraban por fuera de esta disputa y comenzaron a cuestionar la distribución de la riqueza a nivel mundial. De esta forma, progresivamente el llamado "Tercer Mundo" pretendió despegarse de la disputa entre los grandes bloques e incorporó una nueva tensión: Norte-Sur.

No obstante, es claro que los "no alineados" no pudieron mantenerse totalmente al margen de los bloques en disputa en la Guerra Fría. Ante la imposibilidad de imponer una agenda propia, el bloque soviético impulsará los reclamos del MPNA. Este apoyo será cuestionado por los países occidentales que invertirán la relación y acusarán al MPNA de desarrollar las posiciones del bloque del Este.

De esta forma, se empezaron a configurar los reclamos de los "no alineados" en torno a una cantidad de elementos estratégicos, en principio económicos y sociales, pero que luego irían desplazándose hacia los problemas de la Cultura y como una expresión de ella: la comunicación.

En otras palabras, tras la explicitación y la denuncia de la dependencia económica que estas naciones sufrían respecto de los países centrales aparece la denuncia de la dependencia cultural, tecnológica e informacional. Esta discusión se sostendría en los organismos multilaterales dependientes de la ONU, en particular, la UNESCO.

Cabe destacar que en un tipo de confrontación como la existente durante la Guerra Fría, en la cual la utilización de las armas nunca llega a darse declaradamente, la disputa cultural, ideológica y de flujos informativos asume un carácter estratégico.

En este marco, la discusión respecto a los flujos informativos impregnará, en particular durante la década de los 70, la agenda internacional como nunca antes. A la ya presente premisa de la necesidad de un "libre flujo de la información" defendida durante años por algunos de los principales países desarrollados, el movimiento de países periféricos interpondrá la exigencia de que dicho flujo debía ser, no sólo "libre" sino también "equilibrado".

El diagnóstico evidente de estos países era que la información que recibían del mundo pero también de los hechos acaecidos en sus propios territorios les llegaba procesada por 4 agencias internacionales (AP, UPI, Reuters, France Press). Es así, que un nuevo eje se incluye en la agenda internacional: el **desequilibrio de los flujos de información**.

En tal sentido, se puede visualizar como un punto claro de inicio, a pesar de haber algunos antecedentes, la **IV Conferencia de Jefes de Estado y Gobierno de los Países No Alineados que se desarrolló en Argel en 1973**.

A partir de allí se pueden reconocer 3 etapas en el debate internacional sobre los flujos informativos y la comunicación:

- Surgimiento y estructuración de las demandas periféricas.
- Búsqueda de conciliación en el seno de la UNESCO y de intentos de cooptación de las propuestas del sur por parte de los centros de poder transnacional.
- Una mayor particularización de las posiciones en el interior del Tercer Mundo, así como divergencias en el interior de los países capitalistas desarrollados.

En dicha conferencia aparecerán los reclamos que plantean la necesidad de reafirmar la identidad cultural y nacional y acabar con las secuelas de la era colonial, de la dependencia cultural. La información será reconocida como un valor imprescindible en dicho proceso y surgen algunos atisbos de cooperación Sur-Sur.

En 1974, en la Asamblea General de las Naciones Unidas los países del Tercer Mundo plantearon la necesidad de un **Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI)**. Esto es, la exigencia de un nuevo y más justo reparto económico se desarrolla paralela a la discusión respecto de los desequilibrios en los flujos de información. Evidentemente, el poder económico no era separable de las capacidades de producir y distribuir información.

Paralelamente al debate en torno al establecimiento de un nuevo orden de la información y la comunicación, numerosas voces se alzaron para sostener la necesidad de implementar **Políticas Nacionales de Comunicación (PNC)**. Esta posición partía del acertado supuesto que de nada valía democratizar las relaciones internacionales en materia de comunicación si al interior de los países desarrollados se mantenían situaciones inequitativas. Sucesivas reuniones intergubernamentales de políticas de comunicación permitieron delinear la base conceptual de una comunicación democrática en la que no podía faltar aspectos como acceso y participación, servicio público y planificación de la comunicación. La comunicación se pensaba como una instancia fundamental, que debía articularse con el conjunto de políticas de los países en su proceso de transformación.

La **Asamblea General de la UNESCO llevada a cabo en Belgrado en 1980** derivó en la aprobación del informe MacBride y marcó el comienzo del declive de la lucha por el NOMIC. No puede considerarse la derrota de los planteamientos de MacBride desligada de la derrota del movimiento político que la impulsaba. El triunfo de las ideas neoliberales a nivel mundial, especialmente en el plano político, supuso entre otras cosas que desapareciera el contexto político que había permitido el desarrollo del MacBride.

El programa que tuvo continuidad luego de Belgrado fue el **PIDC (Programa internacional para el desarrollo de la comunicación)** que pretendió generar flujos de transferencia tecnológica desde los países centrales hacia los periféricos. Pero el programa rápidamente se verificó insolvente para producir algún cambio significativo.

El PIDC constituyó una de las vías por las cuales el debate se diluyó y, a la vez, estimuló el progresivo paso a relaciones bilaterales en lugar de las multilaterales.

Por otra parte, no puede dejar de señalarse el cambio en la agenda de la UNESCO, y la inefable labor desarrollada por su nuevo Director General, el español Mayor Zaragoza, en sepultar todo el proceso del MacBride.

LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: DE BUENOS AIRES A GINEBRA

En términos económicos, los comienzos de la década de los 70 iniciaron una etapa de crisis en la economía mundial que luego se conocería como el "largo declive". Destacaron la crisis por el aumento del precio del petróleo, el estancamiento con inflación de las principales economías

mundiales con la consabida caída de los niveles de rentabilidad, el aparente agotamiento de una economía basada en la producción en serie de bienes masivos de consumo y la crisis fiscal de los "Estados de Bienestar" de los países centrales acompañada de un pronunciado decaimiento en los niveles de productividad.

Será en los 80 cuando se consolide el neoliberalismo como un intento de redefinición económica que desarrollará su plan de privatizaciones y ajustes en sectores que, hasta allí, habían sido indiscutible potestad del Estado como las telecomunicaciones o los medios masivos de comunicación en Europa.

Mientras tanto, el poder del capital financiero aumentaba, auspiciado por la desregulación del sistema en 1979 y en su utilización de las **NTIC's (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación)**, aportando al mismo tiempo a la profundización del proceso de internacionalización de la economía.

Luego, la caída del bloque soviético agregaría la consolidación de la hegemonía militar norteamericana y la instauración del mercado como único mecanismo de asignación de recursos.

De este modo, la década de los 80 se caracterizó por la gestación de los procesos de desregulación, privatización y retraimiento del Estado en los aspectos cruciales del desarrollo económico y particularmente todo lo relacionado con el mundo financiero y las telecomunicaciones.

El avance del neoliberalismo sobre las empresas del Estado se plasmó en el ingreso de los grandes conglomerados transnacionales en las telecomunicaciones con la liberación de dichos mercados considerados hasta ese momento como "monopolios naturales", junto con la privatización del sistema televisivo en los países en los que aún seguía bajo la órbita del Estado.

Toda la matriz de pensamiento neoliberal, encabezada por el trío REAGAN / THATCHER / KOHL, llevó adelante una ofensiva contra el papel redistributivo del Estado Benefactor de posguerra.

En este contexto, el proceso de concentración de la propiedad de los mass media y las industrias culturales avanzaría a pasos agigantados.

Por otra parte, y en forma casi paralela, se iría desarrollando un imaginario prospectivo de fuerte tinte tecnocrático que esbozaría las primeras líneas de lo que luego conoceríamos como **Sociedad de la Información (SI)**.

DANIEL BELL sería, entonces, uno de los pioneros al plantear en 1973 el advenimiento de una "sociedad post industrial", la cual estaría definida por el agotamiento de la industria como motor de la economía, el fin de las ideologías con la llegada de una horizontalidad democrática mundial y la consolidación de un nuevo rol social preponderante para la comunidad científica. Dos años antes, el nipón JACUDI (Japan Computer Usage Development Institute) ya había elaborado un plan que fijaba la "Sociedad de la Información" como "objetivo nacional para el año 2000".

Al poco tiempo, en 1975, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sostendría la idea de constituir una "Sociedad de la Información" (SI).

Éstas fueron algunas de las primeras formulaciones que, desde EEUU, Japón y Europa Occidental, dieron paso a un proceso sostenido de fetichización de la ciencia, el conocimiento y las nuevas tecnologías que perduraría a través de los años anclado en la microelectrónica, la informática, las telecomunicaciones y su potencial convergencia. Luego, aparecería el informe encargado por el gobierno francés a Simon Nora y Alain Minc en 1978 y la ya mencionada desregulación del sistema financiero en 1979.

Todo esto en un contexto de acelerado desarrollo tecnológico fuertemente atravesado por la necesidad de la carrera armamentista.

Ya en 1969 habían comenzado en EEUU los primeros experimentos con redes de fuentes de información interconectadas que no tenían otro objeto que el resguardo de dicha información frente a un posible ataque nuclear sobre cualquiera de sus "nodos". La información propiamente dicha era ya considerada un elemento de carácter estratégico en términos militares.

Desde aquí hasta el desarrollo abierto y comercial de Internet existió un proceso que no estuvo exento de contradicciones.

La participación de comunidades de universitarios en los avances y descubrimientos de las posibilidades de la tecnología confrontaba claramente con las nociones del tratamiento de la información como algo secreto y circunscripto a los círculos militares.

Esta contradicción se expresaría finalmente en la oposición entre la gratuidad (información = bien público) y la mercantilización (información = mercancía restringida = bien privado) en los contenidos de la red.

La idea de "Sociedad de la Información" también tuvo su apoyo en el desarrollo de nuevas posibilidades técnicas en lo que hace al almacenamiento, transmisión y manejo de grandes paquetes de información a partir de la digitalización de las señales.

Esto daría lugar a una transformación cualitativa y cuantitativa de todo el medio televisivo para el formato abierto, por cable y satelital.

De la misma forma sucedió con el desarrollo de las telecomunicaciones, primero las fijas y luego las móviles, deviniendo en un crecimiento exponencial de la cantidad de señales y el consiguiente aumento del tráfico.

Así, en marzo de 1994, un año clave en lo que hace al proyecto SI, ambos procesos, el neoliberalismo y el imaginario ligado al desarrollo tecnológico empiezan a confluir.

Al Gore, entonces vicepresidente de EEUU, lanza en Buenos Aires formalmente el proyecto de construir una **Infraestructura Global de la Información (GII)** basada en las "autopistas de la información".

En aquella presentación remite a los 2 aspectos fundamentales que hacen a la base del proyecto de la sociedad de la información:

- La promesa de respuesta económica para la crisis del capitalismo posfordista.
- La democratización ineluctable que devendría de las nuevas autopistas de la información.

Gore destacaba 5 principios de su política "la inversión privada, la competencia, el acceso abierto, un marco regulatorio flexible y el acceso universal" y subrayaba "Privatización, competencia y liberalización permanecen como piedra angular de nuestra política". Asimismo, denominaba a los ciudadanos norteamericanos como "clientes" del Estado.

En la misma línea, y en el mismo año, el informe Bangemann en Europa, en el marco de la CEE, sostiene la necesidad de arribar a la **Sociedad Global de la Información**, que supone la necesidad de una interrelación estrecha entre la tecnología plasmada en las redes y el mercado.

En 1995, el G7 convalida la **Global Information Society** sobre la base antes planteada de apertura, liberalización y dejar actuar al sector privado.

La apertura comercial de Internet consolida estas afirmaciones y da lugar a un crecimiento desmesurado no sólo de la Red, sino de las expectativas puestas sobre ella y sus futuros rendimientos económicos.

En 1997, el Libro Verde de la Convergencia continúa en la línea de lo propuesto por el primer Informe Bangemann.

Un nuevo actor que se incorporará a las problemáticas infocomunicacionales será el ex – GATT devenido en OMC. El Acuerdo General sobre Aranceles de Aduanas y Comercio

(GATT), creado en 1947, inició en 1986 lo que se conoció como Ronda Uruguay y que culminaría en Marrakech en 1994 incorporando los servicios (GATS) y la propiedad intelectual (a través del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC) al movimiento supervisado por la OMC dirigido a la liberalización, privatización y desregulación del comercio audiovisual, la propiedad intelectual y las telecomunicaciones.

En esos años aparece una de las sistematizaciones teóricas más rigurosas sobre la tensión Tecnología - Sociedad. De la mano de MANUEL CASTELLS se sitúa el concepto de “modo de desarrollo informacional”.

El autor catalán construye su conocida trilogía denominada “*La era de la Información*”, donde define a los modos de desarrollo como “*los dispositivos tecnológicos mediante los cuales el trabajo actúa sobre la materia para generar el producto, determinando en definitiva la cuantía y calidad del excedente. Cada modo de desarrollo se define por el elemento que es fundamental para fomentar la productividad en el proceso de producción*”.

Sin embargo, la relación entre la economía y la tecnología se hará sentir fuertemente en la 2ª mitad de los 90 de la mano de los gurúes de *Business Week* o *Wired*. Rápidamente se hablará de la *new economy*.

En 1999 la Red obtendrá los mayores niveles de capitalización bursátil en lo que, a todas luces, es una burbuja especulativa.

El mes de marzo del año 2000 verá el principio del fin. El indicador bursátil Nasdaq, que expresa en EEUU la cotización de los valores tecnológicos, empieza a caer incesantemente y todas las expectativas se empiezan a diluir con la misma rapidez que habían emergido.

Luego de la gran caída de los valores tecnológicos y la quiebra de varias empresas de telecomunicaciones, parecía que el avasallante proyecto de la SI tocaría su fin.

Sin embargo, el respaldo de la Asamblea General de la ONU a una iniciativa de 1998 de la ITU para llevar a cabo la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información reactivó el debate.

En 2 fases, Ginebra (Suiza) 10-12 de diciembre de 2003 y Túnez (Túnez) 16-18 de noviembre 2005, 20 años más tarde vuelve a aparecer el debate multilateral sobre la información y la comunicación.

TODO CAMBIA, TODO QUEDA

El informe Mac Bride fue el punto de llegada de un proceso arduo y que contribuyó a ponderar las discusiones en torno a los derechos humanos vinculados a la comunicación y la información y a la puesta en cuestión de las situaciones de desequilibrio informativo.

En este sentido, es importante resaltar que el periodo de silencio multilateral acerca de las cuestiones mencionadas de ninguna manera implicó que nada estuviera sucediendo. Como resultado de ello hubo varios desplazamientos:

- **El mapa mediático hoy debe ser denominado “multimediativo” y algunos grupos superan en su facturación al PBI de varios países, sin embargo, los medios tradicionales parecería que poseen poca importancia en la nueva comunicación digital.**

Ha resultado llamativo que después del proceso de concentración de las industrias culturales en general y los medios masivos en particular, donde la mayor parte de los bienes culturales y la información mundial es producida y controlada por unos diez grupos globales, la Declaración de la CMSI no haga referencia:

- A la concentración de la propiedad y su correlato nocivo en la pluralidad de voces y de que modo esto afecta la democracia tanto como el abuso del Estado.

- Que se refiera en párrafos sumamente escuetos a “los medios tradicionales” destacando la necesidad del apegamiento a la legislación nacional en materia de propiedad y en materia de asignación de frecuencias.
 - Que se obvие el rol de los medios comunitarios, en un proyecto de Sociedad de la Información que pretende saldar las brechas y ser “para todos”.
 - Que se pase por alto el papel de los medios públicos y se asigne al Estado sólo el lugar de quien debe “velar por la libre competencia”.
- **El concierto de naciones que naturalmente debatía en el seno de la UNESCO hoy tiene un nuevo espacio de discusión en la UIT (organización netamente técnica), transformando ciertos conceptos caros al Mac Bride como Acceso y Participación en nociones meramente técnicas de “acceso digital”.**
 El desplazamiento de la UNESCO a la UIT es coherente con el final del debate del NOMIC. Debe considerarse que durante la década de los 90 fue la principal impulsora de los procesos de liberalización y privatización de los diferentes mercados de telecomunicaciones.
 En este marco, a su vez, debe subrayarse el hecho de que fenómenos intrínsecamente culturales como la comunicación son derivados en el debate internacional a un organismo de carácter técnico y no a su organismo natural que sería aquel encargado de la cultura y la educación, la UNESCO.
 - **Por las propias características de la organización convocante, existen nuevos interlocutores para los Estados que ya no se constituyen sólo en otros Estados nación sino que se agregan las corporaciones del sector privado y, en menor medida, la sociedad civil.**
 El propio pasaje de la UNESCO a la UIT tuvo como corolario el hecho más que trascendente de que se incorporara con voz y sin voto, pero con una atención que superó ampliamente a la dispensada a las organizaciones de la sociedad civil, a las corporaciones privadas. Lo cual se sumó a que algunas cámaras empresarias de medios se incorporaron como parte de la sociedad civil.
 - **El desequilibrio de la información ahora se denomina “brecha digital”.**
 Uno de los términos en boga en los últimos años es el de brecha digital. Indudablemente las asimetrías en materia de conectividad son alarmantes y es necesario no desconocerlas. Se manifiestan en diferencias entre naciones, pero también hacia dentro de los países entre las zonas urbanas y las rurales, entre ciudades, así como entre regiones.
 La brecha original es socioeconómica y de allí en más podríamos hallar una multitud de brechas, entre las cuales aparece la digital o tecnológica.
 - **La realización de un Programa Internacional para desarrollo de las Comunicaciones ahora de se denomina “Fondo de Solidaridad Digital”.**
 La propuesta de que se cree, amparado por la Cumbre, un Fondo de Solidaridad Digital posee muchos puntos de contacto con el viejo PIDC.
 Sin embargo, en aquel programa de los 80 cada Estado aportaba sobre la base de su aporte económico a la UNESCO.
 En 2003, las propuestas impulsadas plantean que los consumidores de bienes informáticos de los países centrales donen 1 ctvo al Fondo en cuestión. Ahora bien, se está trasladando el costo del desequilibrio mundial a los propios consumidores y exceptuando a los países ricos y sus grandes corporaciones de hacerlo.
 - **Los países periféricos, no han dejado de serlo, pero no se presentan en bloque como los “no alineados”.**

Después del final de la Guerra Fría y la caída del muro, se ha vuelto común que, desde el paradigma de la globalización, se nos intente hacer creer que aquella vieja división entre centro y periferia no existe más.

Es cierto que ya no será la fractura Este / Oeste la que defina el escenario geopolítico, pero se mantiene la distancia Norte / Sur.

- **La sociedad civil reaparece en un lugar sumamente importante incluyendo en su seno a la Academia, que sí había participado anteriormente.**

Uno de los logros más importantes de la primera etapa de la Cumbre ha sido el papel que ha logrado jugar lo que se conoció como Sociedad Civil.

- **Algunas ideas fuerza de los 70's como el "Free flow of information" han dejado paso a nuevas ideas fuerza como el "entorno habilitador".**

Si bien señalábamos que ciertos ejes que persisten del NOMIC a la CMSI hay algunos desplazamientos conceptuales interesantes, uno de ellos fue la escasa presencia del "free flow of information" y la aparición del "entorno habilitador".

Este último constituye la consolidación del modelo privado ligado a la información y comunicación donde el Estado se limita a propiciar el desarrollo del mercado sin intervenciones, convirtiéndose en el garante de la libre competencia, obligado a corregir los fallos del mercado, aún asumiendo un claro papel subsidiario.

- **Aparecen nuevos ejes de debate, propios del desarrollo tecnológico y del uso social de las tecnologías como el software libre y la propiedad intelectual.**

Han aparecido nuevos ejes de debate como el Software libre y junto a él el debate en torno a la propiedad intelectual, el dominio público y los ADPIC's (TRIP's en inglés).

Son fenómenos que han aparecido bajo contextos enteramente nuevos y no habían estado presentes en la década de los 80.

Las gestiones de la OMC con el fin de mercantilizar la producción cultural en términos de servicios impone un nuevo elemento de disputa en la agenda.

- **El proyecto de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación devino en el proyecto de la Sociedad de la Información.**

El desplazamiento de conceptos como "comunicación" presente en la denominación del NOMIC y abandonado en la CMSI no es menor.

15. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

En EEUU los medios de información son **empresas comerciales** que dependen de la **publicidad** y las **ventas**; sus propietarios siempre han hecho todo lo posible por agradar a una amplia audiencia.

El derecho del público a la información es uno de los principios básicos de la sociedad norteamericana.

LA PRIMERA ENMIENDA

Para garantizar el flujo saludable y absoluto de la información, se reconoció la libertad de prensa como uno principio fundamental en la Carta de Derechos Humanos. Las 10 primeras enmiendas a la Constitución fueron proclamadas en **1791**.

Primera Enmienda: "el Congreso no promulgará ley alguna. . . que menoscabe²¹ la libertad de expresión, o la libertad de prensa. . ." Esto significó que cualquier persona rica o pobre, independientemente de sus creencias políticas o religiosas podía publicar cuanto deseara. Sin embargo, en los últimos dos siglos, los medios de comunicación se han vuelto infinitamente más complejos.

Los medios surgidos de la imprenta eran escasos y sencillos: **periódicos, folletos y libros**. Actualmente, en los medios se incluyen **la TV, la radio, el cine y la TV por cable**.

El término "prensa" se ha ampliado para abarcar todas las actividades que se dirigen a difundir noticias por cualquier medio, no sólo a través de la letra impresa. A esas diversas organizaciones se les llama, los "medios noticiosos".

Los medios han creado un sistema nervioso complicado que va configurando los valores y la cultura de la sociedad americana. Así pues, todos los estados del país han quedado más estrechamente vinculados, y **los medios han ayudado a reducir las diferencias y costumbres regionales. Los medios proporcionan a la población una experiencia común y compartida.**

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS

Los medios electrónicos e impresos de difusión masiva de EEUU proporcionan en la década del 90 una **gama de opciones de noticias y entretenimiento que es la más amplia del mundo**. Los medios informativos están muy extendidos en la sociedad norteamericana.

Los medios de difusión masivos se han convertido en un negocio de grandes proporciones, el **noveno de la nación después de la industria aeroespacial**, y antes de la industria de equipos y componentes electrónicos.

Los medios informativos son el gran motor que activa la sociedad consumista. Emplean a cientos de miles de técnicos, escritores, artistas, intérpretes e intelectuales. Moldean actitudes y creencias, y ponen las imágenes del mundo en la mente de todos.

La **prensa o "el cuarto poder"** también desempeña una función primordial como **guardián de la Constitución de EEUU**, adoptada en **1789**, que estipula que **el Congreso no pondrá en vigor leyes que limiten la libertad de prensa**.

Los medios de comunicación de EEUU vieron el **primer periódico en 1690**.

²¹ Deteriore.

Cincuenta años después (1740), **comenzaron a aparecer revistas** en varias de las principales ciudades norteamericanas.

La **llegada de la radio** comercial a **inicios del siglo XX** puso **fin al monopolio de la prensa**. Dio al público nacional e internacional, un acceso a programas grabados en vivo.

Poco después de la **Segunda Guerra Mundial**, la **TV**, un medio todavía más poderoso, entró en escena y rápidamente conquistó al público norteamericano.

Por ello, **los demás medios informativos se han diversificado para hacer frente al atractivo dominante de la TV**.

Aún así, el número de periódicos independientes de EEUU ha mermado considerablemente en las últimas dos décadas y se observa una **mayor concentración de propietarios de grandes cadenas**.

En los '80, la llegada de la red de noticias por cable (**CNN**²²) dio comienzo a una tendencia que ha convertido a la TV por cable en un contrincante importante de las tres grandes cadenas comerciales: la **ABC**, la **CBS** y la **NBC**.

Una cuarta cadena, la **FOX**, también comenzó a retar a las tres grandes en 1986, y en 1995 hicieron su entrada otras dos cadenas nacionales: la **Warner Brothers (WB)** y la **United-Paramount (UPN)**.

El **periodismo investigativo**, una tendencia que culminó con el escándalo de **Watergate** a **principios de los años 70**, benefició a este tipo de periodismo para renovar su credibilidad, cuestionada hasta años anteriores. Los periódicos y otros medios se dedicaron con interés durante la década del 80 a **informar de forma más ética** y a utilizar recursos tales como un **código profesional, consejos de prensa**.

Según fueron aumentando los medios de difusión masiva, la **FCC (Comisión Federal de Comunicaciones)**, el organismo vigilante de los medios de difusión por radio y TV, comenzó a aflojar las normas impuestas a estos medios: **augmentó el número de canales que un solo propietario podía tener** y anunció que **ya no pondría en vigor la Doctrina de Imparcialidad** (conceder la misma cantidad de tiempo a los de diferente persuasión política).

Los **medios interactivos**, impulsados por el avance de la tecnología digital y la creciente convergencia del ordenador, el teléfono y la TV por cable, representan la principal tendencia que se ha registrado a comienzos de esta década. Ejemplo de esta tendencia es el sistema de cable de fibra óptica instalado en todo EEUU.

Este mercado, que cada vez se hace mayor, guarda posibilidades de empleo para periodistas y, por consiguiente, el periodismo ha seguido atrayendo a un gran número de estudiantes norteamericanos y extranjeros en EEUU.

LOS PERIÓDICOS

En 1990 la prensa de EEUU celebró su **300° aniversario como institución y como guardián de la democracia**. El primer periódico de EEUU, "**Publick Occurrences: Both Foreign and Domestick**" (Sucesos públicos: extranjeros y nacionales) tuvo un solo día de vida, el 25 de septiembre de 1690, pues su **publicación fue suprimida por las autoridades coloniales británicas**.

No obstante, surgieron muy rápidamente otros periódicos en las colonias norteamericanas y, para 1730, la prensa había alcanzado el reconocimiento suficiente para poder desafiar seriamente a los gobernantes ingleses.

²² Fundada en 1990.

En la década de 1820, se publicaban en EEUU unos 25 diarios y más de 400 semanarios. Horace Greeley fundó el *New York Tribune* en 1841 el cual rápidamente se convirtió en el periódico de más influencia en EEUU.

Otros diarios importantes tales como *The New York Times*, *The Chicago Tribune* se fundaron en la década de 1850. Dos gigantes de la prensa, **Joseph Pulitzer** (1847-1911) y **William Randolph Hearst** (1863-1951), comenzaron a establecer sus imperios de prensa después de la Guerra Civil (1861-1865).

Su feroz competencia produjo el "***periodismo amarillo***" o **sensacionalista**, que a menudo proporcionaba informaciones falsas para atraer al público lector. **Las cadenas de periódicos propiedad de un solo dueño fueron una característica dominante a principios del siglo XX.**

A pesar de la seria competencia que ha presentado la TV después de la Segunda Guerra Mundial, el número de diarios disminuyó poco. Sin embargo, el número de periódicos dominicales aumentó. Lo cual eleva **el total de periódicos diarios y dominicales de EEUU a 2.423**. Los periódicos con mayor número de tirada son: ***The Wall Street Journal*, *USA Today*, *The New York Times*, *Los Angeles Times* y el *The Washington Post*.**

El más nuevo de los cinco principales diarios, ***USA Today***, comenzó en 1982, después de una extensa investigación del mercado. Ha sido un experimento audaz emprendido para hacer un **diario verdaderamente dirigido a la población móvil urbana interesada en noticias breves o "cápsulas", en lugar del tradicional análisis de noticias.**

Apodado **McPeriódico**, el *USA Today* ha prosperado al **adoptar las técnicas de TV al formato de periódico**; es decir, dando más énfasis a las imágenes visuales con despliegues de **fotos a colores, dibujos y gráficas.**

Los distribuidores automáticos del *USA Today* hasta se asemejan a un televisor.

El ***International Herald Tribune***, propiedad de *The New York Times* y de *The Washington Post*, es verdaderamente un **periódico internacional** ya que se imprime vía satélite en 11 ciudades del mundo y se distribuye en 164 países.

A partir de los '90, los periódicos compiten por sus ganancias en publicidad junto a toda una gama de medios especializados y dirigidos a segmentos de la sociedad. **Los periódicos dependen de la nueva tecnología para afrontar estos nuevos retos.**

LAS REVISTAS

Las primeras revistas norteamericanas aparecieron medio siglo después de los primeros periódicos y les tomó más tiempo conquistar a un amplio público.

Andrew Bradford publicó la primera revista en Filadelfia en 1741, pero sólo duró tres meses. En 1893, comenzaron a aparecer las **primeras revistas de circulación masiva a un precio de diez centavos de dólar.**

En 1923, **Henry Luce** inventó el **concepto de las noticias semanales** y creó un semanario titulado ***Time***. Tanto esta revista como su principal contrincante, *Newsweek*, poco a poco fueron ganando un lugar importante debido al **análisis a fondo de los acontecimientos nacionales e internacionales. El advenimiento de la TV significó la ruina de varias de las revistas.**

Los directores de revistas intentan cada vez más atraer a un público mejor definido en lugar de a todo el público en general. **Han tratado de dirigirse a diversos segmentos del público lector.**

En septiembre de 1993 **Time** se convirtió en la primera revista en proporcionar a sus lectores una versión en línea, a la cual tienen acceso sus lectores antes de la publicada. Por medio de *Time Online* es posible el diálogo electrónico entre los lectores y los directores y reporteros de la revista, y el intercambio de ideas y cartas por correo electrónico.

Al igual que sus colegas de los periódicos, los **directores de revistas se aprovechan de la nueva tecnología para llegar a un público internacional.**

La revista *Time*, por ejemplo, trasmite toda su revista de Nueva York a Hong Kong y a Singapur cada semana. *Time*, *Newsweek* y otras revistas norteamericanas imprimen ediciones internacionales dirigidas a regiones geográficas. *Cosmopolitan* se distribuye en 70 países y *Vogue* cuenta desde hace años con un público lector internacional.

LA RADIO

El comienzo de la radiodifusión comercial en EEUU, en 1920, puso fin al monopolio de la prensa escrita en los medios de información y abrió las puertas a los medios electrónicos más inmediatos y generalizados.

La radio creció rápidamente hasta convertirse en la fuente principal de entretenimiento e información de los norteamericanos durante la Depresión y la Segunda Guerra Mundial.

El Presidente Franklin Delano Roosevelt reconoció la capacidad potencial de la radio para llegar al público norteamericano y durante sus cuatro períodos presidenciales (1933-1945), sus "charlas al lado de la chimenea" informaban a la nación sobre el progreso en la lucha contra la Gran Depresión y sobre el desarrollo de la Guerra.

Al terminar la Guerra, las imágenes visuales de la TV comenzaron a reemplazar la transmisión auditiva de la radio.

Pero, en lugar de sucumbir, **la radio se adaptó a la nueva situación, reemplazando los programas de entretenimiento por los de música intercalada con noticias y crónicas.**

En la década del 50 los fabricantes de automóviles comenzaron a ofrecer radios como accesorios comunes para éstos, lo cual dio un gran ímpetu a la radio pues la mayoría de los norteamericanos la sintonizaban para oírla en sus viajes de ida y regreso al trabajo.

La expansión y el dominio de las emisoras de FM, las cuales ofrecen mejor calidad de sonido pero tienen un alcance más limitado que las tradicionales de AM, representa el mayor avance técnico en radio en los años **70 y 80.**

Tanto la radio FM como la AM son cada vez más especializadas. La mayoría de estas emisoras son afiliadas a una de las cuatro cadenas nacionales: la **American Broadcasting Company, la Columbia Broadcasting System, la National Broadcasting Company,** y la **Mutual Broadcasting System.**

Estimulada por la tendencia en la TV, **la radio por cable vía satélite hizo su debut en 1990 en Philadelphia.** Sus varios millones de suscriptores pueden recibir más de 50 canales diferentes. La **National Association of Broadcasters**, con sede en Washington, DC, es la asociación gremial más grande de la industria; representa la mayoría de las estaciones de radio y TV de EEUU, incluso las principales cadenas.

LA TELEVISIÓN

Desde la II GM, la TV ha avanzado hasta convertirse en el medio de comunicación más popular en EEUU, cuya influencia se ha sentido profundamente en el proceso electoral del país, así como en el modo de vida de su población.

Al principio, los obtenían la mayor parte de la información de las tres grandes cadenas privadas: **NBC**, la **CBS** y la **ABC** que contaban con el **90% del mercado de la TV desde los años 50 hasta los 70, ofreciendo transmisiones gratuitas.**

Sin embargo, la rápida expansión de la TV por cable durante los años 80, rompió la hegemonía de esas tres grandes cadenas. La **Fox Broadcasting**, fundada por el magnate australiano de los medios de comunicación Rupert Murdoch en 1986, erosionó la proporción de la audiencia que tenían las tres grandes cadenas.

Para 1989, las afiliadas de la Fox tenían audiencias en 90% del país y su programa animado Los Simpson, estrenado en 1990, rápidamente llegó a ser **uno de los 20 programas más populares de TV en el país.**

La Fox fue retada por dos nuevas cadenas nacionales que comenzaron a operar en 1995: la **WB Television Network**, propiedad de los estudios de cine Warner Brothers, y la **United-Paramount Network (UPN)**, que pertenece a la Viacom Paramount Communications y a la Chris Craft Industries.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA

Más de 335 estaciones de TV pública en EEUU son independientes y atienden las necesidades de la comunidad donde están ubicadas. Todas las entidades de la TV pública están vinculadas nacionalmente por medio de tres organizaciones nacionales:

- La **Corporation for Public Broadcasting**, creada por el Congreso en 1967 para canalizar los fondos federales para las estaciones y productores independientes;
- La **Public Broadcasting Service (PBS)**, establecida en 1969 y la cual hoy distribuye programas y opera en el sistema por satélite que une todas las estaciones de TV pública;
- La **Association of Public Television Stations (APTS)**, la cual asesora a sus afiliadas en la investigación y la planificación.

Además de estas estaciones de TV pública, **hay un número creciente de estaciones no comerciales dirigidas por grupos religiosos de diversas iglesias evangélicas.**

El **presupuesto para la TV pública** proviene de los gobiernos estatales y locales y de donaciones de los televidentes, de empresas y de fundaciones privadas.

LA TELEVISIÓN POR CABLE

La TV por cable, **transmitida por cables coaxiales y de fibra óptica**, tuvo su origen en **1948** como **servicio para las personas que viven en las montañas o en sitios geográficamente remotos que no podían recibir las señales de la TV.**

El génesis de la TV por cable, tal como se la conoce hoy, está en el **desarrollo del satélite para comunicaciones internas, aprobado por la FCC (Comisión Federal de Comunicaciones) en enero de 1973.**

La misma tecnología permitió a **Turner**, en **1990**, fundar la **Cable News Network (CNN)** el **primer canal del mundo dedicado exclusivamente a noticias 24 horas al día.**

La CNN tiene 25 correspondientes en el exterior y en EEUU, más que cualquier otra red de TV norteamericana. Su cobertura instantánea y desde el sitio de los acontecimientos la ha convertido **fuentes internacional de noticias** de la cual se sirven líderes en todo el mundo.

NUEVOS SERVICIOS PARA TELEVIDENTES

A partir de los **años 70**, un número creciente de sistemas de TV por cable de EEUU ha tenido gran éxito con lo que se llama **transmisión limitada**, o canales dedicados sólo a programas dirigidos a un sector pequeño de la audiencia.

Uno de los primeros experimentos, la **Silent Network**, iniciado en 1979, ofrece a los 28 millones de sordos en EEUU una red de TV por cable en la cual todos los programas se transmiten en lenguaje manual y con subtítulos. También destacar la cadena **Channel One**.

FUSIÓN DE EMPRESAS

A medida que la tecnología ha derrumbado las barreras entre los diversos medios de comunicación y han avanzado los sistemas de medios múltiples ("multimedia") a principio de la década del 90, las compañías han procurado asociarse en pro de obtener mayores beneficios.

LA TELEVISIÓN INTERACTIVA

El constante progreso de la tecnología y la creciente disponibilidad en las ciudades norteamericanas de cable de fibra óptica, el cual permite la transmisión en gran escala de señales digitales, ofrecen a los suscriptores de TV por cable una gama de nuevos servicios interactivos.

La TCI y la Time Warner Inc., por ejemplo, anunciaron planes para ofrecer películas, permitiendo al suscriptor escoger de una selección de miles de videos, 24 horas al día, y pagando según el consumo. EEUU es un experimento importante porque en 1994 el Congreso prohibió a las compañías telefónicas vender programas de video a través de sus redes.

Sin embargo, varias decisiones de tribunales federales han dejado sin efecto esta ley argumentando que viola el derecho a la libertad de expresión de las compañías telefónicas. Otro servicio interactivo que se popularizó a principios de la década del 90 es el de comprar desde el hogar.

El progreso de la tecnología permitirá a futuras audiencias de TV comprar productos con sólo apretar un botón en el control remoto de sus aparatos. También podrán adaptar cada vez más los programas a sus gustos individuales.

LA TELEVISIÓN INTERNACIONAL

La tecnología satelital y la creciente intercomunicación computarizada de la economía mundial han alentado a las compañías de TV norteamericanas a competir, cada vez más, en los mercados internacionales, con frecuencia en alianza con empresas de comunicaciones extranjeras.

LA TELEVISIÓN DE ALTA DEFINICIÓN Y LOS SATÉLITES PARA TRASMISIÓN DIRECTA

La TV de alta definición (HDTV) promete ser una revolución en la transmisión, de la misma magnitud del color en la TV, ya que ofrecer la claridad de imagen de una película de 35 milímetros en pantallas planas que abarcarán una pared.

Otra tecnología incipiente, **la TV vía satélite para transmisión directa (STD)**, se ha desarrollado más lentamente en EEUU que en Japón y en Europa, debido al alto porcentaje de hogares norteamericanos que tienen el sistema rival: la TV por cable.

AUTORREGLAMENTACIÓN Y RERREGLAMENTACIÓN

En respuesta a las quejas del público y a la presión ejercida por el Congreso en relación con el nivel de violencia de los programas en la TV, las 4 cadenas nacionales principales (la ABC, la CBS, la NBC y la Fox) acordaron a mediados de 1993, transmitir orientación voluntaria para los padres antes de determinados programas, con el fin de advertirles sobre niveles de violencia que pueden ser inadecuados para los niños.

LAS AGENCIAS NOTICIOSAS

Hoy, 2 de las 5 grandes agencias internacionales de noticias son norteamericanas: la AP y la United Press International (UPI), servicio internacional de noticias de propiedad privada fundado en 1958 mediante la fusión de la United Press y el International News Service.

Fuera de EEUU, la AP vende su producto a suscriptores, pero éstos, que no son afiliados, no tienen ingerencia alguna en su política. La AP tiene también 50% del servicio de noticias AP/Dow Jones, que se distribuye sólo fuera de EEUU.

La AP ha entrado en nuevos campos, comercializando su tecnología de distribución vía satélite, y ha iniciado la transmisión de alta velocidad de noticias no originadas por la AP, como el servicio informativo de *The New York Times*. Otra área nueva e importante para la AP ha sido la comercialización de su servicio de transmisión digital de fotografías.

LA LIBERTAD DE PRENSA

La prensa de EEUU refleja tanto los valores como los aspectos diversos de la sociedad, y actúa para preservar los principios básicos sobre los cuales se ha construido esa sociedad.

La Primera Enmienda de la Constitución establece las bases de la libertad de prensa en la nación. Debido a esta ampliaprotección constitucional de la libertad de prensa y disposiciones semejantes en

Las constituciones de los 50 estados, hay pocas leyes de prensa vigentes en el país. Las que existen tienden a proporcionar protección adicional y derechos legales a los periodistas en categorías que no son contempladas por la Constitución.

Ejemplos de esas leyes son la ley de intimidad (Privacy Act of 1974), la cual reglamenta la recolección y diseminación de información personal contenida en los archivos de cualquier organismo federal, y la ley de protección de la intimidad (Privacy Protection Act of 1980), la cual establece la protección de las salas de redacción contra allanamientos policiales.

EEUU encara el conflicto clásico entre dos creencias profundamente sostenidas: el derecho a la información y el derecho a la confidencialidad y el trato justo.

LA FUNCIÓN DE VIGILANCIA

Los tribunales han rechazado la mayor parte de los intentos del gobierno de imponer la censura previa. El caso reciente más conocido de un intento gubernamental de este tipo fue el pedido de la Administración Nixon de una orden judicial permanente contra la publicación de los Documentos del Pentágono en *The New York Times* y en *The Washington Post*, fundándose

en el argumento de que la publicación de esos documentos altamente clasificados sobre la historia de la participación de EEUU en Vietnam causaría un grave daño a la nación.

De la misma manera, los tribunales han mantenido la tradición de que la censura gubernamental por medio de las licencias y el registro de periódicos y periodistas no es constitucional. No obstante, han mantenido los requisitos de que los propietarios y funcionarios ejecutivos de periódicos y revistas de interés general presenten declaraciones juramentadas con la lista de propietarios, accionistas y editores para poder recibir los privilegios de tarifas postales bajas. Debido a su naturaleza especial, las transmisiones de radio y TV están sujetas a reglamentaciones de registro especiales.

LA DIFAMACIÓN

En el curso de la historia de EEUU, los tribunales han dictaminado que la prensa no está protegida por la Primera Enmienda cuando usa lenguaje difamatorio que perjudique la reputación de individuos e instituciones.

LA OBSCENIDAD

Aunque los tribunales han sostenido durante mucho tiempo que la publicación o transmisión de material obsceno y pornográfico por los medios de comunicación no disfruta de la protección de la Primera Enmienda, sigue siendo difícil para los jueces definir esos términos.

LOS SECRETOS ATÓMICOS O MILITARES

EEUU no tiene una ley de secretos oficiales, pero los tribunales han mantenido que la Primera Enmienda no protege a los medios que publican o transmiten secretos militares y atómicos.

No obstante, si un periodista obtiene esa información clasificada, el gobierno enfrenta la perspectiva de una carga pesada para tratar de convencer a un tribunal que restrinja la publicación por adelantado, como demostró el caso de los Documentos del Pentágono.

LA INTIMIDAD

La Corte Suprema ha reconocido desde hace mucho tiempo el derecho a la intimidad conforme a la Declaración de Derechos constitucionales.

Consecuentemente, los medios de comunicación no tienen fundamento para entrometerse con la intimidad de una persona, aunque por lo general se ha considerado que las personalidades públicas no tienen vida privada.

LOS JUICIOS Y LA PRENSA

El derecho de la prensa a obtener acceso a los procedimientos y registros judiciales, y el derecho de la persona acusada a un juicio imparcial, la Corte Suprema de EEUU decidió en 1976, en el caso de "Nebraska versus Stuart", que **no puede prohibirse a la prensa que informe sobre lo que ocurre en un juicio abierto al público, excepto en circunstancias excepcionales.**

Tras ese dictamen, los tribunales norteamericanos han aprobado gradualmente una cobertura cada vez mayor de los juicios.

LA REGLAMENTACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN

Debido a sus características especiales, las transmisiones de radio y TV están sujetas a reglamentaciones más estrictas que las de los medios impresos, y las cortes han sostenido el concepto de que esas reglamentaciones no violan la Primera Enmienda.

La FCC ha tratado de promover la diversidad en el contenido y propiedad de las industrias de radio y TV. La ley de 1934 que creó a la FCC aplicó específicamente a la radio y TV las leyes contra monopolios y exigió la revocación de la licencia de toda estación cuyo propietario fuese acusado de prácticas monopólicas.

LA LEY DE TELECOMUNICACIONES DE 1996

La Ley de Telecomunicaciones de 1996, aprobada por gran mayoría en ambas cámaras del Congreso, y firmada por el Presidente Clinton el 8 de febrero de 1996, elimina los monopolios en el terreno de las telecomunicaciones y permite a las compañías competir en áreas que anteriormente les estaban vedadas por reglamentación o por ley.

A continuación algunos rasgos sobresalientes de la trascendental Ley de Telecomunicaciones de 1996:

- Es la primera reforma de la ley de comunicaciones norteamericana después de 1934, cuando todavía vivía Guglielmo Marconi, inventor de la radio.
- Pone fin al monopolio en el servicio telefónico local, de modo que los consumidores tengan una alternativa en cuanto a los proveedores.
- Promete una expansión en prácticamente cada área de la industria de las comunicaciones norteamericana.
- Ofrece una alternativa a los subscriptores de televisión por cable, al permitir que compañías telefónicas locales y de larga distancia, y proveedores de TV por cable entren en el terreno comercial de unos y otros.
- Acelera el desarrollo de servicios de TV avanzados, al permitir a las difusoras el uso temporal de 6 megahertzios del espectro abierto para que comiencen también con la transmisión simultánea de programas análogos en el nuevo formato digital.
- Modera las restricciones sobre la propiedad de estaciones difusoras y sobre la propiedad de los medios informativos.
- Impone nuevos y enérgicos castigos penales y civiles a la diseminación de obscenidades en la Internet y otorga a los padres un mayor control sobre la extensión de la violencia que sus hijos ven en la TV.
- Pone fin a 14 años de estancamiento congresional en la cuestión de la reforma de las telecomunicaciones.
- Este primer esfuerzo para reformar las leyes de telecomunicaciones del país se inició en 1982, mucho antes de la desintegración en 1984 del monopolio de AT&T.
- De 1984 a 1996, la mayoría de las cuestiones importantes relacionadas con la política de telecomunicaciones las decidieron los tribunales, y no los representantes del pueblo en el Congreso.
- A las compañías regionales Bell no se les permite entrar en el servicio de larga distancia sino cuando hayan abierto sus propios mercados de servicios telefónicos locales a una competencia real, basada en instalaciones, tanto en lo que respecta al servicio residencial como el comercial.

- De los "competidores en base a instalaciones" están excluidos los "revendedores", firmas que sólo compran y revenden el servicio de Bell; el competidor tiene que ser un proveedor independiente de servicio telefónico que posea sus propias instalaciones.
- Exigir un servicio residencial y comercial asegura que los consumidores también cuenten con una opción en cuanto a proveedores de servicios telefónicos locales, no solamente un número mayor de clientes comerciales.
- Aunque el ritmo de la competencia variará, la competencia en el mercado de servicios telefónicos locales empezará cuando la FCC promulgue sus "reglamentaciones de interconexión" (reglas que establecen los requerimientos técnicos federales mínimos para permitir a los competidores interconectar con los sistemas Bell).
- En algunos estados ya surgen competidores: en Ohio, por ejemplo, Time Warner ya está negociando acuerdos de interconexión con Ameritech.
- Permitirá tarifas más bajas para los suscriptores y un mejor servicio al ofrecerles una alternativa en cuanto a los proveedores de TV por cable; hasta podría incluir a la compañía telefónica local.
- Gracias a los esfuerzos mal dirigidos de los reguladores del gobierno japonés para imponer una norma análoga en su mercado, EEUU está ya a la cabeza del mundo en la creación de la llamada TV de alta resolución, la cual tiene el doble de resolución vertical y horizontal, y también sonido digital.
- Permite que las difusoras, los fabricantes de productos electrónicos y los televidentes aprovechen nuestra iniciativa, al permitir a las difusoras utilizar temporalmente 6 megahertzios de espectro abierto para que comiencen también con la trasmisión simultánea de programas análogos en el nuevo formato digital.
- El uso del nuevo espectro es temporal, no permanente: las estaciones que reciban las nuevas licencias deben estar de acuerdo, anticipadamente, en devolverle al gobierno una de sus dos licencias para que las subaste al mejor postor.
- Moderniza las limitaciones que datan de la era de la Gran Depresión y moderniza las limitaciones que datan de la era de la Gran Depresión y que ahora restringen el mercado de la difusión.
- Elimina las restricciones a la propiedad de estaciones de radio AM y FM y las reemplaza con limitaciones al número de estaciones que se puede poseer en determinado mercado de radiodifusión, según el tamaño del mercado; ningún individuo o entidad puede ser propietario de más de la mitad de las estaciones de radio en un determinado mercado.
- Las restricciones que limitan el número de estaciones de TV que se puede poseer, se reemplazan ahora con límites más sensatos con respecto al público al que esas estaciones llegan; de ahora en adelante, ninguna entidad puede ser propietaria de estaciones que lleguen hasta más del 35% de los hogares del país.
- Impone nuevas sanciones estrictas, civiles y penales, a la diseminación de pornografía por la Internet, y requiere disposiciones para la instalación del semiconductor llamado "V-Chip", el cual permite que los padres puedan controlar la violencia que los niños ven en TV.
- Los avances tecnológicos norteamericanos serán sometidos a prueba en el mercado y no en la capital ni en los tribunales federales.
- Además de terminar con los últimos mononolios de telecomunicaciones y liberalizar la competencia en todos los sectores, reduce en por lo menos un 15% la burocracia de la FCC, al eliminar miles de páginas de reglamentos y disposiciones administrativas obsoletas.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS ELECCIONES

Los medios de comunicación de EEUU se han convertido en un factor cada vez más importante en el proceso electoral. Decenas de miles de diarios y centenares de revistas semanales y mensuales cubren ampliamente las campañas electorales. Los candidatos nacionales procuran ansiosamente el respaldo de las principales publicaciones.

Sin embargo, el medio dominante desde 1960 ha sido la TV. Ese año, John F. Kennedy derrotó a Richard M. Nixon en una de las elecciones presidenciales más reñidas en la historia de

EEUU, y muchos observadores le atribuyen a la fuerte actuación de Kennedy en los debates televisados el haber sido uno de los factores determinantes de su victoria.

A medida que la TV se fue volviendo más cara y sofisticada, los dos partidos principales gastaron cantidades crecientes de dinero en expertos para enseñar a sus candidatos la forma de usar el medio de la mejor manera posible, especialmente los cruciales debates televisados que se han convertido en un ingrediente básico de las campañas presidenciales desde 1960.

LA ÉTICA DEL PERIODISMO

El papel de vigilancia de la prensa norteamericana pasó al frente en la década de 1960 durante la Guerra de Vietnam y durante la investigación del caso Watergate a comienzos de la década de 1970.

En el primer caso, la prensa desempeñó un papel importante al acelerar la salida de EEUU de una guerra impopular y, en el segundo caso, dos reporteros persistentes del periódico *The Washington Post*, Bob Woodward y Carl Bernstein, lograron descubrir hechos que condujeron a la renuncia del Presidente Nixon. Como resultado, Woodward y Bernstein se convirtieron en personajes célebres de la prensa y su libro sobre la investigación, **All the President's Men** (*El escándalo Watergate*), fue llevado al cine. **A raíz de esto floreció la tendencia hacia más periodismo investigativo.** Sin embargo, algunos excesos en la década del 80 causaron que el público dudara de la credibilidad de la prensa.

Por ejemplo, una joven reportera del *The Washington Post*, Janet Cooke, ganó el Premio Pulitzer (máximo galardón del periodismo de EEUU) por su conmovedor relato sobre Jimmy, un adicto a la heroína, de ocho años de edad. Posteriormente se supo que había inventado el artículo, y perdió el Premio Pulitzer.

Los códigos de ética periodística, que describen la manera cómo debería comportarse la prensa, se vienen usando en EEUU desde 1923. Estos códigos de ética de las tres principales organizaciones profesionales de periodistas instan a los periodistas a actuar con **inteligencia, objetividad, precisión e imparcialidad.** Sin embargo, son voluntarios y carecen de sanciones para quienes no los cumplan.

El consejo de prensa, también importado de Europa (del Reino Unido), fue otro intento de autocontrol de la prensa que tuvo resultados ambivalentes.

LA EDUCACIÓN PARA EL PERIODISMO

El periodismo de EEUU tiene los beneficios de una amplia red de instalaciones educativas. La primera facultad de periodismo de EEUU fue fundada por la Universidad de Missouri en 1908.

Las facultades de periodismo de EE.UU. preparan a los periodistas para más que solamente para trabajar en los periódicos. Además de la actividad tradicional en los periódicos de redacción de noticias y editoriales, las otras tres áreas principales son publicidad, periodismo para radio y TV, y relaciones públicas.

LA PROPIEDAD EXTRANJERA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ÉTNICOS

Al reflexionar sobre el significado de EEUU en el escenario mundial y la diversidad étnica de su población, **hay en el país una presencia importante de medios de prensa extranjeros y de medios de prensa nacionales dirigidos con sentido étnico. La prensa extranjera disfruta básicamente de los mismos derechos y privilegios que la prensa nacional en EEUU. Esos medios no están sujetos a restricciones especiales en áreas como visas, transmisión de despachos o importaciones, ni hay procedimientos especiales para la acreditación de corresponsales extranjeros.**

No hay leyes que prohíban específicamente la participación extranjera en los medios de comunicación impresos de EEUU, pero en la difusión por radio y TV la FCC prohíbe a todas las compañías extranjeras y gobiernos extranjeros poseer más del 25% de las acciones con derecho a voto de una potencial estación licenciada.

*Apuntes enviados por Noelle y descargados del blog Año + 1
(<http://koralieucm.com>)*