

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES

por JOSÉ LUIS DE CASTRO RUANO

THE UNIVERSITY OF CHICAGO
LIBRARY

100 EAST 57TH STREET
CHICAGO, ILL. 60637

SUMARIO

- I. INTRODUCCIÓN
- II. LA EVOLUCIÓN TEÓRICA HASTA LA DÉCADA DE LOS NOVENTA
 - 1. Definiciones previas
 - 2. Los orígenes: Teoría de los Sistemas y Teoría de las Comunicaciones
 - 3. La Comunicación Internacional como subárea de las Relaciones Internacionales
 - 4. Comunicación de Masas y Desarrollo: las Teorías de la Modernización
 - 5. Los planteamientos críticos:
 - A) *La Teoría de la Dependencia*
 - B) *La Economía Política de la Comunicación y la Teoría del Imperialismo Cultural*
- III. EL DEBATE EN EL SENO DE LA UNESCO: EL «OLVIDADO» NOMIC
- IV. EL REPLANTEAMIENTO TEÓRICO A LA LUZ DE LA GLOBALIZACIÓN: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, SOCIEDAD-RED
 - 1. La comunicación como instrumento de globalización en la Sociedad de la Información
 - 2. Discurso *integrado*
 - 3. Discurso *apocalíptico*
 - 4. Discurso crítico pero *integrado*
- V. LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS SOCIO-POLÍTICOS: EL CASO EUROPEO
- VI. COMUNICACIÓN, PODER Y DEMOCRACIA: UNA REFLEXIÓN SOBRE SUS IMPLICACIONES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
 - 1. Medios de Comunicación y poder
 - 2. Medios de Comunicación y democracia
 - 3. Hacia el surgimiento de una opinión pública transnacional
- VII. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS IMPLICACIONES EN LOS CONFLICTOS BÉLICOS Y LA DIPLOMACIA
 - 1. Medios de comunicación y conflictos bélicos.
 - 2. La Diplomacia Pública
 - 3. Las Cumbres internacionales como acontecimientos mediáticos
 - 4. La imagen del Sur desde los medios del Norte
- VIII. CONCLUSIONES

1. Introduction

1.1.1

1.1.2

1.1.3

1.1.4

1.1.5

1.1.6

1.1.7

1.1.8

1.1.9

1.1.10

1.1.11

1.1.12

1.1.13

1.1.14

1.1.15

1.1.16

1.1.17

1.1.18

1.1.19

1.1.20

Nunca el mundo ha sido tan «desigual» en las oportunidades que brinda, pero tampoco ha sido nunca tan «igualador» en las ideas y las costumbres que impone. La «igualación» obligatoria, que actúa contra la diversidad cultural del mundo, impone un totalitarismo simétrico al totalitarismo de la desigualdad de la economía.

EDUARDO GALEANO, «Sobre los medios de la incomunicación».

1. The first part of the document is a list of the names of the persons who were present at the meeting. The names are listed in alphabetical order.

2. The second part of the document is a list of the topics that were discussed at the meeting.

I. INTRODUCCIÓN

El interés de los teóricos de las Relaciones Internacionales por la comunicación viene de antiguo; pero hoy, por una multiplicidad de factores —algunos de los cuales iremos analizando en el curso— la comunicación y la información ocupan un lugar preeminente en nuestra sociedad, una sociedad a la que incluso nominalizan (hablamos de «Sociedad de la Información», otros hablan de Sociedad Informacional o informacionalismo para caracterizar una realidad en la que todos los actores sociales se han convertido en potenciales actores comunicativos, ocupando la comunicación el lugar central de los diferentes parámetros sociales¹). En consecuencia, en la reflexión sobre las relaciones internacionales es más necesario que nunca incluir el fenómeno de la comunicación como un actor/factor cada vez más influyente, incluso determinante. Como afirma Celestino del Arenal, «el especialista de las relaciones internacionales no puede en ningún caso desinteresarse del problema de la comunicación a nivel internacional, pues la misma representa un aspecto particularmente relevante de los flujos e interacciones que constituyen las relaciones internacionales, contribuyendo decisivamente a configurar la estructura de la sociedad internacional»². No cabe ninguna duda, y hoy menos que nunca, acerca de la relevancia de la comunicación en la configuración de una cada vez ya menos incipiente comunidad internacional. Cada vez de una forma más determinante el medio internacional se compone también, o es consecuencia, de la interacción comunicativa³.

Si la relación entre sociedad y comunicación siempre ha sido algo intrínseco, pues no es posible la primera sin la segunda, hoy la Sociedad Internacional no puede entenderse al margen de las tecnologías de la información y la comunicación. Hablamos de mundialización y globalización, y los conglomerados mediáticos y las redes telemáticas son uno de los más determinantes, sino los más determinantes, agentes de expansión y refuerzo del proceso de transnacionalización y globalización⁴. En alguna medida, incluso, podemos afirmar que la realidad internacional, o una parte de ella al menos, es producida por los medios de comunicación de masas. La Comunicación de masas ocupa un lugar central en la Sociedad Internacional actual. Las redes de comunicación en tiempo real, están configurando un modo de organización social del planeta aún incierto, pero novedoso. Asistimos a una nueva

¹ CASTELLS, M., *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, vol. I, *La sociedad red*, Alianza, Madrid, 1997.

² ARENAL, C. del, «El nuevo orden mundial de la información y de la comunicación», en *Revista de Estudios Internacionales*, n.º 1, 1985.

³ No se trata sólo de valorar la importancia de la estructura comunicativa en la configuración de una comunidad política, sino entender ésta como un sistema comunicativo. En ese sentido vid. LOZANO BARTOLOZZI, P., «Rediseño de las Relaciones Internacionales desde el paradigma de la razón comunicativa», en ARANGUREN, J. et al. (eds.), *I Simposio Internacional Fe Cristiana y Cultura Contemporánea*, EUNSA, Pamplona, 1999.

⁴ «En unas palabras, los medios globales son un componente necesario del capitalismo global y una de las características que lo definen», en HERMAN, E. S. y MCCHESENEY, R. W., *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Cátedra, Madrid, 1997, p. 25.

fase de apertura al mundo, un nuevo paso —quizá el más intenso— hacia alguna forma de integración virtual mundial que viene realizándose desde hace tiempo⁵.

Entre ambigüedades y dudas, deficiencias y aciertos, apocalípticos e integrados, en pro o en contra, este siglo —sobre todo en las últimas décadas— representa el triunfo de la Comunicación. La Comunicación hoy se asocia a la Modernidad, se sitúa en el centro mismo de la modernidad, y si ésta se caracteriza por la apertura progresiva de todas las fronteras (sean mentales, culturales, físicas, etc.), la comunicación es incluso condición fundamental para la Modernización⁶. El desarrollo de los medios de comunicación constituye una parte integral del surgimiento y desarrollo de las sociedades modernas, de forma que no podemos comprender la naturaleza de la modernidad sin conceder un protagonismo estelar a los medios de comunicación y al impacto que producen. Siguiendo a John B. Thompson⁷, debemos abandonar la idea de que los medios sirven para transmitir mensajes e información, y ver, sin embargo, que su uso implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, también en la sociedad internacional. Los medios, como veremos a lo largo del curso, transforman la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevos modos de ejercer el poder.

En este curso se pretende un acercamiento a esta realidad comunicativa, se pretende lanzar preguntas —pocas respuestas, lo anticipo ya—, suscitar dudas y controversias, en definitiva ampliar el campo de reflexión de los internacionalistas. En este curso no habrá respuestas, ni recetas mágicas para los desafíos en curso, no habrá certezas absolutas (explícitamente indico mi intención deliberada de huir de certezas, en un ámbito donde éstas abundan, tanto desde cierto «papanatismo mediático» como desde lo contrario), sólo trataremos de acercarnos a un escenario nuevo, complejo, apasionante, incierto, peligroso unas veces, sorprendente las más, y dejar sobre la mesa una serie de cuestiones abiertas sobre las que continuar reflexionando, leyendo, investigando, sin olvidar que «la evolución que seguirá el orden mundial sometido a esas condiciones es, de momento, un oscuro misterio»⁸. Y profundizando en este ámbito también desde las Relaciones Internacionales, aunque no únicamente desde las Relaciones Internacionales, pues la Comunicación ha de entenderse no como una disciplina, sino como un objeto transversal e interdisciplinario, que tiñe cada día con más fuerza una multiplicidad de disciplinas, y entre ellas por supuesto, las Relaciones Internacionales⁹.

Hemos titulado el curso «Medios de Comunicación y RRII», tomando los primeros en un sentido amplio, entendiéndolos como todos aquellos elementos o realidades que intermedian en una comunicación, esto es, no sólo los *media* (o medios

⁵ JAVIER ECHEVERRÍA denomina «tercer entorno» a esta nueva organización social planetaria en ciernes generada por las tecnologías de la información y telecomunicación. Este nuevo espacio social, «tercer entorno», es de diferente naturaleza del primero —el entorno natural— y el segundo —el entorno urbano—. En el «tercer entorno» las grandes empresas transnacionales, a modo de nuevos señores feudales —«señores del aire»— detentan el poder. Vid. ECHEVERRÍA, J., *Los Señores del aire: telépolis y el Tercer Entorno*, Destino, Barcelona, 1999.

⁶ WOLTON, D., *Sobre la comunicación*, Acento Editorial, Madrid, 1999, p. 38.

⁷ THOMPSON, J. B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1988, pp. 17 y 18.

⁸ SCHILLER, H., *Aviso para navegantes*, Icaria Editorial, Barcelona, 1996, p. 12.

⁹ Según WOLTON, D., *Sobre la comunicación*, op. cit. (p. 70), la comunicación es un campo de investigación que moviliza al menos diez disciplinas diferentes: antropología, lingüística, filosofía, psicología, historia, economía, psicosociología, sociología, derecho y ciencia política.

de Comunicación de masas), aunque buena parte del contenido del curso se referirá a éstos¹⁰. En ese sentido, el título podría haber sido «Comunicación y RRII», un tema amplio, excesivamente amplio quizá, con múltiples dimensiones; pero esto ha sido deliberado. La intención no es profundizar en la especificidad de una dimensión concreta de este amplísimo tema, sino situar un marco genérico en el que seguir investigando y dotándolo de contenidos más específicos y concretos. En definitiva se trata de mostrar ciertos itinerarios de interés en la investigación y reflexión internacionalista.

En el curso se seguirá una lógica empírica-crítica (debate teórico y análisis empírico), aplicada tanto diacrónica como sincrónicamente. Es decir, habrá un eje temporal —diacrónico— que analizará la evolución transversal de las teorías de Relaciones Internacionales y teoría de la comunicación; y un desarrollo conceptual sincrónico centrado en la tríada «comunicación, poder y democracia». Esto sugiere un desarrollo expositivo en tres partes:

1.^a Evolución de las teorías hasta finales de los años ochenta y principios de los noventa. Y su aplicación práctica, con el fracasado Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación.

2.^a Reflexión teórica acerca de la sociedad de la información y sus implicaciones en el marco de la globalización. Nos centraremos seguidamente en una dimensión concreta y de especial interés para mí, como es el caso europeo. Se trata de ver cómo la comunicación está configurando o no, un espacio sociopolítico concreto, como es el de la Unión Europea. Si el anterior aspecto empírico —NO-MIC— ha fracasado, en este caso el debate continúa abierto e inconcluso.

3.^a Reflexión conceptual, desde una perspectiva sincrónica, acerca de la interrelación entre comunicación, poder y democracia; con un análisis empírico sobre la influencia de la comunicación en la estrategia —conflictos bélicos— y en el ejercicio de la actividad diplomática.

Es decir, el curso sigue una lógica general teórica, con su aplicación empírica en cada uno de los tres bloques. Las dos primeras partes siguen un eje temporal diacrónico, mientras que la tercera realiza un corte sincrónico para analizar el estado de la cuestión —comunicación, poder, democracia— en un momento dado. El curso pretende sistematizar el estado de la cuestión, lo que obliga a realizar un recorrido histórico, incluyendo también una dimensión empírica del fenómeno comunicativo en algunos aspectos propios de las relaciones internacionales.

II. LA EVOLUCIÓN TEÓRICA HASTA LA DÉCADA DE LOS NOVENTA

El límite temporal de este recorrido por la teoría lo ubicamos en la década de los noventa, al estimar que es a finales de los ochenta, concretamente 1989, cuando

¹⁰ Algunos interpretan también el término «comunicación internacional» en un sentido amplio. Vid., por ejemplo, MOWLANA, H., *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*, Longman, Nueva York, 1986. El autor incluye dentro del concepto de comunicación internacional actividades diversas como el turismo, conferencias académicas internacionales, intercambios de estudiantes, etc.

puede darse definitivamente por finiquitado el intento de instauración de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación —NOMIC— que había ya evidenciado su fracaso unos años antes, 1984, con la retirada estadounidense de la UNESCO. Esta organización lanza su Nueva Estrategia de Comunicación en el año de referencia 1989, significando el advenimiento de una nueva era también en lo comunicativo. Ésa es la razón por la que, también nosotros, hemos querido ubicar aquí el corte en nuestro desarrollo teórico.

Acerca de la aproximación teórica para analizar la Sociedad de la Información, Bernard Miège afirma que no disponemos todavía de teorías bien articuladas sobre las mutaciones que hoy están en curso, lo que evidencia la debilidad de la investigación en Economía Política de la Comunicación¹¹. Ésta es una primera dificultad.

Otra dificultad añadida para afrontar el marco teórico del tema propuesto se deriva de la necesidad de buscar la interrelación entre dos campos científicos independientes (pero cada vez más interdependientes) con su propio desarrollo autónomo uno del otro. Aunque cada vez en mayor medida, el concepto de comunicación y sus efectos abarca múltiples sentidos, y los procesos comunicativos interesan a ciencias tan diversas como la historia y la biología, el derecho y la ingeniería, o las Ciencias Políticas y las Relaciones Internacionales. Trataremos por lo tanto de hacer un acercamiento transversal, deteniéndonos en aquellos enfoques teóricos que incorporan de una forma preponderante las dos dimensiones, comunicativa e internacional, tratando de integrar ambas¹².

1. Definiciones previas

Antes de introducirnos propiamente en los contenidos a desarrollar, conviene precisar algunos de los términos que utilizaremos profusamente en este curso, concretamente: comunicación, información, comunicación de masas¹³.

«Comunicación» del latín *communicare* = hacer común a muchos, intercambiar, interactuar, compartir. La idea de compartir es intrínseca a la definición de comunicación. Comunicación y comunidad son dos términos ligados entre sí. La comunicación es esencial a la existencia y mantenimiento de la Comunidad. En conse-

¹¹ MIEGE, B., «Las industrias culturales ante la “revolución informacional”», en *Voces y Culturas, Monográfico Periodismo y política internacional*, n.º 14, 1998, p. 146. Más adelante nos centraremos específicamente en esta corriente teórica, la Economía Política de la Comunicación, convertida hoy en una de las aproximaciones más importantes al estudio del fenómeno comunicativo.

¹² Mark ALLEYNE afirma que «había un tiempo en que los estudiantes de comunicación y política internacional trabajan en cubículos separados. Pero con la transnacionalización de la comunicación, esta separación es imprudente y corta de visión. ¿Puede realmente entenderse la transformación de la cultura política y el colapso de los gobiernos nacionales sin observar la influencia que los medios de comunicación global tienen en el socavamiento de la autonomía nacional?»; ALLEYNE, M. D., *International Power and International Communication*, Macmillan, Londres, 1995, pp. 1 y 2.

¹³ Para una conceptualización de los términos «público», «opinión pública», «opinión pública internacional» y «propaganda», además de «comunicación», «información» y «comunicación internacional», vid. CALDUCH CERVERA, R., «El público, la opinión pública y las relaciones internacionales: acotaciones para un estudio de los procesos de comunicación en la Sociedad Internacional», en MEDINA, M., MESA, R., y MARIÑO, P., *Pensamiento Jurídico y Sociedad Internacional. Libro-homenaje al profesor D. Antonio Truyol Serra*, Centro de Estudios Constitucionales/Universidad Complutense, Madrid, vol. I, 1986.

cuencia, si hablamos de comunidad internacional asumimos que sus miembros se comunican, ya que sólo a través de la comunicación pueden compartirse valores, proyectos, vivencias, etc. No puede haber una comunidad internacional a menos que la pluralidad de sus miembros (sean Estados, Organizaciones de diverso tipo, individuos) se comuniquen.

La Comunicación tiene una doble dimensión ¹⁴:

— Comunicación normativa, dimensión humanista de la comunicación, sentido ideal de la misma, entendida como voluntad de intercambio, de compartir y comprenderse mutuamente. Acto «desinteresado» y altruista.

— Comunicación funcional, dimensión instrumental de la comunicación, sentido pragmático de la misma, entendida como una necesidad impuesta por las economías y sociedades abiertas, tanto para el intercambio de bienes, servicios, flujos económicos, etc. Acto «interesado» necesario para el funcionamiento eficaz de los mecanismos socioeconómicos.

Ambas dimensiones habrán de tenerse en cuenta simultánea y conjuntamente.

La «Información», por su parte, es la materia prima de la comunicación, su contenido, el mensaje que se trasmite y se comparte.

La «Comunicación de masas» se refiere a aquella en la que los productos comunicativos se encuentran disponibles para una pluralidad de destinatarios dispersos en amplísimos espacios y, por lo general, lejanos respecto del punto de emisión del mensaje. Asociamos este término con ciertos tipos de transmisión mediática (como periódicos, emisiones radiofónicas y de televisión, cine, y otros) ¹⁵. Una de las características más determinantes de la comunicación de masas es la incapacidad total, o casi, del receptor para «retrocomunicar» y responder al mensaje enviado por el emisor.

Un término más reciente es el de «Comunicación Social», surgido a partir del desarrollo de las comunicaciones en las sociedades más avanzadas y de su papel en el condicionamiento de la acción e interacción social. Considera el acto comunicativo inscrito en un medio social determinado que, al trascender la subjetividad, condiciona el mismo hecho de la comunicación ¹⁶.

2. Los orígenes: Teoría de los Sistemas y Teoría de las Comunicaciones

Un primer acercamiento al tema desde la teoría de las Relaciones Internacionales nos lo proporciona la *Teoría de los Sistemas*. Para analizar la sociedad interna-

¹⁴ WOLTON, D., *Sobre la comunicación*, op. cit., pp. 19 ss.

¹⁵ Algunos estiman que el término es inadecuado para referirse a los nuevos tipos de redes de información y comunicación tan relevantes en nuestros días. THOMPSON, J. B., op. cit., p. 46. En cualquier caso, nosotros, siguiendo la pauta más general, nos referimos también a ellos como medios de comunicación de masas.

¹⁶ Vid. HABERMAS, J., *Teoría de la acción comunicativa*, Taurus, Madrid, 1989 (2 vols.). Este discurso filosófico reconoce a la persona como sujeto de actos de comunicación en el marco de un reconocimiento universal de los derechos de interlocución. Se construye a partir del reconocimiento básico de que todos los seres humanos tienen posibilidades de comunicación y todos deben tener los mismos derechos de interlocución. La realidad es multicultural, diversa e intersubjetiva.

cional, el enfoque sistémico centra su atención en las interacciones entre los diferentes actores del medio internacional, o del «sistema» (Sistema = totalidad que funciona como tal en virtud de la interdependencia de sus partes. Para que podamos hablar de tal sistema, es necesaria la existencia de elementos interconexionados). Afirma Braillard que un sistema es un conjunto de elementos en interacción que constituyen una totalidad y que manifiestan una cierta organización¹⁷. Como indica Esther Barbé, «la ventaja de la aproximación sistémica es que pone el acento en el juego de interacciones y, por tanto, en la articulación entre los diferentes campos y entre los diferentes niveles de análisis»¹⁸. David Easton desarrolla una teoría general de los sistemas políticos, aplicable tanto en el ámbito interno como internacional. Será Morton Kaplan quien específicamente aplicará la teoría de los sistemas a las relaciones internacionales.

Inspirándose en el enfoque sistémico y partiendo de sus presupuestos básicos, han ido surgiendo una multiplicidad de concepciones teóricas para estudiar distintos aspectos del sistema internacional. Específicamente aquí nos interesa la *teoría de las comunicaciones*¹⁹.

Seguindo a Celestino del Arenal, por teoría de las Comunicaciones debe entenderse el conjunto de enfoques que tratan de poner de manifiesto los aspectos políticos de las comunicaciones y el grado en que las mismas condicionan el comportamiento político y la propia evolución de la sociedad²⁰. Las comunicaciones serían el elemento que interconexiona los componentes del sistema.

El principal representante de esta teoría es Karl Deutsch, quien estudia las sociedades humanas a través de sus flujos de comunicaciones, cuya densidad nos revelará —según él— el grado de integración de una comunidad política y las posibilidades, como consecuencia, de fusión supranacional.

Este autor, al pretender realizar un estudio científico de la política —nacional e internacional—, se interesa por el papel de las comunicaciones en la realidad social en general y en la política internacional en particular. Considera el sistema político como una red de comunicaciones en la que la información tiene una especial importancia²¹. Para él, las comunicaciones sociales constituyen el indicador del grado de integración de una colectividad. Además, el desarrollo de las comunicaciones en todos los órdenes —sea comunicación material o intelectual— refuerza la homogeneización de las sociedades²², y va creando un sentimiento de nueva comunidad hacia la que se van transfiriendo lealtades.

Imagina Deutsch un momento futuro en el que se produciría una «aculturación masiva» —pérdida progresiva de rasgos idiosincrásicos locales en favor de una in-

¹⁷ BRAILLARD, P., *Théorie des systèmes et relations internationales*, Bruylant, Bruselas, 1977.

¹⁸ BARBÉ, E., *Relaciones Internacionales*, Tecnos, Madrid, 1995, p. 116.

¹⁹ También llamada Transaccionalismo. Por entender que el resultado final de las transacciones producidas es la integración en una única comunidad política, algunos la incluyen dentro de las *Teorías de la Integración*. Es el caso, por ejemplo, de Nicolás MARISCAL en su trabajo sobre las teorías aplicadas a la integración europea «El Tratado de Amsterdam: sugerencias a la luz de las teorías», en *Cuadernos de Deusto*, n.º 20, 1999.

²⁰ ARENAL, C. del, *Introducción a las relaciones internacionales*, Tecnos, Madrid, 1987, p. 252.

²¹ *Ibidem*, pp. 253 ss. La obra principal de DEUTSCH es *Los nervios del Gobierno. Modelos de comunicación y control político*, Buenos Aires, 1980 (original en inglés de 1963). Una aplicación anterior de su enfoque sistémico lo encontramos en *Nationalism and Social Communication*, Free Press, Nueva York, 1953. Un recorrido exhaustivo de su obra puede encontrarse en ARENAL, C. del, *op.cit.*, p. 253, nota 68.

²² *Vid.* la valoración que realiza SUR, S., *Relations internationales*, Montchrestien, París, 1995, p. 36.

culturación general en nuevos valores y hábitos generales o globales propios de la nueva civilización tecnológica—. Seguidamente, los cambios estructurales de la tecnología, economía e instituciones sociales, podrían llevar a procesos de integración internacional creadoras de formas de comunidades internacionales y supranacionales, o incluso comunidad mundial, que alcanzasen —o superasen— los niveles de integración actuales de los Estados nación²³.

Planteamiento quizá utópico y voluntarista, pero ¿y las tendencias?, ¿no hay ya elementos de mundialización y/o globalización que hacen vislumbrar algunas formas de integración mundial/global siquiera de forma parcial y sectorializada? Además hay que tener en cuenta, al analizar la obra de Deutsch, que el proceso de integración internacional que implica una creciente homogeneización de los modos de vida y de las formas de organización, no es «ni natural ni espontáneo, sino que debe organizarse, fomentarse e inducirse»²⁴. Aunque los datos que Deutsch baraja en sus estudios hoy deberían modificarse y adaptarse a una realidad diferente, probablemente deberíamos revisitar sus análisis, donde encontraríamos muchos elementos válidos para interpretar la realidad actual.

John Burton también utilizará el modelo de las comunicaciones para desarrollar una teoría general de las Relaciones Internacionales al considerar que este enfoque refleja mejor la naturaleza de la política mundial que el modelo entonces tradicional de la política de poder²⁵.

Aunque el transaccionalismo fue objeto de duras críticas teóricas y metodológicas, especialmente en su perfil más alto, argumentando que las transacciones no crean la integración, sino que es ésta la que favorece y posibilita las transacciones, no parece descabellado pensar que la comunicación produce procesos de acercamiento entre colectividades²⁶.

Este planteamiento no es del todo nuevo. Antecedentes de la Teoría de las comunicaciones nos encontramos en la obra de Angell, Norman²⁷, Clark, G.N.²⁸, Lasswell, Harold D.²⁹, entre otros. Posteriormente, Quincy Wright³⁰ interpretó que se evidenciaba la emergencia de una sociedad mundial integrada por la existencia de ciertas organizaciones políticas, así como por instrumentos de comunicación que mostraban ya un considerable grado de interdependencia entre los miem-

²³ DEUTSCH, K., *Las naciones en crisis*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981, pp. 173 a 175.

²⁴ GARCÍA PICAZO, P., *Las Relaciones Internacionales en el siglo XX: la contienda teórica*, Cuadernos de la UNED, Madrid, 1998, p. 130.

²⁵ Vid. BURTON, J., *International Relations. A General Theory*, Cambridge University Press, Cambridge, 1965.

²⁶ MARISCAL, N., *op. cit.*, p. 96.

²⁷ *The Great Illusion*, Nueva York, 1913. Afirmaba que la mejora de los medios de comunicación favorecerá la consecución de un sistema de Estados interdependientes.

²⁸ *Unifying the World*, Londres, 1920.

²⁹ *Propaganda Technique in the World War*, Nueva York, 1928. Este especialista en Ciencia Política se preocupaba fundamentalmente por la influencia de los medios en la propaganda, procesos electorales, opinión pública, etc., incorporando en sus análisis la experiencia del papel que habían desempeñado los medios en la Primera Guerra Mundial. Junto con Paul LAZARSFELD, Kurt LEWIN y Carl HOVLAND, son considerados como los padres de la Mass Communication Research —MCR— (Investigación en Comunicación de Masas) corriente teórica que surge en el período de entreguerras y se centra de forma genérica en los efectos de los medios de comunicación. Vid. LUCAS MARÍN, A., GARCÍA GALERA, C., y RUIZ SAN ROMÁN, *Sociología de la Comunicación*, Trotta, Madrid, 1999, pp. 34 ss. Acerca de la MCR, su naturaleza, objeto de estudio, fuentes y relación con otras ciencias, *vid.*, pp. 22 ss.

³⁰ *A Study of War*, Chicago, 1942.

bros de la sociedad internacional, y por la existencia de conductas estandarizadas que mostraban también cierta uniformidad.

Continuando con estos planteamientos idealistas, Alastair Buchan, en los años setenta argumentó que el incremento de la comunicación tendría efectos positivos para las relaciones internacionales y el futuro de la paz en la guerra fría. De acuerdo con esta lógica, estima que si el hombre común pudiera comunicarse con su contrario en otro país, sin la mediación de la Diplomacia ni los soldados, habría una mejor comunicación internacional y disminuirían los conflictos ³¹.

3. La Comunicación Internacional como subárea de las Relaciones Internacionales

En los años cincuenta se producirá un importante avance en los estudios sobre comunicación y Relaciones Internacionales. Concretamente, en 1955 el Massachusetts Institute of Technology —MIT— desarrolla un programa de Estudios en Comunicación Internacional. Entre los años sesenta y setenta la «*Comunicación Internacional*» quedará ya institucionalizada en EEUU como un subcampo de las Relaciones Internacionales. El primer programa de grado en Comunicación Internacional en EEUU y uno de los primeros del mundo se iniciará en 1968 en The American University en Washington. La interrelación entre los dos campos, se evidencia también por el hecho de que, aunque no exclusivamente, muchos estudiosos de la Comunicación internacional han sido formados en las Relaciones Internacionales ³².

En nuestro país, sin embargo, la interrelación —aunque existente— no es tan profunda. Los estudiosos de la Comunicación internacional provienen fundamentalmente de las Ciencias de la Información y la Economía. Hay que señalar igualmente que las Ciencias de la Información han supuesto una notable cantera de internacionalistas, al estar estas facultades entre las primeras que incluyeron la asignatura «Relaciones Internacionales» en sus planes de estudios.

4. Comunicación de masas y desarrollo: las Teorías de la Modernización

En esta vinculación transversal entre teorías de la comunicación y Teorías de las Relaciones Internacionales, hay que señalar también la relación entre la comunicación de masas y el desarrollo, o más concretamente, el papel que desempeña la comunicación de masas y las contribuciones que los estudios de comunicación pueden hacer al desarrollo de los pueblos, aspecto ligado directamente con la sociología de la comunicación, pero con incidencia directa en las *Teorías de la Modernización*.

Corriente teórica heredera del Darwinismo social del siglo XIX ³³ que, con aportes de diferentes campos de las Ciencias Sociales, se consolidará en los años cin-

³¹ Vid. ALLEYNE, M. D., *International Power and International Communication*, op.cit., especialmente el capítulo 1 «The Larger Questions: Communication in the Literature of International Relations and in International Relations Theory», de donde se han tomado también algunas de las referencias anteriores.

³² Vid. MOWLANA, H., *Global Information and World Communication: New Frontiers in International Relations*, Longman, Nueva York, 1986.

³³ MUÑOZ, B., «Replanteamiento del concepto de "dependencia": perspectivas contemporáneas sobre el subdesarrollo y el tercer mundo», en AAVV, *Cooperación Pública Vasca. Jornadas municipales sobre*

cuenta, como la primera gran concepción teórica sobre el subdesarrollo³⁴. Desde esta teoría se entiende el subdesarrollo que padecen distintas sociedades como un atraso en el proceso de modernización consustancial a todas las sociedades. Se estima que, tras superar diversas y sucesivas etapas, cualquier sociedad puede acceder al desarrollo. Se entiende el desarrollo y la modernización como un proceso paulatino de superación de distintas fases desde la forma tradicional de sociedad hasta las modernas sociedades desarrolladas³⁵. Habría, según esta corriente de pensamiento, un proceso unidireccional de cambio social, desde la tradición a la modernidad.

Para los teóricos de la Modernización, la persistencia de ciertos valores socioculturales tradicionales dificultaba la evolución hacia la modernización y el desarrollo. En consecuencia, se sugería que era necesario abandonar tales valores, adoptando aquellos otros promotores del desarrollo. Se estimaba además la existencia de ciertos prerequisites, económicos, sociales y culturales, óptimos para el desarrollo político.

Este proceso de modernización podría verse acelerado gracias a la difusión de información a través de los medios de comunicación de masas. La comunicación se erigía como el gran difusor de ideas e información que propugnase el desarrollo nacional; el instrumento de penetración necesario para materializar los cambios radicales en unas estructuras sociales que obstaculizaban el desarrollo. Los medios tienen el papel de crear las precondiciones necesarias para el despegue económico hacia el desarrollo, convirtiéndose de forma natural en el agente de modernización por excelencia.

La teoría más general y rigurosa sobre las funciones de la comunicación de masas y el desarrollo nos la proporciona D. Lerner³⁶. Este autor, parte del hecho de que el cambio social hacia la modernización y el desarrollo debe ir acompañado de cierta «movilidad psíquica», esto es, capacidad de adaptabilidad, capacidad para identificar aspectos nuevos en un medio tradicional, y capacidad para incorporar nuevas demandas de sí mismo que se plantean fuera de la experiencia habitual. Los medios proporcionan esas experiencias nuevas; personas que nunca han salido de su entorno más inmediato, son capaces de conocer otras formas de organización social. Los *mass media* se convierten así en los instrumentos más aptos para proporcionar esa «movilidad psíquica» necesaria para el desarrollo³⁷.

cooperación Norte-Sur. *La dimensión global de la solidaridad*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz, 1995.

³⁴ Vid. CORNAGO PRIETO, N., «Desarrollo, subdesarrollo y postdesarrollo: un análisis crítico del debate contemporáneo», en *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz 1997*, Tecnos-Servicio Editorial de la UPV/EHU, Madrid, 1998, p. 46.

³⁵ Vid. ROSTOW, W., *The stages of economic growth: A non-communist manifesto*, Cambridge University Press, Cambridge, 1960. Este autor, considerado como un clásico de la Teoría de la Modernización, identifica cinco etapas por las que ha de transitar cualquier sociedad hasta alcanzar la «era del consumo de masas», considerada por él como el modelo óptimo de organización sociopolítica y económica.

³⁶ LERNER, D., *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, Chicago, 1958.

³⁷ LUCAS MARÍN, A., GARCÍA GALERA, C., y RUIZ SAN ROMÁN, *op. cit.*, capítulo 5. Para profundizar en los medios de comunicación como agentes de cambio social y de modernización, *vid. también*: MCCLELLAND, D. C., *The Achieving Society: Psychological Factors in Economic Development*, Free Press, Nueva York, 1961. SCHRAMM, W., *Mass Media and National Development: The role of Information in the Developing Countries*, Stanford University Press, San Francisco, 1964. SCHRAMM, W. (comp.), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, 1970. POOL DE SOLA, I., «Le rôle de la communication dans le processus de la modernisation et du changement technologique», en HOSELITZ, B., y MOORE, W. (comp.), *Industrialisation et Société*, Unesco, París, 1963.

5. Los planteamientos críticos

A) La teoría de la Dependencia

Las Teorías de la Modernización, dominantes durante los años cincuenta y sesenta, iban a ser erosionadas paulatinamente por la emergencia de importantes planteamientos críticos surgidos en los años setenta; planteamientos que entienden la problemática desarrollo/subdesarrollo de forma radicalmente diferente; y planteamientos, por otra parte, que entienden el protagonismo de los medios de comunicación no precisamente como agentes de desarrollo, sino como agentes de dominación³⁸. Me refiero a los enfoques derivados de la *Teoría de la Dependencia* en las Relaciones Internacionales, que aquí relacionaremos directamente, dado nuestro enfoque transversal, con importantes aportes críticos en la Comunicación Internacional, representados fundamentalmente por Herbert Schiller, Cees J. Hamelink, Armand Mattelart y Tapio Varis.

Las exitosas teorías de la Modernización de los años cincuenta y sesenta iban a verse desplazadas en los setenta por el enfoque teórico de la Dependencia. Para estos autores³⁹, desarrollo y subdesarrollo, lejos de ser diferentes estadios en un mismo proceso universal hacia el desarrollo y la modernización, son las dos caras de un mismo proceso de expansión del capitalismo a escala mundial, que produce desarrollo en unas zonas y subdesarrollo en otras; o mejor, que produce desarrollo en unas zonas, a costa del subdesarrollo de otras⁴⁰.

Estas teorías, elaboradas fundamentalmente en la periferia del sistema, alcanzaron un notable éxito favorecido, sin duda, por el contexto político en que se producen, años sesenta y setenta, momentos en que los nuevos Estados surgidos de la descolonización verán en ellas un poderoso andamiaje teórico sobre el que basar

³⁸ Incluso con anterioridad, habían surgido planteamientos teóricos que repudiaban esta teoría difusionista de la modernización, por obviar las rígidas jerarquías y las relaciones de fuerza existentes en el seno de muchas de estas sociedades en vías de desarrollo, en la que la decisión de adoptar o rechazar una idea innovadora y «modernizadora», se encuentra fuertemente condicionada por los mecanismos de poder existentes en esas sociedades. En este sentido, *vid.* BELTRÁN, L. R., «Alien Premises, Objects and methods in Latin American Communication Research», en *Communication Research*, vol. III, n.º 2, 1976. BORDENAVE, J. D., «Communication and Adoption of Agricultural Innovations in Latin American», en CRAWFORD, R. H., y WARD, W. R. (comp.), *Communication Strategies for Rural Development*, University of Cornell-CIAT, Ithaca, 1976.

³⁹ Es sumamente extensa y conocida entre nosotros la obra dependentista, citamos como algunos de los más representativos de sus teóricos PREBISCH, R., *El desarrollo económico de América Latina y sus principales problemas*, CEPAL, Santiago de Chile, 1949; *Hacia una dinámica del desarrollo latinoamericano*, Fondo de Cultura Económica, México, 1963; *El capitalismo periférico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981. DOS SANTOS, T., *Dependencia económica y cambio revolucionario en América Latina*, La Enseñanza Viva, Caracas, 1973. FRANK, A. G., *Sociología del desarrollo y subdesarrollo de la sociología. El desarrollo del subdesarrollo*, Anagrama, Barcelona, 1971. *Reflexiones sobre la crisis económica*, Anagrama, Barcelona, 1976. *Acumulación dependiente y subdesarrollo*, Era, México, 1979. *El desafío de la crisis. Ensayos sobre crisis económica mundial, ironías políticas internacionales y desafío europeo*, IEPALA, Madrid, 1988. EMMANUEL, A., *El intercambio desigual*, Siglo XXI, México, 1973. AMIN, S., *La déconnexion. Pour sortir du système mondial*, La Découverte, París, 1986. CARDOSO, F. H., *Politique et développement dans les sociétés dépendantes*, Anthropos, París, 1971. CARDOSO, F. H., y FALETTO, E., *Dependencia y desarrollo en América Latina*, ILPES, Santiago, 1967.

⁴⁰ *Vid.* AMIN, S., *El desarrollo desigual. Ensayo sobre las formaciones sociales del capitalismo periférico*, Editorial Fontanella, Barcelona, 1974 (original en francés *Le développement inégal*, Les Editions de Minuit, París, 1973).

sus reivindicaciones en favor de un mundo más solidario y justo, y en contra de la dominación y el subdesarrollo que padecen.

Basándose en el marco analítico de las relaciones entre centro y periferia propuesto por los dependentistas, una variante de esta teoría la encontramos en el análisis de los sistemas mundiales de Immanuel Wallerstein⁴¹. Según este enfoque, es indiscutible la existencia de un único sistema capitalista mundial —el «Sistema Mundo»—, con una dinámica estructural propia basada en la acumulación de capital y el mercado mundial —la «Economía Mundo»— que afectará tanto a los países desarrollados como a los subdesarrollados; esto es, a todo el sistema mundial. El sistema capitalista mundial se impondrá por encima de los factores internos de los Estados, estableciendo sus posiciones relativas en la división internacional del trabajo⁴². Una división internacional del trabajo tributaria de las necesidades del centro del sistema y en detrimento de los países subordinados y dependientes de la periferia. Este esquema de relación es denominado «intercambio desigual».

Hay diferentes instrumentos que contribuyen a crear este sistema mundial, y la estructura internacional de la comunicación —las redes de comunicación— es uno de ellos, y no precisamente de los menos relevantes. De la misma forma que los dependentistas clásicos interpretaban que la dependencia de la periferia respecto del centro se reproducía por una multiplicidad de mecanismos, como el comercio internacional, la división internacional del trabajo, incluso el Derecho Internacional y, más importante aquí dado el contenido del curso, la estructura y contenidos de la comunicación internacional.

Y es precisamente en este contexto teórico en la teoría de las Relaciones Internacionales, cuando en la teoría de la Comunicación se va a dar el salto hacia importantes planteamientos críticos con las aportaciones de la denominada *Economía Política de la Comunicación*⁴³ y la *Teoría del Imperialismo (Cultural)*.

⁴¹ Vid. *The Capitalist World Economy*, Cambridge University Press, Cambridge, 1979. Vid. también, junto a Giovanni ARRIGHI y Samir AMIN, *Dinámica de la crisis global, Siglo XXI, México, 1983*. Más recientemente, *Geopolitics and Geoculture: Essays on the Changing World-System*, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.

⁴² CORNAGO PRIETO, N., *op. cit.*, p. 57.

⁴³ Un antecedente de estos planteamientos, en lo que se refiere a su dimensión crítica, lo encontramos en algunas escuelas de pensamiento en teoría de la comunicación (o sociología de la comunicación) que habían reflexionado con anterioridad sobre la incidencia de los medios de comunicación en la regulación de la sociedad y sus efectos en los sistemas democráticos. Frente a los planteamientos, anteriores en el tiempo, de la *sociología funcionalista de los medios de comunicación* —algunos de los cuales han sido referidos someramente *supra*, como el Mass Communication Research de Harold LASSWELL, aunque no otros: Paul LAZARSFELD, Robert MERTON, Talcott PARSONS, etc.— que valoraban muy positivamente los medios de comunicación como nuevos instrumentos de la democracia y oportunos medios de regulación social —simplificando y obviando muchísimos matices—; surgirán una serie de corrientes de pensamiento crítico que niegan la idea de que con la intermediación masiva de los medios de comunicación la democracia salga ganando. Estos teóricos reflexionarán también críticamente sobre los medios de producción y de transmisión cultural y los efectos socioculturales que ello produce. Principalmente nos estamos refiriendo a los análisis inspirados en el marxismo de la *Escuela de Frankfurt*. Entre sus representantes, Max HORKHEIMER, Theodor ADORNO, Walter BENJAMIN, y Herbert MARCUSE, como exponente más relevante en lo que a los estudios sobre comunicación y cultura se refiere. Vid. *El Hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Ariel, Barcelona, 1981 (original en inglés *One-Dimensional Man*, Bacon Press, Boston, 1954). MARCUSE se propone desenmascarar las nuevas formas de dominación política; para él, bajo la apariencia de la racionalidad de un mundo conformado cada vez en mayor medida por la tecnología, se impone la irracionalidad de un modelo de organización social que oprime al individuo. Esta

B) *La Economía Política de la Comunicación y la Teoría del Imperialismo Cultural*

Esta escuela de pensamiento comienza a desarrollarse en los años sesenta, adquiriendo su madurez plena en la década de los setenta. Tiene como objetivo comprender la naturaleza y funciones del conglomerado comunicativo (medios de comunicación de masas, sector de las telecomunicaciones, redes de comunicación) desde el punto de vista de su acción internacional en el contexto del amplio proceso de integración transnacional que se está produciendo preferentemente en las dos últimas décadas. Los acercamientos teóricos tradicionales que habían abordado el tema de la comunicación, herederos de la Mass Communications Research, se centran fundamentalmente en los efectos de los medios de comunicación de forma meramente descriptiva y ahistórica; con dificultades para abordar cómo se vertebra el sistema de comunicación internacional con el sistema internacional y, particularmente, qué papel desempeñan los desarrollos tecnológicos, económicos y políticos indisolublemente enlazados con el sistema internacional interdependiente en el que la comunicación desempeña un papel central.

La Economía Política de la Comunicación reacciona frente a aquellos enfoques funcionalistas y conductistas centrados en los efectos, para incorporar ahora aportes de la economía política. Se esfuerzan por establecer un marco teórico-analítico integrado en el que relacionar ambos niveles: por una parte, el proceso de comunicación o sistema comunicativo; y, por otra, las diferentes dimensiones del proceso social global, en nuestro caso el ámbito referente a las relaciones internacionales.

La EPC se interesa por los procesos de transformación social originados o desarrollados por la comunicación como actor principal. Entre las diferentes dimensiones de los procesos de transformación social que estudia (dimensión económica, cultural, política, etc.), nosotros nos centraremos en aquello que se refiere más directamente a nuestro campo específico, esto es, las relaciones internacionales; estudiando en concreto el efecto del sistema comunicativo actual en cuestiones como

«sociedad unidimensional» ha suprimido el pensamiento crítico. En todo ello, el «lenguaje unidimensional» y el discurso de los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo. Jürgen HABERMAS afirma que la nueva sociedad que surge desde los años cuarenta se articula mediante tres subsistemas básicos: el económico con el mercado como principal exponente; el sociopolítico con el Estado de Bienestar; y el cultural, con la comunicación de masas y la ideología de masas consiguiente que proporciona la adhesión al sistema en su conjunto. Para HABERMAS, los medios de comunicación serán uno de los instrumentos básicos que posibilitan la consolidación y distribución del sistema capitalista (vid. *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, Amorrortu, Buenos Aires, 1979, pp. 49 ss.). Otra corriente crítica la encontramos en el *Estructuralismo lingüístico*: tiene su origen en Ferdinand de SAUSSURE. Estructuralistas importantes son: Edgar MORIN, Abraham MOLES, Christian METZ y otros. Uno de sus máximos exponentes es Louis ALTHUSSER. Para él, los medios de comunicación —al igual que otros aparatos ideológicos del Estado como la escuela, la familia y la iglesia— tienen la función de perpetuar el monopolio de la violencia simbólica (mientras que otros instrumentos represivos del Estado —ejército, policía— ejercen una coerción directa). Gracias a esta violencia simbólica, posibilitada en gran medida por los medios de comunicación, la clase que detenta el poder —sociedad política— ejerce su influencia sobre las demás clases —sociedad civil—. Pierre BORDIEU y Michel FOUCAULT, reflexionarán también sobre los modos de ejercicio del poder y la violencia oculta ejercida a través de los medios de comunicación. Vid. MATTELART, A., y MATTELART, M., *Historia de las teorías de la comunicación*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1996 (original en francés *Histoire des théories de la communication*, Éditions La Découverte, París, 1995), pp. 51 ss. Para un análisis más reposado de estos enfoques críticos, vid. MUÑOZ, B., *Teoría de la pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas*, Fundamentos, Madrid, 1995.

opinión pública internacional, desarrollo y subdesarrollo, diplomacia, conflicto, y globalización principalmente.

Desde nuestra óptica, una de las ventajas principales que nos ofrece este enfoque es su carácter integrador frente a parcelaciones clásicas de los estudios sobre comunicación anteriores. La EPC proporciona este marco teórico integrado en el que es posible engarzar simultáneamente el proceso de comunicación internacional con las dimensiones centrales de la estructura social en que se inserta, esto es, sistema internacional. La EPC se encuentra así en condiciones óptimas para afrontar y entender algunos cambios transcendentales en la Sociedad Internacional actual; pues tiene por objeto, precisamente, articular economía, política —también política internacional— y comunicación dentro de un mismo proceso analítico cuyo principal foco de atención es la forma general y las características que adquiere el capitalismo global.

Para la EPC es fundamental la relación que existe entre el sistema de comunicación y los demás sistemas sociales; en nuestro caso intentaremos establecer la relación entre el sistema de comunicación internacional y el sistema internacional. ¿Cuáles son las consecuencias sociopolíticas del intercambio de comunicación y de la estructura internacional de la comunicación para el sistema internacional? Éste es su objetivo básico y también el que a nosotros más nos interesa: las conexiones entre los aspectos tecnológicos y comunicativos, y una determinada estructuración y configuración del sistema internacional (lo que podemos denominar Sociedad Internacional de la Información y Comunicación). Esta corriente es una línea de estudio muy adecuada para analizar la concentración multimedia y el papel de los medios de comunicación en la sociedad internacional actual. Para ellos, es necesario asumir claramente que los medios de comunicación no son sólo aparatos ideológicos; la comunicación es sobre todo un negocio y, por lo tanto, cumple una función económica, siendo éste su rasgo esencial.

La EPC se inicia como una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países *desarrollados* y *subdesarrollados*. Sus investigaciones se centran en cuestiones como la propiedad y control de las estructuras de comunicación internacional, así como su relación con el poder; atacan intelectualmente el llamado *free flow of information* (libre flujo de información), que, bajo el argumento de defender la libertad de información como elemento indispensable para la construcción de un mundo libre, facilita un desequilibrio informativo brutal entre unos países y otros. Este principio inspirado en el de la libertad de circulación de mercancías, es una asimilación pura y simple de la libertad de expresión comercial del mercado a la libertad de expresión sin más. Desde la segunda posguerra mundial, los EEUU se van a erigir en defensores permanentes del *free flow* haciendo del mismo uno de sus principios fundamentales.

Para la EPC (cuyos originarios representantes principales son Schiller, Mattelart, Varis, Hamelink, Miège, Golding y Murdock, entre otros) las estructuras de comunicación internacional —cauces mediante los que se organiza la comunicación internacional— habilitan a unos emisores a expensas de otros; y son intrínsecamente injustas dadas sus características⁴⁴, éstas son: oligopolísticas (su control está en manos de unas pocas corporaciones, cada vez menos y más grandes), jerarquizadas (unos pocos hablan a muchos; la minoría impone sus discursos a la mayoría), sin-

⁴⁴ Vid. ALLEYNE, M. D., *International Power and International Communications*, op. cit., p. 9

cronizadas (los receptores están sincronizados con los intereses de los emisores), burocratizadas y autoritarias (el mensaje de los expertos es tomado como verdadero). Para la EPC, por lo tanto, los medios no son sólo aparatos de producción de ideología, sino también, y principalmente, una industria, es decir, incorporan a sus análisis la dimensión económica de la comunicación (uno de los fines últimos de ésta es vender audiencias a los anunciantes, para que aquéllas se conviertan en consumidores cada vez más masivos de los productos anunciados).

Una de las derivaciones teóricas más importantes surgidas de estos planteamientos nos la proporciona el *concepto de Imperialismo Cultural*, desarrollado por Herbert Schiller⁴⁵. Este concepto se refiere al proceso por el cual una sociedad —o mejor, sus capas dirigentes— es inducida a moldear sus instituciones sociales para que se correspondan con los valores y estructuras del centro dominante; es decir, es el proceso por el que las estructuras sociopolíticas del Centro dominante imponen al Sur periférico sus propios valores, normas de comportamiento y modo de vida en general. Para el Imperialismo Cultural, los medios de comunicación y los productos culturales de los países del Norte son, *de facto*, herramientas para la dominación y colonización cultural, y desde ésta a la dominación política y económica, sólo hay un pequeño paso.

Los medios de comunicación contribuyen notablemente a crear y mantener sistemas de dominación y dependencia a escala mundial. Para la *Teoría del Imperialismo*, el sistema informativo internacional refuerza las relaciones de dominación⁴⁶. Desde los primeros momentos de la descolonización, algunos líderes políticos de los nuevos Estados fueron conscientes del carácter estratégico de la comunicación internacional y su potencialidad como elemento de mantenimiento, siquiera informalmente, de los imperios. Cuando tras la Segunda Guerra Mundial desaparecen formalmente los imperios, algunos verán en el neocolonialismo imperante, una forma sustitutiva del imperialismo acabado. Así, este neocolonialismo sería la última, y quizá más peligrosa, etapa del imperialismo. Aunque formalmente las antiguas colonias han accedido ya a su independencia, siguen siendo explotadas por los viejos Estados imperialistas mediante sutiles —o no tanto— mecanismos: control de los mercados mundiales, acuerdos de ayuda condicionada, control monopolístico del mercado internacional especialmente en áreas estratégicas, y sobre todo, dominación de los medios de comunicación de masas.

La Teoría del Imperialismo de los medios de comunicación ofrece una visión contrapuesta a la que nos proporcionaba la Teoría de la Modernización. Ésta consideraba los medios de comunicación como un instrumento de desarrollo y modernización; la Teoría del Imperialismo, por su parte, los considera como un instrumento para perpetuar la dominación y la dependencia⁴⁷. Los teóricos del imperialismo ven un sistema en el que el centro somete a la periferia mediante un

⁴⁵ Vid. *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Gustavo Gili, Barcelona, 1970 (original en inglés *Mass Communications and American Empire*, Beacon Press, Boston, 1969); *Los manipuladores de cerebros. Libre empresa, imperialismo y medios de comunicación*, Gránica, Buenos Aires, 1974; *Communication and Cultural Domination*, Sharpe, Nueva York, 1976; *El poder informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

⁴⁶ Vid. GALTUNG, J., «A Structural Theory of Imperialism», en *Journal of Peace Research*, vol. 8, n.º 2, 1971.

⁴⁷ Algunos hablan incluso de «violencia estructural en la comunicación internacional». Vid. QUIRÓS FERNÁNDEZ, F., *Estructura internacional de la información*, Editorial Síntesis, Madrid, 1998, p. 75.

flujo internacional de información que se produce en un único sentido, desde el primero al segundo. La sintonía entre las elites de la periferia con las del centro, facilita la penetración y uniformización cultural. Tras la dominación cultural e informativa, se esconde la dominación política-económica.

Esta teoría del imperialismo y la dominación cultural de los años setenta se ve favorecida por el contexto Dependientista, así como por un mundo dividido en dos —incluso tres— grandes grupos con capacidad de rivalizar: el primer mundo capitalista, el segundo mundo socialista y un tercer mundo que encontraba en la Teoría de la Dependencia un marco legitimador, organizado política e institucionalmente además en torno al Movimiento de los No Alineados. Esta situación, obviamente, ha cambiado. A pesar de ello, son muchos los que piensan que, aún reformulándose en algunos aspectos, como veremos en capítulos posteriores, esta teoría sigue teniendo cierta capacidad explicativa para analizar la realidad de hoy⁴⁸.

III. EL DEBATE EN EL SENO DE LA UNESCO: EL «OLVIDADO» NOMIC

Este debate transversal entre Teoría de la Dependencia y Teoría del Imperialismo (cultural) tuvo unos efectos notables y una reseñable repercusión política en el seno de la UNESCO que, siquiera brevemente, nos ocupará en las siguientes líneas.

El debate sobre la comunicación internacional y sus efectos iba a encontrar en la UNESCO su foro de discusión más apropiado. Desde un primer momento este debate quedó mediatizado por la doctrina del *free flow of communication* o libre flujo de comunicación, considerado desde el inicio de la guerra fría como uno de los pilares de la política exterior de EEUU. Efectivamente, EEUU luchó por imponer este concepto a nivel internacional, como un complemento, o mejor, como un requisito indispensable de su hegemonía cultural, política, tecnológica y económica. La UNESCO en sus primeras décadas fue el foro legitimador a nivel internacional de este principio⁴⁹. El principio de la libre circulación internacional de la información benefició considerablemente a los países del Norte y sobre todo, a sus empresas transnacionales, erigiéndose en instrumento económico e ideológico en detrimento de los países en vías de desarrollo⁵⁰.

El control de EEUU en Naciones Unidas en estos primeros años, supuso que, desde el comienzo, la UNESCO hiciese del *libre flujo* uno de sus principios fundamentales⁵¹. En la década de los setenta esto cambiará, y ello por dos motivos que

⁴⁸ Así se pronuncia entre muchos otros, según veremos más adelante, el propio SCHILLER en «El imperialismo de la Comunicación», en *Afinidades*, n.º 5, Asociación Valle-Inclán, UPV/EHU, 1994 y QUIRÓS, F., cuando afirma que «todos los mecanismos de dominación expuestos siguen teniendo plena vigencia», *op. cit.*, p. 81. Para otros, estos teóricos del imperialismo exageraron una visión conspirativa de la situación, quizá influenciados por el contexto de enfrentamiento bipolar en el que se desarrollaron, pero fundamentalmente proporcionaron un diagnóstico acertado de la situación mundial, con aportes muy positivos. BUSTAMANTE, E., «De la cultura a las nuevas redes: amenazas y retos de la concentración», en AAVV, *Sur y comunicación. Una nueva cultura de la información*, Icaria Editorial, Barcelona, 1999.

⁴⁹ Vid. SCHILLER, H., «La diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de la información», en *Anàlisi. Aspectes de la Comunicació Internacional*, n.º 10/11, Universitat Autònoma de Barcelona, 1987, pp. 66 ss.

⁵⁰ ARENAL, C., «El nuevo orden mundial de la información y comunicación», *op. cit.*, p. 15.

⁵¹ Una crítica feroz a la posición de la UNESCO en este sentido la encontramos en QUIRÓS, F., *op. cit.*, pp. 59 ss.

deben buscarse respectivamente en el ámbito comunicativo y en el de las relaciones internacionales propiamente.

En primer lugar, a finales de los sesenta y favorecido por las nuevas tecnologías de la información, la penetración de los medios de comunicación de los países industrializados del Norte y específicamente norteamericanos, se hacía ya insoportable, tanto en lo que se refiere a la trasmisión de noticias como, más genéricamente, en la transmisión de productos culturales⁵². Por otra parte, la propia comunidad internacional se había modificado considerablemente respecto a 1945, accediendo a la comunidad de naciones una multiplicidad de nuevos Estados que demandaban su lugar en el mundo.

Así las cosas, pronto empezaron a oírse referencias a la soberanía cultural, como complemento indispensable de la soberanía política. Las consecuencias de más de dos décadas de *libre flujo* provocaba sentimientos de reacción. El contexto internacional además, propugnaba la reivindicación, liderada por el Movimiento de los No Alineados, en favor de un orden internacional más justo. Este nuevo orden internacional demandado se iría concretando sucesivamente en modificaciones también sucesivas de ciertas estructuras de dominación y dependencia. Y entre ellas, la consecución de un Nuevo Orden Económico Internacional será una de las demandas más firme y mejor articulada⁵³.

Paralelamente, los países *en vías de desarrollo* demandan un sistema comunicativo internacional más equilibrado que atenuase las relaciones de dependencia y mitigase la colonización cultural —en un primer momento, aunque económica después— que estaban padeciendo. Con la referencia que proporcionaba el NOEI, y con el objetivo de democratizar los flujos globales económicos y de información, el Sur demandará la consecución de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación —NOMIC—⁵⁴. En 1980 se publicará el Informe MAC BRIDE⁵⁵, cuyo contenido era la culminación provisional de la labor en favor del NO-MIC⁵⁶. Se trata del primer documento oficial surgido de un organismo representativo de la comunidad internacional que denuncia claramente el desequilibrio de los

⁵² Fenómeno que no se limita únicamente a los años sesenta, sino que con posterioridad ha seguido produciéndose como ha quedado suficientemente documentado en numerosos trabajos. Vid. BARRAT, J., *Géographie économique des médias*, Litec, París, 1992.

⁵³ Quedará consagrado en la VI Sesión Extraordinaria de la Asamblea General de las Naciones Unidas de 1974. Obviamente, el NOEI generó una muy extensa producción bibliográfica. Vid. por todos, con la bibliografía recogida allí, la completa obra de BERMEJO, R., *Vers un nouvel ordre économique international. Étude centrée sur les aspects juridiques*, Editions Universitaires de Fribourg, Fribourg, 1982.

⁵⁴ En palabras de Celestino del ARENAL, «la idea de que es necesario un NOMIC parte del convencimiento de que la información y la comunicación constituyen un elemento esencial de las relaciones internacionales en todos los campos y, en particular, para el establecimiento de un nuevo sistema basado realmente en el principio de la igualdad de derechos, la independencia y el libre desarrollo de los países y pueblos [...]. El NOMIC trata de sustituir las relaciones de dominación y dependencia por relaciones de igualdad, ilustradas por una circulación libre y equilibrada de la información», en «El nuevo orden mundial de la información y comunicación», *op. cit.*, p. 18. Sobre los objetivos, aspectos institucionales, etc. del NO-MIC, *vid. pp.* 19 ss.

⁵⁵ COMISIÓN INTERNACIONAL DE ESTUDIOS DE LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACIÓN (COMISIÓN MCBRIDE), *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro mundo*, UNESCO, París, 1980.

⁵⁶ Los principios básicos de su contenido son: eliminación de los desequilibrios y desigualdades; eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados, y de las concentraciones en los medios; eliminación de los obstáculos que se oponen a una circulación más libre y una más amplia y equilibrada difusión de informaciones e ideas; promoción de la pluralidad de fuentes y canales de

flujos de comunicación y las consecuencias que de ello se derivan, y reflexiona acerca de las estrategias que han de desarrollarse para solucionar el problema⁵⁷. Pero las ilusionantes perspectivas que se habían abierto, se iban a cerrar rápidamente.

El carácter intervencionista que se derivaba del NOMIC chocaba abiertamente con los intereses de las compañías transnacionales, lideradas por la posición de EEUU en el seno de la UNESCO, lo que fue acentuando el enfrentamiento⁵⁸. Las acusaciones a la Organización de atentar contra la libertad de información y la libre circulación aumentaron de tono. La intransigencia de la posición del Gobierno Reagan llevará a que EEUU abandonase la UNESCO en 1984, bajo acusaciones de politización de la organización, mala gestión y parcialidad en favor de los países en vías de desarrollo (aunque realmente EEUU pretendía una relación directa entre su aportación financiera y el control político de la organización). El Reino Unido seguirá sus pasos en 1985 (así como Singapur, bajo presidencia del dictador Lee Kuan Yew), socavando seriamente la capacidad de actuación de la UNESCO; y condenando al olvido el NOMIC. La batalla se perdió, dando por buena la idea de que los flujos de comunicación e información eran una necesidad impuesta por el mercado internacional, la tecnología y la propia realidad mundial.

Como valoración respecto a esta experiencia, queda el recuerdo de lo que «pudo haber sido y no fue». El NOMIC supuso una denuncia acerca de la capacidad de los medios como elementos de dominación y de generación de dependencias, y un grito de los países del Sur para corregir las desigualdades que producían estos efectos. Implícitamente, es un reconocimiento del papel clave que desempeña la comunicación en el desarrollo nacional y en la configuración de un determinado orden internacional. Con una posición más pragmática hay que aceptar también que es un caso-estudio de lo que sucede cuando se trata de cambiar el *status quo* de la comunicación internacional. Como concepto el NOMIC nunca fue claramente definido, quizá por la compleja dificultad que entraña la comunicación internacional, quizá por las propias contradicciones que suscitaba en muchos países⁵⁹.

El NOMIC desapareció de la agenda; la designación de Federico Mayor Zaragoza como nuevo Director General, en noviembre de 1987 supuso la inauguración

información; promoción de la libertad de prensa e información; autcapacidad de los países en desarrollo para mejorar sus propias situaciones, además de orientar los medios hacia las necesidades y aspiraciones propias; el respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación para informar a la comunidad internacional de sus intereses, aspiraciones, valores sociales y culturales; el respeto al derecho de todos los pueblos para participar en el intercambio internacional de información; el respeto a los derechos de la colectividad, de los grupos étnicos y sociales, así como el acceso a las fuentes de información y a la participación activa en los flujos de información. Recogido de MURCIANO, M., «Los medios de comunicación internacionales y el tercer mundo», en AAVV, *Cooperación Pública Vasca. Jornadas Municipales sobre la Cooperación Norte-Sur. La dimensión local de la solidaridad*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz, 1993, pp. 212-213.

⁵⁷ A pesar de las críticas que suscitó tanto en los países del Norte como en la periferia, el Informe constituye un verdadero hito en la historia de la comunicación. MIGUEL DE BUSTOS, J. C., «Sobre comunicación y desarrollo. Una perspectiva internacional. El Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC)», en *Afinidades*, n.º 5.

⁵⁸ Aunque las relaciones entre EEUU y la UNESCO habían sido complicadas desde el principio. Vid. ARCHOBALD, G., «Les Etats-Unis à l'Unesco (1944-1963)», en *Relations Internationales*, n.º 76, 1993.

⁵⁹ Por ejemplo en todos aquellos gobiernos culpables de la supresión interna de la libertad de expresión que al mismo tiempo eran ardientes defensores del NOMIC. Vid. ALLEYNE, M., *International Power and International Communication*, op. cit., específicamente el capítulo 6.

de una nueva etapa de «pretendido» consenso. Y en 1989, ya en un escenario de posguerra fría, la UNESCO lanza su «Nueva Estrategia de Comunicación»⁶⁰, tratando de simbolizar la superación de la división ideológica que había dividido el mundo y llevado al fracaso al NOMIC. Esta nueva estrategia supone una vuelta al principio del *libre flujo* de la información, avalado por el argumento de que ahora ya no es posible frenar la libre circulación de la información por más desequilibrada que ésta pueda ser. La UNESCO en la década de los noventa tendrá como finalidad estudiar las repercusiones económicas y socioculturales de las nuevas tecnologías de la comunicación, así como mejorar la educación relativa a los medios de comunicación, insistiendo en la formación del espíritu crítico, y la capacidad de reaccionar ante toda forma de información recibida⁶¹.

El debate entonces se producirá en el GATT (más tarde OMC) en el que los países europeos —liderados por Francia— mantendrán una posición no muy alejada de la de los países del Sur, volviendo a escucharse acusaciones de imperialismo cultural americano, sólo que ahora en boca del Ministro de Cultura francés... Y así llegamos al mundo de lo global.

IV. EL REPLANTEAMIENTO TEÓRICO A LA LUZ DE LA GLOBALIZACIÓN: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, SOCIEDAD-RED

1. La comunicación como instrumento de globalización en la Sociedad de la Información

Uno de los procesos más característicos de las relaciones internacionales actuales es el que se refiere a la globalización⁶². Con Caterina García afirmamos que la globalización es un fenómeno característico de la sociedad internacional contemporánea integrado por un conjunto de procesos y factores interrelacionados que se caracteriza por ser de ámbito planetario (aunque todavía haya territorios y poblaciones sólo marginalmente afectadas por la globalización, o excluidas de este proceso); de desarrollo creciente y continuado a lo largo del tiempo; con carácter predominantemente económico, aunque no exclusivamente (el motor es económico, aunque hoy ya es un fenómeno multifacético); con protagonismo creciente de actores transnacionales que suponen una limitación cada vez mayor de la capacidad de los actores estatales.

Y entre esos factores cuya interrelación es condición previa de la globalización, adquiere un protagonismo determinante el factor tecnológico⁶³; y dentro de él,

⁶⁰ Vid. UNESCO, *Textos Básicos de Comunicación, 1989-1995*, Unesco, París, 1996.

⁶¹ Vid. MONCLÚS, A., y SABAN, C., *La escuela global. La educación y la comunicación a lo largo de la historia de la Unesco*, Ediciones Unesco/Fondo de Cultura Económica, París, 1997, p. 312.

⁶² El debate sobre la globalización desborda el marco de este curso. Sobre el mismo, así como sobre la ambivalencia y polisemia del término, vid. GARCÍA SEGURA, C., «La globalización en la sociedad internacional contemporánea: dimensiones y problemas desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales», en *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz*, 1998, Tecnos-Servicio Editorial de la UPV/EHU, Madrid, 1999; y BECK, U., *¿Qué es la globalización?*, Paidós, Barcelona, 1998.

⁶³ GARCÍA SEGURA, C., *op. cit.*

todo lo referente a las innovaciones científicas aplicadas a las comunicaciones, pues ello posibilita un aspecto clave de la globalización, cual es la comprensión del espacio y el tiempo, hasta hacer casi irrelevantes el factor tiempo y el factor espacio, posibilitando flujos de intercambio inmediatos y simultáneos a lo largo y ancho del planeta, o mejor, en ese espacio «aterritorial» y «atemporal», virtual, creado por estas tecnologías⁶⁴.

En este mundo global, el poder político se limita a favorecer y gestionar la globalización, esto es, ejecutar los dictados de los mercados, auténticos gobiernos mundiales: apertura de las economías estatales al comercio mundial, reducción de los déficits (en consecuencia reducción de los gastos y de las cargas fiscales impositivas), privatizaciones, etc. El sector más desarrollado en los países más avanzados es el de la comunicación, singularmente las llamadas Tecnologías de la Información y Comunicación. De tal forma que la Sociedad Global se sustenta sobre dos componentes determinantes: la economía por una parte, y las redes de información/comunicación por la otra. Comunicación y mercado se convierten en los pilares fundamentales de esta sociedad global. Economía y comunicación, los dos elementos que interrelaciona, como hemos visto anteriormente, la EPC.

Pero, ¿de qué estamos hablando cuando hablamos de Sociedad de la Información? Todos tenemos una idea intuitiva, por lo menos, de lo que es; todos hemos escuchado a los apóstoles del multimedia explicándonos las posibilidades que se abren ante nuestros ojos. Algunas de estas posibilidades, hasta las hemos visto o las palpamos. Otras incluso son ya familiares, como Internet, y las utilizamos todos los días —nosotros, porque la mayoría de los ciudadanos del mundo no, no lo olvidemos—. Hablamos de unas tecnologías que invaden todos los campos de la actividad humana, generando una nueva estructura social dominante (la sociedad-red o «el tercer entorno»⁶⁵) y estimulando el crecimiento de los principales sectores económicos, hablamos del multimedia —que integra el teléfono, el ordenador y el televisor— e internet, de la conexión de todos los servicios imaginables, comunicaciones interactivas que posibilitan el teletrabajo, la telecompra, el teleocio, etc.; televisión digital que permitirá sintonizar decenas de cadenas, la telefonía celular de órbita baja⁶⁶, las autopistas de la información⁶⁷, revolución digi-

⁶⁴ Sobre el papel central de las tecnologías de la telecomunicación e Internet en la globalización, desde una perspectiva crítica, *vid.* el trabajo de Daniel SCHILLER, *Digital Capitalism*, MIT, Cambridge, 1999.

⁶⁵ *Vid.* CASTELLS, M., *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Alianza Editorial, Madrid, 1997/8, específicamente el vol. I, *La sociedad red*, y ECHEVERRÍA, J., *Los señores del aire: télépolis y el Tercer Entorno*, *op. cit.* *Vid.* también MARCHIPONT, J. F., *Les nouveaux réseaux de l'information. Enjeux et maîtrise de la société de l'information*, Editions continent Europe, París, 1995.

⁶⁶ Estos satélites, situados a 778 km de la Tierra, son auténticas centrales telefónicas en órbita, que van «rebotando» las comunicaciones de uno a otro satélite hasta alcanzar su punto de destino. Diversos proyectos prevén el lanzamiento de, aproximadamente, 1.000 satélites en los próximos 5 años (Globalstar: 48 satélites de baja órbita, proyecto de Alcatel; Teledisc: 840 satélites de órbita baja que permitirían el acceso a Internet 60 veces más rápido que hoy, proyecto de Microsoft, etc.).

⁶⁷ Término lanzado por el Vicepresidente estadounidense Al Gore —hijo de un ministro de transportes de EEUU que, tras la guerra, inició el proyecto de desarrollar la red de autopistas norteamericanas. Ahora su hijo trata de simbolizar con esta denominación, la continuación de la obra de su padre—. El término hace referencia a las posibilidades que ofrecen las redes de fibra óptica, redes digitales e internet, para transportar un sin fin de información interactiva y datos útiles para una multiplicidad de aspectos mundanos: teleenseñanza, telecompra, televisión a la carta, consulta a bases de datos y abono de servicios varios, entre otros. Las autopistas de la información no conforman una red física única; sino un conjunto de infraestructuras de

tal⁶⁸, etc. Y sobre todo, por sociedad de la información entendemos una sociedad en la cual, una forma de información/comunicación total y global posibilita la mundialización de la economía y cada vez en mayor medida, una cultura y civilización global y más homogénea. Los medios transforman la sociedad y las relaciones internacionales. Asistimos a una nueva revolución tecnológica cuyo núcleo dominante es la tecnología de la información, como en el pasado lo fue el ferrocarril o el petróleo, por ejemplo.

Hoy los modernos sistemas de información y comunicación ejercen una función estructurante en la comunidad internacional como nunca antes habíamos visto, entre otras cosas, porque nunca antes el desarrollo tecnológico había posibilitado un hecho de tanta envergadura⁶⁹. La propia denominación de la sociedad actual lo demuestra. Vivimos en una sociedad que se define en términos de comunicación, *Sociedad de la Información/Comunicación*. Y ésta, en términos de red. La vinculación transversal entre comunicación y relaciones internacionales se acentúa, llegando incluso a confundirse. En alguna medida, hoy podemos afirmar que relaciones internacionales y comunicación son la misma cosa.

La comunicación ya no cumple el papel de difundir el desarrollo, según afirmaban los teóricos modernistas del modelo difusionista; quizá tampoco sea principalmente un instrumento de dominación de unos Estados sobre otros, como decían los críticos. Todo es mucho más complejo, mucho más matizable. Esos modelos se sustituyen por otro en el que la comunicación-red (o las redes de comunicación) estructuran todo el sistema, convirtiéndose en el principal factor de mundialización. Y todo esto porque lo internacional o la internacionalización ya no es lo que era. Hoy es más difícil hablar de desequilibrio de flujos mundiales de comunicación entre Estados, porque hay nuevos actores en escena, y porque la escena misma se ha modificado haciéndose transnacional. Los Estados y sus relaciones ya no constituyen el único, ni siquiera el más importante eje de estructuración y ordenación del mundo. Cada vez hay más territorios abstractos, invisibles, inmateriales, conformados por las grandes redes de comunicación, que escapan al ya obsoleto concepto de territorialidad⁷⁰.

Esta sociedad basada en los paradigmas de la comunicación y la economía está llevando a la aparición de un nuevo sistema; lo que Ignacio Ramonet denomi-

telecomunicación locales, regionales, nacionales e internacionales, con su reglamentación —la mayoría de las veces en proceso de elaboración—, su contenido, su extensión, etc. Vid. IRIS, A., *Les autoroutes de l'information*, Presses Universitaires de France, París, 1996. SANDOVAL, V., *Les autoroutes de l'information*, Hermès, París, 1995. MARTÍNEZ SOLER, J. A., ROS, F., y SANTILLANA, I., *Las autopistas de la información*, Debate, Madrid, 1995.

⁶⁸ Significa que sonido, imagen o texto —hasta ahora tres sistemas de significación diferentes—, confluyen y pueden expresarse en un mismo dispositivo y ser difundido, transformado en pulsiones eléctricas, a la velocidad de la luz, esto es, en tiempo real.

⁶⁹ La información instantánea, en tiempo real y a escala universal que posibilitan los instrumentos multimedia, constituye la última fase de las revoluciones informativo-culturales experimentadas en la era moderna (las anteriores son: la invención de la imprenta en el siglo xv; la de la radio en 1920; la TV en 1950; el uso masivo del ordenador a partir de la década de los ochenta), y está creando la única cultura realmente universal en la historia del hombre. CHOMSKY, N., y DIETERICH, H., *La aldea global*, Txalaparta, Tafalla, 1997, p. 162.

⁷⁰ Lo cual no es sinónimo de afirmar que los territorios han muerto. Éstos siguen teniendo relevancia, sólo que «otra» relevancia, no sólo económica, sino también política y simbólica. Vid. DOLLFUS, O., *La mundialización*, Edicions Bellaterra, Barcelona, 1999, pp. 50 ss.

na «Sistema PPII»⁷¹: cualquier actividad o realidad que se pretenda determinante en esta sociedad de la información, ha de ser Planetaria (debe extenderse al conjunto del planeta), Permanente (tiene lugar 24 horas sobre 24), Inmediata (en cualquier momento puede intervenir sobre esa actividad), Inmaterial (son pulsiones electromagnéticas, virtualidad).

¿Qué actividades tienen de una forma más acentuada esas características? Básicamente dos, precisamente, la economía financiera y la información/comunicación (y por supuesto, los sectores y actividades ligados a ellos)⁷².

Hoy podemos entrever un proceso de integración mundial inconcluso, fragmentado, sectorializado y/o parcializado a diferentes niveles. Con una creciente penetración de fuerzas económicas y culturales —comunicacionales— externas en los espacios estatales. Con el capitalismo como una de las principales fuerzas de cohesión que tiene como efecto articular las distintas partes del mundo en un mismo, o aproximado, sistema social más o menos integrado. Los intercambios comerciales y las nuevas tecnologías de la información —mercado y comunicación, como decíamos antes—, son las columnas vertebrales de este sistema mundial. Y los *media*, son los agentes de expansión y legitimación, difundiendo valores comunes homogenizadores que favorecen esa integración planetaria. Las redes de comunicación en tiempo real están configurando un nuevo modo de organización del planeta y sobre todo, nos colocan en una nueva fase de apertura al mundo, acelerando como nunca antes había sido posible, el movimiento hacia la integración mundial iniciado en vísperas del siglo XIX⁷³.

Ante esta realidad, entre escépticos o ilusionados, distantes o apasionados, se desarrollan dos posiciones ideológicas, en una reedición del debate entre apocalípticos e integrados de la comunicación de masas que animó la sociología de la comunicación hace algunas décadas⁷⁴.

2. Discurso Integrado

Primera posición: discurso oficial *integrado*, defensores de la nueva ideología de la comunicación, apoyados por una ideología técnica (la técnica tiene poder para transformar radicalmente la sociedad) y económica (hay que «dejar hacer» al mercado, él impone sus reglas y eso es lo acertado)⁷⁵. Manifiestan grandes expectativas

⁷¹ RAMONET, I., «El pensamiento único», en *Plenario Centroamericano*, vol. 2, 1998.

⁷² «Junto a los mercados financieros, la comunicación y la información se han convertido en los grupos más dinámicos de la economía del mercado global»; en HERMAN, E. S. y MCCHESENEY, R. W., *Los medios globales*, op. cit., p. 64.

⁷³ MATTELART, A., *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998.

⁷⁴ ECO, H., *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona, 1968.

⁷⁵ Apóstoles relevantes de esta interpretación son, entre muchos otros, Daniel BELL (habla de un nuevo tipo de sociedad —sociedad postindustrial— cuyo elemento clave es la tecnología de la información. *Vid. The Coming of Post-Industrial Society: A venture in Social Forecasting*, Basic Books, Nueva York, 1973. Versión en español *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de prognosis social*, Alianza Editorial, Madrid, 1976), Francis FUKUYAMA (*vid. El fin de la historia y el último hombre*, Planeta, Barcelona, 1992), Alvin TOFFLER (*vid. La tercera ola*, Plaza y Janés, Barcelona, 1992. La sociedad del ordenador es la tercera ola que sustituye a las otras dos: 1.ª era agrícola. 2.ª era industrial): gracias a la ideología capitalista, la humanidad ha llegado a su estadio superior, superando contradicciones y déficits estructurales. GATES, B., *Camino al futuro*, McGraw-Hill, Madrid, 1995. TERCEIRO, J., *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*, Alianza, Madrid, 1996.

—a veces incluso ilusiones fantásticas— acerca de las posibilidades de las nuevas tecnologías de la comunicación. Se alaba su poder y el beneficio que se derivará de su utilización masiva y generalizada⁷⁶. Las tecnologías de la información esbozan el surgimiento de una nueva sociedad más libre y democrática, más igualitaria, favorecen mayores posibilidades para todos, y posibilitan una redefinición de las relaciones Norte/Sur, concediendo oportunidades inéditas para estos últimos. Internet sería la máxima expresión de esta igualdad de oportunidades a nivel global y planetaria. Todo el mundo puede participar en esta red sin jerarquía, sin centro, sin dominio ni propiedad de nadie...

Es lo que MATTELART denomina en sus trabajos la «ideología redentora y benefactora de la comunicación» —o de las redes— como creadores de vínculos universales y agentes de civilización (que ya se esgrimió también en el siglo XIX en favor de las redes marítimas, ferroviarias, etc. por Saint Simon y otros)⁷⁷. Esta ideología redentora ahora se acentúa, una vez se ha producido el hundimiento de algunas de las grandes utopías procedentes del siglo XIX precisamente, que habían animado el debate ideológico durante prácticamente todo el siglo XX. Hoy la comunicación se revela como una especie de utopía sustitutiva, capaz de crear un lazo entre los humanos que fomente la comunidad y la cohesión. Comunicación como garantía de paz social. Comunicación como sinónimo de progreso, de modernidad, de bienestar. Hay que comunicar, comunicar a toda costa, no importa para qué, sólo comunicar (¿no usamos así también Internet?). Pero esto no es nuevo, ha sido así cada vez que las comunicaciones han experimentado saltos tecnológicos importantes. Hay una reproducción cíclica del discurso sobre las virtudes taumatúrgicas de la comunicación que encubre, quizás, otro bien distinto, el de la Realpolitik de la lucha por el control de los dispositivos comunicacionales⁷⁸. Pero esa es otra posición en este debate ideológico acerca de la sociedad de la Información.

3. Discurso Apocalíptico

Segunda posición: discurso *apocalíptico* y crítico. Las tecnologías de la información no son liberadoras, sino que son instrumentos de dominación y opresión, en una palabra, «lo peor»⁷⁹. No es cierto que cuanto más comunicación haya en nuestras sociedades, más armonía social reinará en ellas, la comunicación en sí no

⁷⁶ Vid. NEGROPONTE, N., *El mundo digital*, Ediciones B, Barcelona, 1995 (original en inglés *Being Digital*, 1995).

⁷⁷ El siglo XIX consagra la idea de la comunicación como agente civilizador. La idea de que la interdependencia conduce al mundo a una unificación cultural, social, etc., positiva, arranca en ese siglo. Las grandes Exposiciones Universales que contribuyeron a la formación de un imaginario comunicativo internacional, son también de esa época. Vid. MATTELART, A., *La mundialización de la comunicación*, op. cit., pp. 24 ss.

⁷⁸ MATTELART, A. en su trabajo «Los “paraísos” de la comunicación», realiza un sugerente recorrido por las diferentes etapas de esa historia optimista y taumatúrgica de la comunicación. En RAMONET, I. (ed.), *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*, Alianza Editorial, Madrid, 1998, pp. 287 ss. Vid. en el mismo sentido BUSTAMANTE, E., «Mitos y utopías de la Sociedad de la Información», en *El viejo topo*, n.º 106, 1997.

⁷⁹ VIRILIO, P., *El Cíbermundo, la política de lo peor*, Cátedra, Madrid, 1997.

constituye un progreso social⁸⁰. Y aún menos cuando contribuye, como ocurre en la sociedad de la información, a incrementar las desigualdades⁸¹.

La comunicación global tiene un carácter desigual, llevado a cabo por los grandes conglomerados multimedia⁸² y en el cual el desarrollo de las nuevas tecnologías juegan un papel importante. Si las nuevas tecnologías beneficiarán a alguien, será a las empresas multinacionales que las exploten —instituciones centrales del sistema resultantes de la progresiva penetración y convergencia entre los grandes emporios mediáticos y las gigantescas compañías globales de telecomunicación⁸³— y al capitalismo transnacional que se movilizará para construir las autopistas de la información⁸⁴.

En lo que a la estructuración del mundo se refiere, desde esta posición sigue defendiéndose la tesis del desequilibrio e imperialismo del Norte respecto de los países del Sur. A través de la circulación de comunicación preferentemente unidireccional del Norte al Sur (del centro a la periferia), los contenidos simbólicos, informaciones, valores e interpretaciones de la realidad, se difunden a todo el sistema mundial, legitimando e imponiendo determinadas representaciones y configuraciones de la realidad global. Mediante el control de los sistemas comunicativos se defienden los intereses del centro del sistema mundial⁸⁵. Ello lleva a algunos a afirmar que el Imperialismo de la comunicación no ha desaparecido⁸⁶, que la globalización no ha acabado con la dominación cultural, y que el modelo centro-periferia continúa siendo válido (aunque los bloques componentes no sean exactamente los mismos)⁸⁷. Desde esta posición, términos como Sociedad de la Información y Autopistas de la Información no son sino eufemismos que esconden una nueva visión unívoca del desarrollo anclada en cierto determinismo tecnológico supuestamente benéfico para todos, pero que disfraza y oculta poderosos intereses económicos subyacentes⁸⁸.

Respecto al fenómeno Internet⁸⁹, tenido por los *integrados* como la imagen de marca de la democratización comunicacional entre el norte y el sur, los críticos también tienen otra interpretación, poniendo el acento en la, todavía, dimensión

⁸⁰ «No son los sistemas comunicacionales los que van a resolver los problemas de este mundo donde sobran símbolos pero falta alimento», en FORD, A., *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996, p. 63.

⁸¹ RAMONET, I., *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*, Editorial Debate, Madrid, 1997, p. 231.

⁸² Vid. MIGUEL, J. C., *Los grupos multimedia*, Bosch, Barcelona, 1993; y HERMAN, E. S., y MCCHESENEY, R. W., *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, op. cit., especialmente el capítulo 3 «Principales actores en el sistema de los medios globales».

⁸³ HERMAN, E. S., y MCCHESENEY, R. W., op. cit., p. 188.

⁸⁴ SCHILLER, H., *Aviso para navegantes*, Icaria, Barcelona, 1996. Vid. también LACROIX, J. B., MIÈGE, B., y TREMBLAY, G. (eds.), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, Presses Universitaires de Québec, Montréal, 1994.

⁸⁵ MURCIANO, M., *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Bosch, Barcelona, 1992, pp. 201 ss.

⁸⁶ «¿Está muerto el imperialismo? [...] El imperialismo, entendido como un sistema de control y explotación de la gente y de los recursos está vivo y bien vivo», en SCHILLER, H., «El Imperialismo de la comunicación», en *Afinidades*, n.º 5, 1994, p. 32.

⁸⁷ QUIRÓS, F., op. cit., pp. 17 ss.

⁸⁸ BUSTAMANTE, E., «De la cultura a las nuevas redes: amenazas y retos de la concentración», op. cit., p. 40.

⁸⁹ Sobre el origen y la naturaleza de la red, vid. DUFOUR, A., *Internet*, Presses Universitaires de France, París, 1995 (Que sais-je?, n.º 681).

elitista de la red⁹⁰ e incluso en su naturaleza⁹¹. Se habla a menudo del desarrollo celérico de Internet, de que África está también conectada⁹²; pero los críticos aportan suficientes y elocuentes datos sobre el número de ordenadores personales en el mundo, su distribución, así como la distribución de las líneas telefónicas existentes y la lógica comercial que ha comenzado a apoderarse de la red, para ser pesimistas respecto a su potencialidad⁹³. Lo que no cabe duda es que Internet llega a conectar las elites del Norte con las del Sur, y que muchos grupos sociales—incluso insurgentes como el movimiento zapatista, por ejemplo—han sido capaces de, mediante Internet, desafiar los imperativos del sistema global de comunicación monopolizado por los grandes imperios mediáticos y hacer oír su voz al mundo. Tampoco puede negarse la puerta que abre Internet para una comunicación rápida y global para infinidad de grupos sociales marginados del sistema comercial. Y sólo por eso, Internet es ya importante; pero eso no es exactamente lo mismo que avanzar en la configuración de una comunidad internacional más democrática y participativa⁹⁴. Demasiada gente todavía no puede acceder a esta tecnología.

Frente a la utopía del ciberespacio que afirma que todos pueden acceder a él, en realidad no todos tienen las mismas oportunidades. Algunos tienen poco acceso al

⁹⁰ CHOMSKY, N., y DIETERICH, H., *La aldea global*, Txalaparta, Tafalla, 1997, p. 163.

⁹¹ Dominique WOLTON duda incluso de la naturaleza de internet como medio de comunicación de masas. Para él, transmitir más rápidamente un número creciente de informaciones no supone comunicarse mejor. Internet no creará, según este autor, una sociedad donde la información circulará más libre y pacíficamente o las relaciones sociales serán modificadas. Por último, estima que la red de redes no suplantará a la radio y la televisión en su papel esencial de lazo social. Vid. *Internet et après. Une théorie critique des nouveaux médias*, Flammarion, París, 1999. Giovanni SARTORI por su parte sí contempla Internet como un competidor real de la televisión, por ser interactivo y más creativo para el usuario. En cualquier caso, también opina que no sustituirá a otros soportes como los libros impresos, siendo además pesimista acerca de lo que él denomina el «post-pensamiento», es decir, la incapacidad de pensar que promueven las nuevas tecnologías. Vid. *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998.

⁹² Internet ha llegado a la práctica totalidad de los países del mundo, con la excepción de una treintena de países africanos, a los que llegará probablemente en un breve lapso de tiempo. Vid. las estadísticas publicadas por la Internet Society en <http://www.isoc.org>. Sin embargo, no hay que olvidar que los costes de las infraestructuras de las telecomunicaciones son allí demasiado elevados para que los usos de Internet puedan generalizarse, incluso en aquellos sectores considerados ciertamente elitistas. Vid. RENAUD, P., y TORRES, A., «Una oportunidad para el Sur», en RAMONET, I. (ed.), *Internet, el mundo que llega [...]*, op. cit., p. 140. Incluso en nuestro país, el número de usuarios no alcanza los tres millones (es decir, el 8 por 100 de la población) y podemos dudar que se alcance la masa crítica necesaria para su plena funcionalidad mientras sólo el 2 por 100 de las entradas de la red emplee el castellano. Vid. *El Correo*, 12 de junio 1999, p. 43.

⁹³ Vid. los diferentes trabajos de SCHILLER, D., TORRES, A., GRESH, A., RENAUD, P., y otros en RAMONET, I. (ed.), *Internet, el mundo que llega [...]*, op. cit. Por su parte, el *Informe sobre Desarrollo Humano 1999* del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo también aporta algunos datos bastante elocuentes: los países de la OCDE, con el 19 por 100 de la población mundial, tienen el 91 por 100 de todos los usuarios de Internet; el Asia Meridional, donde vive el 23 por 100 de la población mundial tiene menos del 1 por 100 de los usuarios de Internet; adquirir un ordenador costaría para un habitante medio de Bangladesh más de ocho años de ingresos, mientras que para un norteamericano o europeo, apenas un mes de sueldo; el inglés predomina en casi el 80 por 100 de todos los lugares de la red, cuando menos de uno de cada diez habitantes del mundo lo habla.

⁹⁴ Incluso el propio vicepresidente norteamericano ALBERT GORE, animador incontestable de las redes de comunicación afirma que «Si permitimos a las autopistas de la comunicación marginar a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, incluso durante un período transitorio, nos encontraremos con que los ricos en información serán aún más ricos, mientras que los pobres serán aún más pobres sin garantías de que puedan algún día conectarse a la red», en TORRES, A., «Los imperios multimedia en busca de nuevos clientes», *ibidem*, p. 63.

mundo informático y comunicativo, o no lo tienen en absoluto, lo que ha llevado a ciertos teóricos a hablar de un nuevo apartheid comunicativo⁹⁵ o «tecnopartheid»⁹⁶. He aquí una de las grandes paradojas y contradicciones del ideal de la comunicación. Decíamos al inicio que, etimológicamente, comunicar es compartir, hacer común a muchos. De ahí el nexo entre comunicación y comunidad. Paradójicamente nos encontramos con el hecho de que en la Era del «todo comunicación», la comunicación es también generadora de exclusión.

Efectivamente, la sociedad de la información e Internet no es igualitaria como afirman los *integrados*; sino asimétrica, pero no en el sentido que se afirmaba líneas más arriba. La asimetría no es tanto norte/sur o centro/periferia, sino más compleja. Existen varios centros y varias periferias tanto en el norte como en el sur⁹⁷. Es un mundo asimétricamente interdependiente⁹⁸. Como se afirma también desde las Relaciones Internacionales, el Sur cada vez es más heterogéneo e, incluso, algunos de sus países se están incorporando al «norte». Las redes hoy enlazan funciones, pueblos y mercados valiosos, desconectando poblaciones y territorios⁹⁹ desprovistos de las propiedades que valoriza esta nueva sociedad-red informacional. Integran unos segmentos de población mundial concretos y afines, y excluyen otros heterogéneos aunque quizá vecinos¹⁰⁰. Excluyen segmentos concretos de sociedades, ciudades, regiones y países, tanto del norte como del sur¹⁰¹. Como afirma Castells, asistimos al surgimiento de una nueva geometría del poder. Una nueva estructura del poder dominada por una geometría de red variable en la que las relaciones de poder siempre son específicas para una configuración determinada de actores e instituciones¹⁰². Otros hablan de «Comunicación-mundo» para explicar estas lógicas asimétricas de exclusión de la sociedad global, enla-

⁹⁵ MIELE, G., «Comunicación en la perspectiva de las nuevas tecnologías», en AAVV, *Mundialización y liberación. II Encuentro Mesoamericano de Filosofía*, Universidad Centroamericana, Managua, 1996, pp. 128-129.

⁹⁶ PETRELLA, R., «Vers un techno-apartheid global», en *Manières de voir-Le Monde diplomatique*, n.º 18, 1993.

⁹⁷ Queremos poner el acento, precisamente, en los excluidos del Norte, en ese «cuarto mundo» que aparece en absolutamente todos los países *ricos*. Sobre el debate en torno a esta cuestión, *vid.* AGUIRRE ZABALA, I., «La cooperación al desarrollo a la luz del debate actual sobre las “nuevas solidaridades” en Europa», en ALDECOA LUZARRAGA, F. (coord.), *La Cooperación Internacional. XIV Jornadas de Profesores de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales*. Vitoria-Gasteiz. 1991, Servicio Editorial de la UPV/EHU, Bilbao, 1993.

⁹⁸ CASTELLS, M., *La era de la información op. cit.*, vol. I, p. 173.

⁹⁹ Desconexión no precisamente deseada y sí alejada de aquella que reivindicaban los dependentistas como estrategia de desarrollo. Cf. AMIN, S., *La déconnexion. Pour sortir du système mondial*, La Découverte, París, 1986.

¹⁰⁰ «Las posibilidades y las capacidades efectivas de redes como Internet debilitan en parte los lazos comunitarios que unen a los heterogéneos componentes humanos de una misma cultura. En la medida en que semejantes redes acercan cada especialidad dentro de comunidades en las que la distancia no cuenta, debilitan la comunicación entre individuos que forman parte de las comunidades asentadas en bases geoculturales» (en FAYARD, P., y MOINET, N., «Control y poder en la comunicación internacional», en *Telos*, n.º 48). Internet acerca, por ejemplo, a un físico chino con otro alemán, que pueden así compartir experiencias y saberes; pero alejan a ese físico de su vecino, no interesado por estas cuestiones.

¹⁰¹ Refiriéndose precisamente a la exclusión del Norte, Bernard KOUCHNER —promotor político del debate sobre las «nuevas solidaridades» con el cuarto mundo en Francia como Secretario de Estado del Gobierno de Michel Rocard— afirma que «[...] La exclusión, hoy, si bien es económica, es también y a la vez social: es una exclusión de las redes de comunicación, estas redes que cimentan la sociedad civil [...]». Citado por AGUIRRE ZABALA, I., *op.cit.*, p. 275.

¹⁰² CASTELLES, M., *La Era de la Información*, vol. III, *op. cit.*

zando con el concepto de «Sistema-mundo» y «Economía-mundo» de Wallerstein, visto más arriba ¹⁰³.

Por eso quizá haya que replantear aseveraciones como la del imperialismo cultural ¹⁰⁴. La sociedad-red informacional no se constituye en una lógica norte-sur, sino en otra geometría variable. No excluye al sur, sino a segmentos específicos del sur y del norte. Esta posición ni *crítica* ni *integrada*, o mejor, *crítica pero integrada* a la vez, nos lleva a una posible tercera posición respecto a la sociedad de la información, a caballo entre las dos primeras y principales.

4. Discurso crítico pero integrado

Tercera posición: empiristas críticos ¹⁰⁵. La sociedad de la información no es absolutamente igualitaria; pero esto no les lleva a pronunciarse con una crítica radical. Consideran que sí hay importantes elementos de democracia y de participación en ella. Sí estamos avanzando hacia formas más definidas de comunidad internacional gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación. Todo es perfectible, pero el avance existe. Es una visión, que podríamos llamar, optimista crítica, a medio camino entre las dos anteriores, especie de punto de encuentro o intersección que incorpora elementos de ambas.

Aún podríamos encontrar una cuarta posición, absolutamente crítica, pero con ciertas diferencias. Es la posición de aquellos que desconfían no sólo de la tecnología de la comunicación, sino de la comunicación misma e incluso del ser humano. La comunicación no mejora las relaciones humanas. Afirman que la técnica tiene un gran poder, como afirmaban los integrados; pero en clave contraria y negativa. Su

¹⁰³ «La línea de separación entre Norte y Sur no basta para poder comprender el sentido del planeta, actualmente las desigualdades estructurales que han venido sumándose a lo largo de los precedentes decenios se mantienen presentes, no se han volatilizado. Lo que ha removido la representación maniquea del mundo es el hecho de que el Norte ha descubierto los Sures de su propio territorio, y que del mismo corazón del Sur han surgido Nortes que, a su vez, tienen también sus propios Sures». MATTELART, A., *La mundialización de la comunicación*, op. cit., p. 100.

¹⁰⁴ El propio Herbert SCHILLER flexibiliza considerablemente su posición inicial —de 1969— en la 2.ª edición de su obra clásica *Mass Communications and American Empire*, Westview Press, Boulder, Colo., 1992, incluyendo un capítulo introductorio nuevo, «A Quarter-Century Retrospective», en el que reflexiona acerca del nuevo escenario global de finales del siglo XX. Parece oportuno pensar que quizá no haya un liderazgo y dominio tan absoluto por parte de EEUU, cuya posición parece estar siendo erosionada en los últimos tiempos. SCHILLER reconoce que su tesis originaria del imperialismo cultural era demasiado rígida y unidimensional, y poco adecuada para la realidad global actual. Las corporaciones transnacionales han ocupado un papel predominante en las nuevas industrias de la comunicación. No es EEUU el líder, sino las empresas transnacionales. Así, afirma SCHILLER, las bases económicas de la dominación hoy ya no son norteamericanas, sino que se han internacionalizado. Concluye el autor afirmando que ya no es apropiado hablar de imperialismo cultural estadounidense, sino más bien de un «imperialismo cultural corporativo multinacional con un fuerte acento de EEUU» (pp. 14 y 15). Todo ello no obsta para que EEUU siga considerando la comunicación como un aspecto sustancial de su política exterior. Vid. ROTHKOPF, D., «In Praise of Cultural Imperialism?», en *Foreign Policy*, n.º 107, 1997. Según este autor, para los EEUU el objetivo central de una política exterior en la era de la información debe ser ganar la batalla de los flujos de información mundial, dominando las ondas, así como el Reino Unido reinaba en otras ocasiones sobre los mares. En el mismo sentido se expresa Sandra BREHAM, para quien la nueva teoría de seguridad del Pentágono se apoya en las infraestructuras telemáticas de la información que configuran un sistema global de vigilancia. Vid. «Global surveillance, media policies and civil liberty», en *Media Development*, vol. XL, n.º 2, 1993, pp. 36 ss.

¹⁰⁵ Así los denomina Dominique WOLTON en su libro *Sobre la comunicación*, op. cit.

desesperanza es máxima. Es una corriente nihilista. Son los posmodernos¹⁰⁶, o mejor, esas corrientes de los posmodernos nihilistas herederos de Nietzsche —relativismo máximo: todo es interpretación— y de Heidegger —visión pesimista de la técnica—. Estos posmodernos escépticos radicales perciben en las tecnologías un riesgo en el sentido habermasiano de la «comunidad de riesgo»¹⁰⁷.

En definitiva, ni tan siquiera el debate es nuevo. Los planteamientos optimistas/pesimistas, en favor/en contra, apocalípticos/integrados que hoy acompañan la implantación de las nuevas tecnologías de la información, no son sino reediciones de los debates que acompañaron en su día la llegada de la radio, de la TV, del teléfono... o incluso antes —1.ª mitad del siglo XIX— cuando el pensamiento romántico —Fichte, Schelling, etc.¹⁰⁸— polemiza contra la revolución industrial y contra la lógica mecánica y artificial del progreso moderno, idealizando nostálgicamente las relaciones sociales premodernas.

VI. LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS SOCIOPOLÍTICOS: EL CASO EUROPEO

¿Y quiénes son los actores fundamentales en esta sociedad de la información/comunicación? Hay básicamente tres tipos de actores diferentes.

a) las agrupaciones de Estados, es decir, zonas integradas económicamente, como la UE, el TLC, Mercosur, APEC, etc. Hoy todos los Estados aspiran a asociarse y constituir una zona integrada, contrariamente al siglo XIX y principios del XX donde esencialmente los Estados se separaban. Y la comunicación es una herramienta importante a la hora de intentar configurar estos nuevos espacios económico-políticos (como veremos seguidamente en el caso europeo).

b) Los grandes grupos industriales y financieros. Principalmente los grandes grupos mediáticos que imponen la globalización a escala internacional. Son los actores centrales desde el punto de vista económico e ideológico.

c) Las ONG globales, expresión de la nueva sociedad civil global, a la que también posteriormente nos referiremos.

Nosotros ahora nos centraremos en un caso concreto, como es el europeo, tratando de analizar el papel que desempeña la Unión Europea en la «gestión» de la sociedad de la información para la construcción de un espacio sociopolítico nuevo¹⁰⁹.

¹⁰⁶ *Ibidem*, p. 91.

¹⁰⁷ BECK, U., *La sociedad del riesgo*, Paidós, Barcelona, 1996.

¹⁰⁸ Vid. entrada Romanticismo y filosofía en *Enciclopedia de la Filosofía*, Garzanti/Ediciones B, p. 860.

¹⁰⁹ Bien entendido que no es nuestro objetivo realizar un análisis de la intervención comunitaria en el ámbito cultural, aunque a veces sea muy difícil desligar las acciones propiamente «comunicativas» de las culturales, por ser éste un marco más amplio que incluye las anteriores; y por ser la cultura una cuestión considerada clave en la consolidación del proceso de construcción europea. Sobre el tema, vid. ALDECOA LUZARRAGA, F., y UNCETABARRENECHEA LARRABE, J., «La cultura en el TUE: hacia la superación del déficit cultural de los tratados», en AAVV, *L'Union Européenne à l'aube d'un nouveau siècle. La UE en los albores de un nuevo siglo. Liber Amicorum Jacqueline Lastenouse-Bury*, Jurídica, Madrid, 1997.

Es obvio que la comunicación, entendida en sentido amplio, está teniendo una importancia decisiva en la configuración y construcción progresiva y aún a muy largo plazo, de una comunidad internacional planetaria. Siempre la comunicación fue un factor de mundialización, hecho que acentúan las nuevas tecnologías de la información y comunicación¹¹⁰.

También es un lugar común reconocer la importancia de los medios de comunicación de masas en la configuración de espacios sociopolíticos concretos. La capacidad de los *media* para definir y homogenizar identidades sociales es indiscutible¹¹¹; los medios ayudan a conformar espacios políticos, construyen el consenso colectivo, definen el ámbito del consenso y del disenso social, proporcionan sentimientos de comunidad, son instrumentos de mediación y regulación de los conflictos, etc.¹¹². Los medios de comunicación, o mejor, la comunicación pública a la que ellos contribuyen, aunque no de forma exclusiva, se convierte en un prerequisite para el triunfo del proyecto político integracionista.

Ahora bien, nos preguntamos ahora: ¿quiere esto decir que los medios de comunicación siempre pueden construir nuevos espacios políticos?; y también, ¿los medios de comunicación de masas siempre pueden contribuir a reforzar la integración territorial?

Para Deutsch, los procesos de comunicación están en la base de la coherencia de las sociedades, siendo determinantes para la configuración de una comunidad particular dada; es decir, la pertenencia a un pueblo se define por la capacidad de comunicar con los miembros de ese grupo, en mayor medida que con los miembros de otro grupo u otro pueblo. La nación es para él una comunidad comunicativa¹¹³.

Habermas refiriéndose al caso concreto de la integración europea, afirma que ésta no triunfará si no viene precedida de la consecución de una esfera pública integrada europea: sociedad civil europea, ONG, movimientos de ciudadanos, etc. Es decir, previamente debe darse «un contexto de comunicación pública que transcienda las fronteras de las hasta ahora limitadas esferas públicas nacionales»¹¹⁴.

Para algunos asistimos hoy al surgimiento de ciertos espacios regionales más o menos integrados, como paso previo a ese espacio mundial que configurarán en el futuro. Las redes de comunicación serían el elemento que enlaza los macroespacios regionales existentes con la dinámica global del sistema mundializado¹¹⁵.

¹¹⁰ Efectivamente lo acentúa; pero no somos partidarios de magnificar este hecho respecto a realizaciones anteriores. Ha habido otros hechos comunicativos que también contribuyeron poderosamente a esta conformación progresiva de la comunidad mundial. Por ejemplo, el tráfico de viajeros por tren y la puesta en funcionamiento de la red telefónica forzaron la introducción del tiempo mundial uniforme. Hasta 1890 existían alrededor de 80 tiempos locales sólo en EEUU. En 1884 Greenwich fue declarado «meridiano cero», y en 1912, la Conferencia Internacional de la hora, unifica finalmente el tiempo horario, siendo éste uno de los impactos globales más importantes de la mundialización. Vid. KERN, S., *The Culture of Time and Space 1880-1919*, Harvard University Press, Cambridge, 1983.

¹¹¹ Vid., por ejemplo, «Media and Changing Metaphor of Ethnicity and Identity», en *Media, Culture and Society*, vol. 13, n.º 2, 1991, pp. 193 a 214.

¹¹² GARCÍA RAYA, M. E., «Comunicación política y organizaciones sociales: de los medios y otros demonios», en *Signo y pensamiento*, n.º 32, 1998.

¹¹³ DEUTSCH, K. W., *Nationalism and Social Communication: An Inquiry into the Foundation of Nationality*, MIT Press, Londres/Cambridge, 1966.

¹¹⁴ HABERMAS, J., *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*, Paidós, Barcelona, 1999, p. 142.

¹¹⁵ MURCIANO, M., «La comunicación en el nuevo orden internacional. Perspectivas después de la caída del muro de Berlín», en AAVV, *Cooperación Pública Vasca. Jornadas municipales sobre Cooperación Norte-Sur. La dimensión global de la solidaridad*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz, 1995, pp. 94 y 95.

El escenario europeo nos proporciona el intento más acabado, no el único, de construcción en curso de un espacio sociopolítico «integrado», para el cual los medios de comunicación constituyen uno de los elementos centrales en el intento de redefinición progresiva de la nueva identidad colectiva europea, así como para la creación de una cultura política común que se nos revela todavía bastante incipiente.

En el caso europeo se parte de la premisa, discutible como veremos posteriormente, de que generando un espacio audiovisual y comunicativo propio, estaremos sentando las bases para la creación de un espacio sociopolítico comunitario¹¹⁶. Y con este objetivo como guía, la Comunidad Europea ha tenido una actuación diversificada en materia de comunicación¹¹⁷.

La primera realización significativa data del año 1984; nos referimos al *Libro Verde para el establecimiento de un mercado común de la televisión en Europa*¹¹⁸, que daría lugar en 1989 a la *Directiva sobre la Televisión Sin Fronteras*¹¹⁹. Este documento responde a la toma en consideración por parte de las autoridades comunitarias de la importancia del factor cultural en la creación de una identidad europea, conscientes de que ésta es requisito indispensable para el triunfo del proyecto europeo. Y los medios de comunicación, como venimos afirmando, ocupan una posición importante en el dispositivo creado para ello. El documento referido¹²⁰ sienta las bases del marco reglamentario europeo en materia audiovisual, eliminando los obstáculos a la libre circulación de emisiones de radiodifusión televisiva en la comunidad; realiza un diagnóstico del sector audiovisual en los países miembros y define los aspectos centrales de la política audiovisual¹²¹, sentando las bases para el desarrollo de una industria de programas audiovisuales europeo que fruc-

¹¹⁶ Sobre la construcción de espacios audiovisuales como creadores de identidad nacional y metáfora política, vid. SCHLESINGER, P., «L'Identité nationale. De l'incantation à l'analyse», en *Hermès. Cognition, Communication, Politique*, n.º 8-9, 1990.

¹¹⁷ MURCIANO, M., «Globalización y políticas regionales de comunicación: el caso europeo», en *Signo y Pensamiento*, n.º 30, 1997.

¹¹⁸ *Télévision sans frontières. Livre Vert sur l'établissement du marché commun de la radiodiffusion*, COM (84) 300 final. OPOCE, Luxembourg, 1984.

¹¹⁹ *Directiva visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusions télévisuelle. Directive 89/552 du Conseil, JOCE L 298, 17 octobre 1989*, p. 23. Para un estudio completo de la misma desde el punto de vista jurídico, vid. MARTÍN Y PÉREZ DE NANCLARES, J., *La directiva de televisión. Fundamento jurídico, análisis y trasposición al derecho de los Estados miembros de la Unión Europea*, Colex, Madrid, 1995.

¹²⁰ Que será revisado por la «nueva directiva televisión sin fronteras» adoptada el 19 de junio de 1997 (*JOCE L 202*, 30 julio 1997, p. 60) aplicada desde el 1 de enero de 1999; si bien no habrá modificaciones en cuanto a la filosofía, sino que se limita a realizar algunas adaptaciones concretas y mejoras en algunos aspectos determinados. Sobre la misma, vid. MEYER-HEINE, A., «Les apports de la nouvelle directive "Télévision sans frontières" du 30 juin 1997 entrée en vigueur le 31 décembre 1998», en *Revue trimestrielle de droit européen*, n.º 1, marzo, 1999.

¹²¹ El aspecto más espectacular es el referido a la invitación que realiza a los Estados miembros para que reserven un determinado tiempo de emisión —10 por 100 de su tiempo de antena— para las producciones europeas. Se había constatado que la mayor parte de la cuota de pantalla europea estaba copada por productos estadounidenses. Se iniciará ahora un debate que alcanzará caracteres planetarios en 1993 en el seno del GATT, reviviendo el enfrentamiento del NOMIC, pero ahora entre países del norte, fundamentalmente la Unión Europea liderada por Francia y los EEUU que finalizará, momentaneamente, con la llamada «excepción cultural» preconizada por Francia y que consiste en excluir de las normas que liberalizan el comercio internacional a los productos audiovisuales. Sobre la política audiovisual europea en general y el asunto particular de las «cuotas» vid. PAYRAL, O. N. DU, «De la politique audiovisuelle et des industries culturelles dans l'Union Européenne», en *Médias Pouvoirs*, n.º 2, 1998, pp. 40 ss.

tificaría más tarde en el *Programa MEDIA—Medidas para impulsar y desarrollar una industria audiovisual—*. En lo que a nuestro ámbito de interés se refiere, hay que indicar que el documento señala explícitamente que la información es un elemento determinante de la unificación europea; afirmando además la voluntad de liberar la información de las restricciones nacionales para suscitar la unidad europea y una conciencia colectiva entre sus habitantes¹²².

El citado *programa Media*¹²³ es otra de las realizaciones comunitarias en esta materia. Este programa fue creado para fomentar la programación televisiva y cinematográfica europea. Son tres sus objetivos centrales: creación de sinergias transfronterizas que permitan fortalecer a los productores audiovisuales europeos; apoyo financiero y técnico a productores; promoción del pluralismo en la oferta audiovisual.

El programa será dotado de un presupuesto de 200 millones de euros, en base al cual, se han ido poniendo en marcha numerosos proyectos: EFDO —Oficina Europea para la Distribución de Películas—; BABEL —Fondo Europeo para el Desarrollo del Multilingüismo Audiovisual—, entre otros.

A la finalización de este programa se adoptó el MEDIA II¹²⁴, de filosofía semejante, pero dotado de mucha más cuantía económica —310 millones de ecus—.

Por otra parte hay que reseñar la respuesta de la Unión Europea al reto de la globalización y la sociedad de la información. El denominado *Informe Bangeman sobre Europa y la sociedad global de la información* de 1994. Si la directiva Televisión sin Fronteras pretende hacer frente a la dependencia audiovisual europea, con las grandes infraestructuras de la comunicación —autopistas de la información—, el riesgo es aún mayor. Al «proyecto Gore» de 1993, le sucederá la réplica europea. En 1994 un grupo de estudio dirigido por el Comisario europeo Martin Bangemann, presentará el informe sobre las autopistas europeas de la información.

En cualquier caso, y dado el énfasis que se pone en la liberalización de los servicios y en el papel que ha de desempeñar la iniciativa privada como «motor de la sociedad de la información», probablemente la construcción de ese espacio simbólico europeo no es el objetivo fundamental de la iniciativa, sino la defensa del tejido industrial europeo, en dura pugna con el norteamericano¹²⁵, cuestiones ambas bastante interrelacionadas, por otra parte (y algo parecido podría decirse de la Directiva *TV sin fronteras* y el intento de salvaguardar las empresas audiovisuales europeas, por encima de la defensa o creación del imaginario colectivo cultural europeo).

Quizá la realización más audaz en materia de comunicación cara a la configuración de un espacio sociopolítico europeo integrado, nos lo proporciona el canal de televisión *Euronews*.

¹²² Sobre la creación del espacio audiovisual europeo *vid.* también LOZANO BARTOLOZZI, P., «La cooperación informativa internacional y el surgimiento de un espacio televisivo integrado», en ALDECOA LUZARRAGA, F. (coord.), *La Cooperación Internacional. XIV Jornadas de Profesores de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales. Vitoria-Gasteiz 1991*, Servicio Editorial de la UPV/EHU, Bilbao, 1993.

¹²³ *MEDIA Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle (1991-95)*, JOCE L 380, del 31 de diciembre de 1990.

¹²⁴ Programa MEDIA II, 1996-2000, JOCE L 321, 30 de diciembre de 1995.

¹²⁵ Sobre las dificultades para crear una autopista europea de la información, *vid.* BURGELMAN, J. C., «Telecomunicaciones y autopista europea de la información. Tendencias y problemas de la política de comunicación», *Telos*, n.º 48.

Efectivamente Euronews evidencia una de las muestras más explícitas de utilización de los medios de comunicación para la construcción de un espacio político. Este proyecto debe ser considerado como «una pieza más del proyecto Televisión sin fronteras, que se configura como la gran posibilidad y panacea para alcanzar el horizonte comunitario, de una identidad cultural europea»¹²⁶.

Euronews nace en 1993¹²⁷ sobre las cenizas del proyecto fracasado en 1987, tras poco más de un año de funcionamiento, de televisión de información por satélite denominado *Europa TV*. La idea de crear una televisión europea que reforzase el sentimiento de pertenencia al proyecto común europeo se juzgaba desde hacía tiempo como necesaria¹²⁸.

Tres eran las motivaciones principales para la creación de Euronews¹²⁹:

— hacer frente al monopolio estadounidense de información transnacional en continuo. El protagonismo adquirido por la CNN durante la guerra del Golfo llegó a significar una inaceptable ofensa al sentimiento europeísta de algunos, y una intromisión a la que había que responder. El referente de la CNN siempre estará presente en el proyecto europeo identificado por la mayoría como la «CNN europea»;

— asegurar la presencia del servicio público en la televisión de información, género entonces reciente y de futuro incierto, pero considerado como estratégico. Hay que recordar que Euronews es el fruto de la voluntad común de algunas televisiones públicas (principalmente francesa, italiana y española, además de algunas otras no comunitarias como la suiza, con el apoyo de la Unión Europea de Radiodifusión —UER—). Euronews desde el principio estuvo pensada como una televisión pública, con vocación de servicio público;

— y la motivación que más nos interesa aquí, esta es, desarrollar y acrecentar una conciencia colectiva, así como contribuir a crear una opinión pública europea que participe activamente en la construcción comunitaria. Otra cosa es que eso lo consiga *Euronews* en mayor medida que las televisiones públicas de los diferentes Estados de la Unión (y, sobre todo, si tenemos en cuenta lo equívoco del proyecto en numerosos aspectos, incluso en su propia concepción inicial y en su propia composición¹³⁰). Y en ese debate vamos a entrar seguidamente.

¹²⁶ Tomado de Marcial MURCIANO en la Introducción del libro GONZÁLEZ MARTÍN, P., *Euronews. Una televisión pública para Europa*, Icaria Editorial, Barcelona, 1995, p. 11. Para ver los antecedentes del proyecto, dificultades iniciales, etc. *vid.* también este trabajo.

¹²⁷ Como afirma Pedro GONZÁLEZ en *ibidem*, p. 70, comenzará sus emisiones el 1 de enero de ese año, de forma apresurada y un tanto caótica, para hacerlo coincidir con el mismo día que entraba en vigor el mercado único. Es una muestra bastante simbólica de la pretensión de Euronews de vincularse directamente con la nueva realidad comunitaria.

¹²⁸ *Vid.* en ese sentido la Resolución del Parlamento Europeo relativa a la radiodifusión y la televisión en la Comunidad Europea del año 1982 en *Journal Officiel des Communautés Européennes*, n.º C 87/110 del 5 de abril de 1982.

¹²⁹ *Vid.* HEINDERYCKX, F., *L'Europe des medias*, Editions de l'Université de Bruxelles, Bruselas, 1998, p. 222 ss.

¹³⁰ Efectivamente respecto a Euronews hay dos posiciones básicas: o el desconocimiento más absoluto acerca de su realidad, o interpretarla como una creación de la Unión Europea, dependiente incluso de las instituciones comunitarias. Sin embargo la realidad es bien otra, ni todas las televisiones públicas de los países de la Unión forman Euronews, ni sólo las televisiones públicas de los países de la Unión forman Euronews. Euronews pertenece a 18 canales públicos de televisión: los 11 fundadores son CyBC (Chipre), ERT (Grecia), ERTU (Egipto), RAI (Italia), RTBF (Bélgica), RTP (Portugal), TMC (Mónaco), YLE

Es evidente que los fenómenos de comunicación social son importantes para la construcción de identidades nacionales, como hemos afirmado anteriormente. Es innegable la relación directa existente entre comunicación y comunidad (pudiendo ser ésta de diferentes tipos: política, religiosa, cultural, étnica, etc.). Cuando existe una comunidad ya creada, con autoconciencia de sí, con identidad, la comunicación se erige en un factor de acentuación y profundización de la misma, facilitando una cierta representación mediática y simbólica de ella. A través de la comunicación, la comunidad reactualiza su identidad, vigorizándola incluso, en el caso de que se estuviese debilitando.

Pero en el caso de la construcción europea es diferente. La comunicación —y *Euronews* concretamente— es un medio para crear una identidad europea aún incierta, existente en algunos aspectos y segmentos de la población, pero aún muy lejana de ser la identificación primordial de la mayoría de los ciudadanos¹³¹. Como afirma Dominique Wolton, asistimos a la paradoja de que no hay Europa sin comunicación; pero la comunicación es insuficiente para modificar una realidad histórica¹³². Para este autor, la construcción europea ilustra los límites del papel de la comunicación y la información como factor de movilización en favor de la construcción de un nuevo espacio sociopolítico¹³³. En definitiva, para él no hay espacio público europeo y menos aún opinión pública europea¹³⁴.

En sentido parecido se pronuncia la mayor parte de la literatura en Teoría de la comunicación y Comunicación internacional, negando la posibilidad de que *Euronews* se convierta en un instrumento adecuado para la integración europea, sim-

(Finlandia), RTVE (España) y las francesas FR2 y FR3. Posteriormente se han añadido las siguientes: SSR (Suiza), ERTT (Túnez), ENTV (Argelia), RTVSL (Eslovenia), CT (República Checa), PBS (Malta) y RTV (Rumania).

¹³¹ Aunque retóricamente utilicemos expresiones como «pueblo europeo», la realidad es que sólo un segmento muy reducido y elitista de la población se identifica en primer lugar como europeo, por delante de su país o comunidad étnica o cultural, según queda reflejado en los sucesivos *Eurobarómetros*. Además, no basta que exista comunicación para que exista conocimiento: ¿cuánta gente es capaz de dar un nombre y una fecha importante de la historia de los otros 14 países comunitarios diferentes al suyo? Otra muestra de la lejanía de la ciudadanía en general del, por lo demás, apasionante proyecto de integración europea nos lo proporciona el extremadamente bajo nivel de participación en las sucesivas elecciones europeas.

¹³² WOLTON, D., *Sobre la comunicación*, op. cit., p. 301. Es interesante la reflexión que realiza este autor páginas más adelante, al comparar el papel relevante que jugaron los medios de comunicación en la conformación de EEUU y la experiencia negativa que proporciona el caso europeo. Allí, los emigrantes abandonaban su identidad cultural para abrazar la nueva sociedad americana que proporcionaba un poder simbólico fuerte. En Europa, sin embargo, no se trata de integrar individuos, sino pueblos que no sólo no abandonan su identidad, sino que la nueva Unión está obligada a salvaguardarla, careciendo de ese fuerte poder simbólico que dote de sentido de pertenencia a la idea. *Vid.*, pp. 304 ss.

¹³³ *Ibidem*, p. 297.

¹³⁴ Niega que los eurobarómetros sean un testimonio de tal opinión pública europea, ya que plantear las mismas cuestiones a pueblos que tienen referencias distintas, no proporciona resultados positivos. La homogeneidad de los modos de vida no prefigura una identidad común. Las apariencias son las mismas, pero no las referencias. En otro trabajo afirma que «no hay espacio público europeo, aunque exista un espacio político» (y económico, añadimos nosotros) en WOLTON, D., *Eloge du grand public: une théorie critique de la TV*, Flammarion, París, 1990, p. 245. En ese mismo trabajo, en la quinta parte, dedicada al papel de la TV en la construcción europea, defiende la misma tesis de que la comunicación asegurada por la TV en el seno de un Estado nación constituye un factor de cohesión social y cultural porque los públicos comparten los mismos valores, las mismas referencias y representaciones. Algo que, obviamente, no ocurre en el caso que nos ocupa. Para otros sólo existe espacio público europeo en algunos sectores —el cultural, por ejemplo, siendo la cultura europea el referente público europeo más evidente—, estando pendiente de construirse en otros ámbitos. *Vid.* HABERLE, P., «¿Existe un espacio público europeo?», en *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, n.º 3, 1998.

plemente porque una televisión transnacional europea no tiene unos efectos semejantes al de las televisiones nacionales sobre sus ciudadanos¹³⁵. La información y la comunicación sólo desempeñan un papel en la configuración de espacios políticos, cuando existe previamente una comunidad de referencia. De ahí que si haya televisiones transnacionales que están desempeñando ese papel de configuración de espacios políticos concretos o de afianzamiento de algunas comunidades de referencia¹³⁶.

No se niega, por lo tanto, que los medios de comunicación sean importantes para la configuración de un espacio político. Se niega la capacidad concreta de un medio concreto —Euronews— en un proyecto concreto —Unión Europea—. Pero sí podría ayudar a tal efecto una política comunicativa determinada de las televisiones públicas nacionales que contribuyesen, por efecto de una política comunicativa en su favor, al conocimiento y acercamiento de las diferentes realidades europeas en sus diferentes aspectos, históricos, geográficos, culturales, etc.

En cualquier caso, y al día de hoy, parece bastante evidente el déficit de la Unión Europea en materia de comunicación¹³⁷, o al menos lo infructuoso de tal política comunicativa¹³⁸, a juzgar por los efectos que produce, si tenemos en cuenta que el proyecto no acaba de ser entendido por la mayor parte de la ciudadanía, a pesar de la posición favorable que muestran hacia él la inmensa mayoría de medios de comunicación en la mayor parte de los países de la Unión. Para Enrique Bustamante, por ejemplo, la cultura y la comunicación continúan siendo el fúrgon de cola de la construcción europea, y las iniciativas emprendidas y que acabamos de co-

¹³⁵ Vid., por ejemplo, VENTURELLI, S., «The Imagined Transnational Public Sphere in the European Community's Broadcast Philosophy: Implications for Democracy», en *European Journal of Communications*, n.º 8, 1993. SCHLESINGER, P., «Media, the Political Order and National Identity», en *Media Culture and Society*, n.º 13, 1991; SCHLESINGER, P., «Wishful Thinking: Cultural Politics, Media and Collective Identities in Europe», en *Journal of Communication*, n.º 42 (2), 1993. COLLINS, R., «Reflections Across the Atlantic: Contrast and Complementaries in Broadcasting Policy in Canada and the European Community in the 1990's», en *Canadian Journal of Communications*, n.º 20, 1995. MACHILL, M., «La multidimensionalidad de un laboratorio europeo periodístico: Euronews», en *Anàlisi*, n.º 20, 1997.

¹³⁶ Experiencias interesantes nos las proporcionan, por ejemplo, los acuerdos alcanzados por la Televisión belga RTBF Charleroi y su homóloga francesa France 3 Nord-Pas-de-Calais-Picardie; o entre el centro regional de France 3 Rhône-Alpes y la televisión suiza romanda TSR. Aquí la TV se dirige a comunidades previamente existentes, aunque «rotas» por la existencia de una frontera, pero con importantes lazos de identificación común, como por ejemplo la lengua. Esto es, el sentimiento de comunidad es preexistente, mientras que en el caso de Euronews, es la TV —aunque no exclusivamente, como es obvio— quien pretende crearlo. Otro caso singular nos lo proporciona el proyecto Shalom Channel, consistente en crear una televisión para los judíos de Europa que difundirá sus programas en inglés, francés y hebreo. También los canales públicos autonómicos Canal 3 catalán y Euskal Telebista son una referencia interesante en este sentido.

¹³⁷ Vid. WOLTON, D., *La dernière utopie: naissance de l'Europe démocratique*, Flammarion, París, 1993. Otros niegan incluso la existencia de medios de comunicación propiamente europeos; sí reconocen sin embargo, el surgimiento de redes de medios de comunicación de diferentes países de la Unión, en un paralelismo bastante aproximado a la propia construcción europea; pues la Unión Europea tampoco parece que se convertirá en un Estado, sino en un sistema-red multiforme y variable. Vid. ORTEGA, A., «Sociedad europea, medios nacionales», en *El País*, 2 de noviembre de 1998.

¹³⁸ Algunos hablan abiertamente de fracaso del proyecto del llamado Espacio Audiovisual Europeo. Vid. GALPERIN, H., «Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional. El caso del TLCAN, la UE y el Mercosur», en *Comunicación y Sociedad*, n.º 31, 1997. En este trabajo, el autor caracteriza de simplista la idea de que el libre flujo de productos culturales pueda crear un espacio audiovisual europeo que cree, a su vez, una identidad europea común, afirmando que esto no es sino un ingenuo determinismo tecnológico (pp. 27-28).

mentar —especialmente la Directiva TV sin fronteras y el programa MEDIA— favorecen más el proteccionismo nacional que un verdadero intercambio europeo¹³⁹.

En lo que a Euronews concretamente se refiere, algunos estiman que sus sucesivos reajustes muestran la complejidad y lo incierto del proyecto¹⁴⁰ y las dudas asaltan incluso a sus más entusiastas defensores¹⁴¹.

VI. COMUNICACIÓN, PODER Y DEMOCRACIA: UNA REFLEXIÓN SOBRE SUS IMPLICACIONES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Con el espectacular desarrollo, tanto cuantitativo como cualitativo, de los medios de comunicación, se transforman los procesos de control social, substituyéndose la utilización de la fuerza, por la homogeneización cultural característica de la sociedad de la información —se generaliza la ideología del «Pensamiento único»—, o simplemente por la manipulación. Pero los medios de comunicación no son sólo, ni tan siquiera fundamentalmente, instrumentos de adoctrinamiento y manipulación —aunque obviamente éstas sean características consustanciales a su existencia—, son también y sobre todo, un negocio. Ésta es la realidad que interconecta en un mismo plano los tres conceptos: medios de comunicación, democracia y poder, entendido este primero como poder económico y posteriormente como poder político.

1. Medios de Comunicación y poder

Tradicionalmente los medios de comunicación han sido asociados a alguna dimensión del poder. A los tres poderes tradicionales —legislativo, ejecutivo y judicial— se añadía el poder de la información, considerado como «el cuarto poder», aquel que debía juzgar y controlar el funcionamiento y el ejercicio de los otros tres; un recurso al servicio del ciudadano contra los abusos y disfunciones de los otros tres poderes. Pero, ¿dónde está hoy el poder?, ¿quién lo detenta?, ¿cómo se manifiesta? Hoy el poder se ha disuelto, se ha dispersado¹⁴². Una cosa es clara, no podemos ubicarlo ya en los mismos lugares que antes, por lo menos no de forma prioritaria. Hoy emergen nuevas formas de poder, protagonizadas por nuevos actores. Básicamente hay tres tipos de poder con diferente preminencia: 1.º poder económico, 2.º poder mediático (llamado por otros poder simbólico o sociocultural), y 3.º poder político (o político-militar en terminología ya superada; éste era precisamente el poder más importante en el pasado). Es obvio que cuan-

¹³⁹ BUSTAMANTE, E., «El «déficit cultural» europeo», en *El País*, 26 de junio de 1999.

¹⁴⁰ En los últimos años se habla incluso de realizar desconexiones nacionales, lo que de alguna manera chocaría con la esencia de la cadena (por lo menos en su aspecto más simbólico). Vid. HEINDRERYCKX, F., *op. cit.*, p. 223.

¹⁴¹ Es el caso del periodista Pedro GONZÁLEZ MARTÍN, uno de los fundadores y padres del proyecto, que finaliza su libro interrogándose sobre la capacidad de Euronews para «mantener su vocación inicial, que no es otra que la de servir de brazo audiovisual al gran proyecto de la construcción europea», *op. cit.*, p. 165.

¹⁴² Una interpretación interesante de cómo opera hoy el poder nos la proporciona KRASNER, S. D., «Global Communications and National Power», en *World Politics*, abril, 1991.

do se tienen los dos primeros, adquirir el tercero es sólo cuestión de tiempo o de voluntad ¹⁴³.

La máxima «información es poder» revelaba también una realidad en la que la información era un bien escaso. Quien la poseía, podía anticiparse a los acontecimientos, preverlos, manipularlos en su beneficio, obviamente tenía el «poder». Sin embargo hoy la información abunda en exceso, es barata, incluso gratis en unas proporciones mayores a las que somos capaces de consumir. ¿La información ha dejado por ello de ser identificable con el poder? Evidentemente no. Si la naturaleza del poder se ha transformado, también lo ha hecho la información. Hoy «poder» no es disponer de información sino capacidad para controlarla y, sobre todo, capacidad para controlar la ingente cantidad de información y comunicación que circula por las redes, controlar sus flujos, capacidad para manipularla incluso, difundirla a voluntad propia, capacidad para generarla.

Pero no es ésta la única dimensión del nexo información/poder. No sólo es que el poder mediático tenga más preminencia que el político, sino que incluso poder económico y poder mediático van cada vez más juntos.

Según se afirmaba desde la Economía Política de la Comunicación, los medios no son sólo —y es mucho— creadores de poder simbólico e ideológico, sino que son también empresas. Empresas que hoy adquieren una dimensión inusitada y espectacular —Bill Gates es el líder, pero no es el único empresario del conglomerado multimedia que se encuentra a la cabeza del pelotón de grandes emporios económicos transnacionales—. La batalla económicamente más espectacular se desarrolla en el campo de la tecnología de la comunicación. El proceso de fusiones y absorciones iniciado en los años ochenta, unido al surgimiento de las concentraciones multimedia recientes surgidas de la unión de empresas audiovisuales, de telecomunicaciones, de cable, etc., motivadas fundamentalmente por la próxima explotación de las autopistas de la información, da como resultado que el sector de los medios de comunicación en la actualidad sea uno de los que —sino el que— ha experimentado un mayor crecimiento económico, especialmente en EEUU, cuya capacidad de dominación se ve reforzada por su capacidad de integrar los complejos sistemas de información ¹⁴⁴. Las industrias culturales mediáticas ocupan el segundo lugar, tras la industria aeroespacial, en las exportaciones norteamericanas ¹⁴⁵.

Estas empresas siguen una lógica empresarial clásica en lo que a la maximización de beneficios se refiere; pero con unas peculiaridades propias: el mundo entero es su mercado —para ellas no hay «tercer mundo», sino únicamente «mercados

¹⁴³ La siguiente cita de Ignacio RAMONET es bastante elocuente: «Ni Ted Turner, de la CNN; ni Rupert Murdoch, de News Corporation Limited; ni Bill Gates, de Microsoft; ni otras tantas decenas de nuevos amos del mundo, han sometido jamás sus proyectos al sufragio universal. La democracia no se ha hecho para ellos. Se encuentran por encima de sus discusiones interminables en las que conceptos como el bien público, el bienestar social, la libertad y la igualdad conservan aún su sentido. No tienen tiempo que perder, sus productos y sus ideas atraviesan sin obstáculos las fronteras de un mercado globalizado». *La tiranía de la comunicación*, Debate, Madrid, 1998, p. 165.

¹⁴⁴ NYE, J., y OWENS, W., «America's Information Edge», en *Foreign Affairs*, marzo, 1996. Para estos autores, la información es la nueva moneda de la economía global y EEUU está mejor colocado que cualquier otro país para optimizar el potencial de sus recursos materiales y logísticos mediante la información. Afirman que el país que mejor sepa conducir la revolución de la información será el más potente, y para ellos, ese país será EEUU.

¹⁴⁵ Vid. SCHILLER, H., *Aviso para navegantes*, Icaria Editorial, Barcelona, 1996.

emergentes»— en el que colocar su producción (productos mediáticos: información, entretenimiento, etc.); y más importante aún es la naturaleza de su producción. Semejantes emporios empresariales de naturaleza oligopolística, en búsqueda únicamente de maximizar sus beneficios económicos, diseñan un escenario internacional en función de sus parámetros ideológicos, a la cabeza de los cuales está el mercado y el llamado «pensamiento único»¹⁴⁶. Y no olvidemos que por primera vez en la historia, tienen capacidad de dirigir mensajes permanentemente por medios de comunicación de ámbito planetario (hoy CNN y Music TV, pero mañana, muchas más, sin olvidar Internet).

Por otra parte, la relación e interconexión (¿interdependencia?) de estas empresas, no sólo entre ellas, sino con el poder político, acentúa sus capacidades de actuación. Además, la concentración de la propiedad mediática lleva también a una concentración de los contenidos y una producción estandarizada que reduce la pluralidad. Mientras que el desarrollo tecnológico permitía la descentralización, la realidad fue una centralización de la propiedad primero y de los contenidos después. La secuencia privatización, desregulación, concentración, anula la función de contrapoder de los medios¹⁴⁷. Todo ello nos lleva a interrogarnos por la naturaleza de esta democracia mediática de la sociedad de la información.

2. Medios de Comunicación y democracia

La comunicación así como la información plural y sin cortapisas siempre fue considerada una condición para la existencia de la democracia y su correcto funcionamiento. Hoy las nuevas tecnologías de la comunicación producirán efectos transformadores en la política —algunos la denominarán política informacional— y en el proceso democrático mismo¹⁴⁸. Hoy los medios se convierten en el escenario privilegiado de la actividad política¹⁴⁹. La política que aparece en los medios de comuni-

¹⁴⁶ Los principios característicos del Pensamiento único son: primacía de lo económico sobre lo político; el mercado como único corrector de las disfunciones del capitalismo; la competencia y competitividad como factor de permanente modernización; el librecambio sin cortapisas ni intervenciones reguladoras, como factor de desarrollo del comercio y por ende de la sociedad; mundialización de la producción y de los flujos financieros; división internacional del trabajo que abarata los costes de producción al abaratar los costes salariales; apuesta por una moneda fuerte como factor de estabilización; indiferencia acerca del costo ecológico; y sobre todo, desregulación, privatización, liberalización (cada vez menos Estado). CHOMSKY, N., y RAMONET, I., *Cómo nos venden la moto*, Icaria Editorial, Barcelona, 1995, pp. 59-60.

¹⁴⁷ MARTIN MEDEM, J. M., «El papel de los medios de comunicación en la democracia: una alternativa», en *Papeles de la FIM* (Fundaciones de Investigaciones Marxistas), n.º 8, 1997.

¹⁴⁸ Algunos autores son partidarios de no magnificar estos efectos. Joanna NEUMANN al analizar los efectos de las nuevas tecnologías sobre la política internacional, afirma que desde la imprenta hasta Internet cada nueva tecnología de la información ha tenido efectos muy similares (reduce el protagonismo de los intermediarios entre emisor y receptor, aumenta la velocidad de transmisión de los mensajes, refuerza el poder de los actores internacionales que antes se adaptaron a los nuevos medios, transforma funciones de diferentes actores destacando el nuevo rol impuesto a los diplomáticos, etc.). Vid. NEUMANN, J., *Lights, Camera, War*, St. Martin's Press, Nueva York, 1996.

¹⁴⁹ Sobre el concepto e implicaciones de la comunicación política, vid. entre otros, el monográfico titulado *Communication et politique* de la revista *Hermès. Cognition, Communication, Politique*, n.º 17-18. Específicamente los trabajos LEMIEUX, V., «Un modèle communicationnel de la politique»; y WOLTON, D., «Les contradictions de la communication politique». Vid. también LARDELLIER, P., «Communication et pouvoir: les liaisons dangereuses», en *Communication et langages*, n.º 112, 1997.

cación no es toda la política; pero toda política ha de pasar por los medios si quiere ser tenida en cuenta e influir en la toma de decisiones. Es la época de la «mediocracia» o «teledemocracia»¹⁵⁰. Ésta no siempre ha de entenderse como algo necesariamente negativo. Para Castells la «mediocracia» no contradice la democracia, porque es tan plural y competitiva como el sistema político mismo, los medios no imponen sus decisiones políticas a la opinión pública, que tiene la facultad de optar porque son extremadamente diversos¹⁵¹. Para él, los medios de comunicación son el espacio donde se genera, se mantiene, y se pierde el poder. Y esto, lejos de ser antidemocrático, es el elemento fundamental de la democracia en un sistema basado en la comunicación. El hecho de que los medios de comunicación sean el vínculo entre sociedad y poder político, refuerza la democracia, porque en una situación de pluralidad de medios —a pesar de ser controlados por grupos económicos e intereses ideológicos diversos— los cauces de expresión y comunicación desbordan los límites de las organizaciones políticas, permitiendo al ciudadano optar según su propio criterio¹⁵².

Además, para otros¹⁵³, estas nuevas tecnologías profundizan en la democracia porque son liberadoras, es decir, devuelven el habla al receptor rompiendo el esquema centralista que caracterizó a los espacios del poder político en los siglos XIX y XX. La comunicación en tiempo real de noticias y opiniones, es percibida como una amenaza potencial para las elites; las redes rompen la centralización de los poderes. Las nuevas técnicas de información y comunicación posibilitan la protesta y la denuncia a amplias capas de la población, porque son baratas, accesibles, fáciles, democráticas en definitiva¹⁵⁴.

Pero no todas las interpretaciones son tan optimistas. Otros piensan que la opulencia comunicativa produce desinformación, banalización y sensacionalismo¹⁵⁵. Los conglomerados multimedia y las grandes empresas de la información, reducen la diversidad¹⁵⁶. De forma sistemática y regular, los medios se comportan de una

¹⁵⁰ Vid. KALB, M., *The Media and Foreign Policy*, St. Martin's Press, Nueva York, 1991.

¹⁵¹ CASTELLS, M., *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, vol. II. *El poder de la identidad*, Alianza Editorial, Madrid, 1997-1998, pp. 345 ss.

¹⁵² CASTELLS, M., «La mediocracia», en BONETE PERALES, E., *Ética de la comunicación audiovisual*, Tecnos, Madrid, 1999, p. 254.

¹⁵³ Vid. por ejemplo, GÓMEZ MONT, C., «Comunicación política y sociedad de la información», en *Comunicación y sociedad*, n.º 30, 1997.

¹⁵⁴ *Ibidem*, pp. 312 y 313. En sentido parecido se pronuncia CASTELLS, *op. cit.*, vol. II, p. 104 cuando afirma que la conexión a internet por parte de los zapatistas les protegió de la, de otra forma, segura represión. Sobre la utilización de las tecnologías de la información en el conflicto de Chiapas, vid. SIERRA, F. (dtor.), *Comunicación e insurgencia. La información y la propaganda en la guerra de Chiapas*, Editorial Hiru, Hondarribia, 1997. Por otra parte, THOMPSON afirma que las revoluciones del Este europeo en 1989 no hubieran sido así, tan celéricas y simultáneas, sin la cobertura mediática que tuvieron (vid. THOMPSON, J. B., *op. cit.*, p. 155). Las redes informáticas fueron también una muy apreciable fuente de información, de otra forma inaccesible, en el momento de la tentativa de golpe de Estado de 1991 en la URSS, y un medio para movilizar las fuerzas de reacción. Otro ejemplo de utilización de las nuevas tecnologías, en este caso Internet, al servicio de posiciones alternativas nos lo proporciona la red APC —Association for Progressive Communications— que integra actualmente a 16 redes de diferentes países, reuniendo una comunidad virtual de más de 20.000 ONG en casi cien países, y siendo el principal proveedor de servicios telemáticos dirigidos a ONG del mundo; es decir, la telemática al servicio de la acción política alternativa. Vid. AFONSO, C. A., «Al servicio de la acción política», en RAMONET, I. (ed.), *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*, Alianza Editorial, Madrid, 1998, pp. 130 ss.

¹⁵⁵ GUBERN, R., «La aldea enmudecida. Opulencia comunicacional y desinformación», en *Telos*, n.º 48.

¹⁵⁶ Algunos hablan abiertamente de una nueva forma de censura, diferente a la tradicional. Esta nueva censura no es consecuencia de normas provenientes del poder político, sino discrecional, arbitraria y más sutil. Vid. ROCA, J. M., «Relaciones del poder político con la prensa: de la censura al mercado», en ARIEL DEL

forma determinada y constante. La razón de este comportamiento no hay que buscarla en las fuentes de información, en la actitud periodística o en una especie de conspiración. La razón es estructural, según expuso Chomsky en su modelo de propaganda¹⁵⁷.

Estos factores estructurales derivan del hecho de que los medios de comunicación son, sobre todo, empresas que se mueven en un mercado mundial, esto es, requieren financiarse con anuncios, requieren del gobierno, administración y determinadas grandes firmas como fuentes de información. Para Chomsky, la homogeneización de los contenidos comunicativos no responde a una conspiración asumida por todos los medios; sino que es el propio mercado el que determina su comportamiento. Las elites, en función de sus intereses determinan qué es noticiable y qué no, y sólo lo noticiable se trasmite por los medios. Hay cinco «filtros» a través de los cuales debe pasar la información, cinco «filtros» que determinan qué acontecimiento se convertirá en información, éstos son: propiedad de los medios, publicidad que requieren, fuentes de información, reforzadores de opinión, ideología anticomunista.

Sustitúyase la ideología anticomunista por ideología del mercado y del pensamiento único, y este modelo puede seguir siendo válido hoy mismo. Los otros cuatro filtros son aún más importantes en las concentraciones multimedia de nuestros días¹⁵⁸.

Sea aplicable o no este modelo de Chomsky, la realidad es que los medios de forma masiva se convierten en apóstoles del mercado y el pensamiento único, agentes de globalización¹⁵⁹. Los medios son los instrumentos de concienciación y difusión de las bondades de la globalización¹⁶⁰. Con la ayuda de las nuevas tecnologías, los nuevos poderes emergentes desbordan las estructuras estatales e imponen su voluntad y criterios a los poderes políticos, contribuyendo a acelerar la crisis de gobernabilidad mundial. El resultado son los «regímenes globalitarios», nuevo tipo de totalitarismo que adopta formalmente apariencia de democracia¹⁶¹. Para es-

VAL, F., MORARU, V., y ROCA, J. M., *Política y comunicación. Conciencia cívica, espacio público y nacionalismo*, Los libros de la Catarata, Madrid, 1999, pp. 82 y 83.

¹⁵⁷ CHOMSKY, N., y HERMAN, E., *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Crítica, Barcelona, 1990. Vid. también del mismo autor *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, Libertarias, Madrid, 1992, donde analiza algunas de las críticas que se hicieron a su anterior trabajo.

¹⁵⁸ Vid. HERMAN, E. S., «El modelo de propaganda revisitado», en *Voces y Culturas. Revista de Comunicación*, Monográfico *Periodismo y Política internacional*, n.º 14, 1998, pp. 22.

¹⁵⁹ Vid. QUENTREC, J., «Des médias de rêve! fiction médiatique et conception du monde», en *Médias Pouvoirs*, n.º 2, 1998.

¹⁶⁰ El subtítulo del trabajo de HERMAN y MCCHESENEY que reiteramos no puede ser más ilustrador, «Los misioneros del capitalismo corporativo». Para estos autores «los medios globales son los misioneros de esta época, que promueven las virtudes de lo comercial y del mercado a grandes voces y de forma incesante a través de sus rapaces empresas y programas. Esta actividad misionera no es resultado de conspiración alguna, ya que las compañías multinacionales de los medios globales se han ido desarrollando de manera orgánica a partir de sus bases institucionales y de sus imperativos comerciales», en *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, op. cit., p. 63.

¹⁶¹ Para RAMONET, si la democracia se extiende sin trabas por todo el planeta es porque el poder político acepta obedecer a lógicas ajenas a las preocupaciones sociales de los ciudadanos. La democracia ya no es una amenaza para los grandes poderes económicos. «Sin duda por esta razón, porque los políticos consienten ya someterse a la dominación de lo económico y a la dictadura de los mercados financieros, el régimen democrático se extiende sin trabas a través del planeta. Antes, cualquier proyecto de instauración democrática era combatido por los poseedores del capital, aliados casi siempre de las Fuerzas Armadas», en *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*, Debate, Madrid, 1997, p. 84.

tos teóricos; esta revolución, contrariamente a lo que dicen sus defensores, liquida la democracia en el sentido de una participación real de los ciudadanos en los asuntos políticos, no hay capacidad real de elegir si todas las opciones son semejantes, o si ha habido un adoctrinamiento ideológico previo brutal que incapacita para ser verdaderamente libres¹⁶². Asistimos, según ellos, al nacimiento de un protoestado global no democrático¹⁶³. «La era de la mencionada sociedad de la información es también la de la producción de estados mentales. Hay que enfocar por tanto de forma diferente la cuestión de la libertad y la democracia. La libertad política no se puede resumir en el derecho a ejercer uno su voluntad. Reside también en el derecho a dominar el proceso de formación de esa voluntad»¹⁶⁴.

Otra implicación directa de la variable medios de comunicación-democracia, es la que se refiere a la salvaguardia de los derechos humanos en el marco de las nuevas tecnologías¹⁶⁵. En el ciberespacio los ataques a los derechos humanos son más sutiles que en el mundo real. En el mundo virtual de las redes, estas agresiones son más difíciles de detectar; son a veces invisibles¹⁶⁶. Ello está llevando a que muchos aboguen abiertamente por la necesidad de una Declaración de los Derechos Humanos en el ciberespacio¹⁶⁷.

3. Hacia el surgimiento de una opinión pública transnacional

Cuando sometemos a valoración la variable medios de comunicación/democracia, implícitamente en esta época de la sociedad de la información, estamos refiriéndonos igualmente a otro concepto, cual es el de la opinión pública transnacional, ligado asimismo al del surgimiento de una sociedad civil internacional o transnacional ayudada en su conformación por los medios/redes de comunicación transnacional que posibilitan y facilitan la interacción en todo el mundo.

El concepto de opinión pública pretende incorporar la voz de la sociedad civil en las labores de gobierno, y para esta función, los medios de comunicación son el instrumento decisivo. A medida que fueron ganando terreno, la opinión pública iba también ganando terreno para hacerse escuchar y convertirse así en el referente obligado de legitimación y control del ejercicio del poder político y legitimación, por

¹⁶² Sobre este adoctrinamiento aplicado específicamente al caso norteamericano vid. SCHILLER, H., «La fabricación de un consenso descerebrado en Estados Unidos», en *Le Monde Diplomatique*, n.º 45/46, 1999.

¹⁶³ CHOMSKY, N., y DIETERICH, H., *La aldea global*, Txalaparta, Tafalla, 1997, p. 163.

¹⁶⁴ MATTELART, A., y MATTELART, M., *op. cit.*, pp. 126.

¹⁶⁵ Para un estudio en profundidad sobre el tema vid. FERNÁNDEZ ESTEBAN, M. L., *Nuevas Tecnologías, Internet y Derechos Fundamentales*, McGraw Hill, Madrid, 1998. De la misma autora vid. también «La regulación de la libertad de expresión en internet en Estados Unidos y en la Unión Europea», en *Revista de Estudios Políticos*, n.º 103, 1999.

¹⁶⁶ En palabras de Javier BUSTAMANTE, «No resulta tan sencillo medir el grado de contaminación en una información, en un producto audiovisual, detectar el modelo de sociedad o los valores que se transmiten de forma soterrada. No resulta simple evaluar el impacto discriminatorio que puede tener una política educativa que origine diferencias en la capacidad de acceso y uso de los medios informáticos y telemáticos por parte de estudiantes de diferentes clases sociales». Vid. «Derechos Humanos en el ciberespacio», en GONZÁLEZ R. ARNAIZ, G. (coord.), *Derechos Humanos. La condición humana en la sociedad tecnológica*, Tecnos, Madrid, 1999, p. 167.

¹⁶⁷ Vid. LLACER, P., «Internet y derechos humanos: la libertad de expresión en el ciberespacio», en *ibidem*, pp. 183 ss. Vid. también en las pp. 170 ss. del mismo libro una propuesta de tal declaración realizada por Robert B. GELMAN.

lo tanto, de todo el sistema democrático¹⁶⁸. Y a medida que los medios de comunicación iban ganando terreno en el escenario internacional, asistimos al surgimiento de una opinión pública también internacional o transnacional.

Previamente asistimos al surgimiento de un ámbito de interés transnacional, sea por la existencia de la transnacionalización de los problemas y cuestiones de alcance planetario, tratadas muchas de ellas en las sucesivas conferencias internacionales celebradas bajo los auspicios de Naciones Unidas (cuestiones ecológicas como el agujero de la capa de ozono, lluvia ácida, desertización creciente, y otros, tratados en la Cumbre de Río de Janeiro; el crecimiento demográfico tema de la cumbre de El Cairo; la pobreza, asunto de la Cumbre de Copenhague; el clima, en la cumbre de Berlín; etc.) y/o por el surgimiento de valores internacionales (derechos humanos, libertad, democracia planetaria, etc.). Son cuestiones todas ellas que afectan a la esfera pública mundial¹⁶⁹. Y el sistema de información internacional actual contribuye a acercar éstas, y muchas otras¹⁷⁰, preocupaciones a todo el mundo. Las introduce incluso dentro de casa, dentro de los ámbitos otrora considerados como privados e íntimos, espacios que ahora se verán afectados por las nuevas tecnologías de la información y comunicación¹⁷¹.

Los públicos traspasan las fronteras y los debates se hacen también transfronterizos (ej. hoy, debate sobre el futuro de la izquierda, la tercera vía, etc.); los medios contribuyen a crear espacios públicos transnacionales donde fluyen los temas de interés general internacional, y donde se manifiesta esta opinión pública transnacional todavía incipiente y, quizá elitista. Lozano Bartolozzi habla de «audiencias transnacionales», para referirse a aquellas estructuradas por encima o al margen de las fronteras de los Estados, especie de públicos especializados integrados por grupos de personas afines en intereses, ideas o valores, independientemente del Estado al que pertenezcan¹⁷². Obviamente sin una red de comunicación internacional no es posible el surgimiento de un fenómeno de este tipo. Y por eso, precisamente, cada vez hay más expresiones de públicos transnacionales, debates

¹⁶⁸ Vid. MONZÓN, C., *Opinión Pública, comunicación y política*, Tecnos, Madrid, 1996.

¹⁶⁹ A esta opinión pública propiamente transnacional, habría que añadir una opinión pública internacional más clásica y tradicional configurada a partir de la proyección de las opiniones públicas nacionales sobre un marco sociocultural de dimensión internacional, estructurándose a partir de informaciones. Sobre esta forma de opinión pública internacional, vid. CALDUCH, R., «El público, la opinión pública y las relaciones internacionales: acotaciones para un estudio de los procesos de comunicación en la Sociedad Internacional», *op. cit.*, pp. 263 ss.

¹⁷⁰ El ámbito de lo que periódicamente conocemos como «noticia internacional» ha variado y se amplía constantemente. Con LOZANO BARTOLOZZI entendemos que «noticia internacional no es cualquier noticia que se produzca en el extranjero [...] sino todo lo contrario. Noticia internacional es aquella que "desextranjeriza" lo externo y lo hace interno». Las noticias internacionales son aquellas que dinamizan lo que él llama «complejo relacional internacional», es decir, acontecimientos del tipo que sea que, por su importancia relacionan a seres humanos en diferentes latitudes. En una sociedad cada vez más transnacional asistimos a una progresiva desextranjerización de los temas que, hasta ahora, se hubieran considerado ajenos y en la actualidad son cada vez más propias y locales. Vid. LOZANO BARTOLOZZI, P., «La información internacional como reto comunicativo», en *Comunicación y Sociedad*, vol. VI, n.º 1 y 2, 1993, pp. 162 ss.

¹⁷¹ Vid. ECHEVERRÍA, J., *Cosmopolitas domésticos*, Anagrama, Barcelona, 1995. Según este autor, el teléfono, la radio, la televisión, y los ordenadores conectados a la red, están difuminando la distinción entre lo público y lo privado. La cultura hogareña, otrora privada e íntima, se internacionaliza, surge una nueva forma de sociedad abierta donde todo puede penetrar.

¹⁷² LOZANO BARTOLOZZI, P., «Las relaciones internacionales como sistema de comunicación», en *Curso de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz*, 1990, Servicio Editorial de la UPV/EHU, Bilbao, 1991.

generados en el seno de espacios comunicativos integrados —como, por ejemplo, el europeo, pero cada vez más, este espacio comunicativo integrado se extiende a escala planetaria—.

Esta opinión pública transnacional o públicos transnacionales está viendo aumentar su peso en el concierto internacional; se vale de los medios de comunicación para presionar a la estructura de poder internacional. Según algunos, no debemos sobrevalorar la capacidad de este nuevo actor internacional, ya que es todavía algo inarticulado y débil, que depende de las elites y de los *media* —dirigidos la mayor parte de las veces por esas mismas elites—; pero también hay elementos esperanzadores, como la utilización por parte de movimientos alternativos y ONG de los medios de comunicación de masas, algunas veces de forma realmente fructífera¹⁷³, que denotan la emergencia de una verdadera sociedad civil internacional o por lo menos, «una sociedad civil trabada internacionalmente»¹⁷⁴.

VII. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS IMPLICACIONES EN LOS CONFLICTOS BÉLICOS Y LA DIPLOMACIA

1. Medios de comunicación y conflictos bélicos¹⁷⁵

La sociedad de la opulencia informativa también tendrá una incidencia directa en uno de los aspectos, desgraciadamente, más característicos de las relaciones internacionales y la sociedad internacional, cuales son los conflictos. Las nuevas posibilidades de la tecnología de la información en los últimos años, ha modificado de manera relevante el tratamiento de los conflictos, así como los conflictos mis-

¹⁷³ Es el caso por ejemplo de Greenpeace con una modélica y efectiva estrategia de comunicación. Vid. DACHEUX, E., «Greenpeace: entre médias, espace public et marché, quelle logique communicationnelle?», en *Hermès. Cognition, Communication, Politique*, n.º 21, 1997.

¹⁷⁴ En palabras de Jürgen HABERMAS, «La comunicación continuada entre participantes alejados en el espacio que intercambian simultáneamente temas iguales de la misma relevancia requiere de estructuras que la sustenten. En este sentido no existe todavía una esfera pública global, ni siquiera la urgente y necesaria esfera pública a nivel europeo. No obstante, el papel central que juegan las organizaciones de nuevo cuño, a saber, las ONG [...] en la producción y movilización de opiniones públicas supranacionales, representa al menos un síntoma de la creciente influencia publicística de determinados actores que se enfrentan a los Estados como si ya constituyeran una sociedad civil trabada internacionalmente». En HABERMAS, J., *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*, Paidós, Barcelona, 1999, p. 159.

¹⁷⁵ Desgraciadamente es más frecuente la relación entre medios de comunicación y conflicto que entre aquéllos y la paz. La realidad es que la labor que han venido realizando los medios en este sentido es claramente negativa por cuanto que, salvo excepciones «se han alineado en la línea legitimadora del actual orden mundial, basado en concepciones militares y estatales de la paz, y han apostado por el desarrollo de una cultura belicista y armamentista y por el encubrimiento de los graves problemas de subdesarrollo, contaminación, opresión y explotación existentes»; en ARENAL, C. del, «La investigación para la paz», *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz*, 1986, Servicio Editorial de la UPV/EHU, Bilbao, 1987, pp. 86 y 87. Sobre el papel de los medios de comunicación en el desarrollo de una cultura de paz, vid. FISAS ARMENGOL, V., «Comunicación, conflicto y belicismo», en *Sistema*, n.º 57, 1983. GARCÍA SILVERMAN, S., y RAMOS LIRA, L., *Medios de comunicación y violencia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998. VARIS, T., «Disarmement Information or Armament and Disinformation», en *Current Research on Peace and Violence*, vol. 2, 1981. VARIS, T., «Peace and Communication. An Approach by Flow Studies», en *Journal of Peace Research*, vol. 19, 1982. VARIS, T., *Peace and Communication*, Universidad para la Paz, San José, 1986.

mos¹⁷⁶; si bien, desde que aparecieron los medios de comunicación de masas en el pasado siglo XIX, éstos han influido de una u otra forma en ellos.¹⁷⁷

Seguindo diferentes trabajos de Ignacio Ramonet¹⁷⁸, podemos realizar un recorrido por la participación mediática en diferentes contiendas bélicas.

El envío de corresponsales de guerra a diferentes conflictos, con objeto de que sean dados a conocer al gran público se inicia en la segunda mitad del siglo XIX. La *Guerra de Crimea (1854-1856)* será la primera ocasión en que se utilice la fotografía como medio de información sobre un conflicto —antes las fotografías se habían utilizado también en conflictos, pero como un instrumento militar—. La *Guerra de Secesión norteamericana (1861-1865)* es la primera guerra en la que la utilización de los medios de comunicación de masas —prensa escrita y fotografía— es amplia y masiva. La *Guerra de Cuba (1895-1898)* inaugurará la utilización manipuladora de los medios de comunicación en un conflicto. Es la primera vez en la que se utilizan los medios de comunicación para condicionar y movilizar a la opinión pública¹⁷⁹. La presión mediática y, consiguientemente, de la opinión pública «obligó» al presidente William McKinley a declarar la guerra, con ocasión del hundimiento del navío norteamericano Maine. La *Revolución mejicana (1911-1920)* es la primera guerra filmada en directo con un cinematógrafo. La *Primera Guerra Mundial (1914-1918)* supondrá un salto cualitativo al ser la primera vez que la opinión pública sigue de forma masiva y con gran avidez un conflicto. Es la primera vez también en que la manipulación es masiva, al ser la primera guerra en que hay un choque entre los intereses de un Estado —tanto Francia como Alemania— y la libertad de información (hasta entonces la prensa actuaba sin imperativos de los gobiernos). Los periódicos se transforman en órganos de propaganda y son gene-

¹⁷⁶ Sobre la importancia de la información en la estrategia militar vid. PISANI, E., «Las guerras cibernéticas», en *Le Monde Diplomatique*, n.º 45/46, 1999. Vid. también SAHAGÚN, F., *De Gutenberg a Internet. La Sociedad Internacional de la Información*, Estudios Internacionales de la Complutense, Madrid, 1998, especialmente el apartado «La información como activo estratégico en los conflictos».

¹⁷⁷ En algunas ocasiones los medios de comunicación han sido verdaderas armas de guerra. Uno de los casos más emblemáticos y recientes nos lo proporciona la emisora radiofónica Radio Mil Colinas que desempeñó un papel determinante en el conflicto ruandés de 1994 entre la mayoría hutu y la minoría tutsi. Esta emisora alentó sistemáticamente a la población hutu al exterminio de sus vecinos —familiares a veces— tutsi organizados en el Frente Patriótico Ruandés. Con el triunfo posterior de éste, la radio fue cerrada y posteriormente su productor y director juzgados por el Tribunal Internacional para Ruanda, siendo hoy presos de Naciones Unidas. Vid. CHRETIEN, J. P. (ed.), *Rwanda: les médias du génocide*, Karthala, París, 1995. También en el conflicto de Bosnia, los medios desempeñaron un papel determinante. Vid. AAVV, *El genocidio bosnio. Documentos para un análisis*, Los libros de la catarata, Madrid, 1996; específicamente el trabajo GIRO, X., «La intervención de los media en el conflicto».

¹⁷⁸ «La mentira como arma de guerra. Cambios estructurales en la información de masas y conflictos recientes: 1989-1996», en AAVV, *Los conflictos armados. Génesis, víctimas y terapias*, Seminario de Investigación por la Paz. Centro Pignatelli, Zaragoza 1997; *La tiranía de la comunicación*, Debate, Madrid, 1998; «La guerra en los medios», en AAVV, *Sur y comunicación. Una nueva cultura de la información*, Icaria Editorial, Barcelona, 1999.

¹⁷⁹ Es célebre el papel desempeñado por el magnate de la prensa estadounidense William Randolph Hearst —inmortalizado por Orson Welles como Ciudadano Kane— en el desencadenamiento de la guerra. Hearst movilizó todos sus periódicos para crear un clima que «justificase» la intervención de EEUU en la guerra. Se cuenta que envió a un corresponsal de uno de sus periódicos a cubrir el conflicto y que, cuando éste le comunica que tal conflicto no existe, Hearst le contestó «mándeme dibujos, textos, ilustraciones, que yo le mandaré la guerra», en un ejemplo bastante cínico de invención de una guerra con el objeto de vender más periódicos. Manuel LEGUINECHE recientemente en un ameno trabajo de periodismo literario narra los hechos. Vid. «Yo pondré la guerra» (W. R. Hearst). *Cuba 1898: la primera guerra que se inventó la prensa*, El País Aguilar, Madrid, 1998.

radores de histeria colectiva nacionalista; generan un clima de euforia y exaltación que chocará con la cruda realidad de un conflicto largo y cruel. Habrá un ferreo control de la prensa, creando oficiales de comunicación e información.

Por aquellos años surge un nuevo medio de comunicación, que irá adquiriendo un progresivo protagonismo hasta alcanzar la supremacía en los años cuarenta: la radio¹⁸⁰. El fascismo italiano y el nazismo alemán la utilizarán como un muy fructífero instrumento de difusión ideológico. Y será igualmente un importante instrumento de difusión en la *Segunda Guerra Mundial* (1939-1945). La participación de EEUU en la guerra originará una cobertura mediática importante. De acuerdo con su famosa «Primera Enmienda» de la Constitución en favor de la libertad de expresión e información, los corresponsales acompañarán a las tropas hasta el frente. Los medios apoyan masivamente la guerra, no hay crítica disidente y la cohesión nacional es la norma. Además, el Pentágono recluta a los mejores directores de Hollywood para realizar películas en favor de la causa de la guerra. La *Guerra de Corea* (1950-1953) es la primera en la que la TV tiene un papel relevante.

Esta relevancia de la televisión adquirirá cotas muy trascendentes en la *Guerra de Vietnam* (1964-1968). Efectivamente, esta guerra es una muestra radical de la transparencia informativa de un conflicto bélico. Los periodistas son protagonistas desde el principio; todos los corresponsales acreditados tienen rango de oficial y pueden acudir, sin cortapisas, al frente de batalla a cualquier misión. La opinión pública queda impresionada por las imágenes televisivas —aunque no en directo— de la contienda. Una contienda que se extiende en el tiempo y unos medios que, por primera vez, denuncian los abusos de su propio ejército. La presión de la opinión pública contra la guerra se hace insostenible y EEUU ha de claudicar. Con su derrota iba a quedar derrotada también para el futuro la libertad de información en los conflictos bélicos. La catástrofe mediática que supuso Vietnam no se volverá a repetir.

El siguiente modelo de cobertura mediática de un conflicto nos lo proporciona la *Guerra de las Malvinas* (1982). La experiencia norteamericana en Vietnam será tenida en cuenta por los británicos en este conflicto. ¿Cómo solucionar la tensión existente entre la cobertura informativa ineludible en una democracia como la británica y los riesgos —catástrofe en el caso de Vietnam— de ello derivado? Argumentando los peligros de la guerra y la lejanía del frente de batalla, el ejército británico selecciona un determinado grupo de periodistas que se trasladarán a las Islas Malvinas e informarán a todos los demás sobre el conflicto. La prensa viaja en un barco de la Navy aunque, obviamente, no presenciara la guerra. Se limitarán a transmitir la información proporcionada, y falseada, por los militares británicos¹⁸¹. Es la primera guerra sin imágenes desde la invención de la fotografía y el final de las «guerras mediáticamente transparentes»; y será el modelo que, a partir de 1986 se convertirá en la doctrina oficial de la OTAN para relacionarse con los medios de comunicación en caso de conflictos armados¹⁸². La opinión pública recibe la impresión de ser una guerra fácil, sin problemas para la alta tecnología militar británica. A partir de ahora las guerras sólo se televisarán cuando los contendientes sean Estados pequeños y del «tercer mundo».

¹⁸⁰ La Revolución Soviética fue proclamada por medio de la radio del crucero Aurora.

¹⁸¹ Sólo la BBC se resiste a la manipulación, amenazando con mostrar imágenes y puntos de vista de la televisión argentina.

¹⁸² Según afirma Ignacio RAMONET en *La tiranía de la comunicación*, op. cit., p. 187.

El siguiente conflicto que implica a una gran potencia es la invasión norteamericana de la *Isla de Granada* (1983). Allí se aplicará el modelo de las Malvinas, al igual que en la *Guerra del Chad* (1985-1986) que implica a Francia, usurpando a la opinión pública información veraz sobre los conflictos. Las cadenas de televisión estadounidenses llevarán a pleito a su gobierno acusándole de violar la Primera Enmienda de la Constitución; lo cual no impidió que el modelo se repitiese en la *invasión de Panamá* (1989), aunque aquí con algún ingrediente importante desde el punto de vista comunicativo. La invasión se lleva a cabo simultáneamente a los sucesos que en Rumania acaban con el dictador Nicolae Ceaucescu —diciembre de 1989—. Es lo que los comunicólogos denominan «Efecto Biombo». La invasión de Panamá se cubre magnificando los sucesos de Rumania¹⁸³. Salvo en los países latinoamericanos y, quizá, España¹⁸⁴, la invasión de Panamá prácticamente pasará como un hecho irrelevante.

El año 1989 supondrá también un cambio cualitativo en el tratamiento mediático de los conflictos. Diferentes avances técnicos posibilitarán, a partir de ahora sistemas de televisión autónomos y portátiles, con lo que puede grabarse y emitirse en directo desde cualquier lugar, y en cualquier situación, en tiempo real, de forma semejante a un video doméstico, pero con el mundo como audiencia¹⁸⁵. A partir de ahora, y en una progresión imparable irá imponiéndose la llamada «ideología del directo». La relación comunicativa clásica de la comunicación de masas, acontecimiento-emisor, periodista-intermediario, público-receptor, se transforma, desapareciendo el intermediario. Ya no se explica la realidad, no se reflexiona sobre ella, simplemente se muestra, no se analiza. Informar es principalmente hacernos asistir al acontecimiento, por supuesto en directo. El periodista es sólo un testigo¹⁸⁶, alguien que da fe de que lo que sea, se está produciendo, y se está produciendo ahora, y los estamos viendo, estamos asistiendo a ello. Una televisión tiene que conectar con alguien «que está allí», porque su misión no es producir información, sino reproducir acontecimientos y hacernos asistir a ellos. Pero como es obvio, ver no es comprender, enseñar la realidad no es informar sobre la realidad, y mucho menos comprenderla. Es evidente que «las apariencias engañan». Esta ideología del directo no es sino una regresión hacia la prerracionalidad, ya que trata de impactar, emocionar, y no razonar.

La *Guerra del Golfo* (1991) es quizá el caso más espectacular de la manipulación mediática de un conflicto. Confluyen en él tanto el modelo de las Malvinas, acentuado con la «ideología del directo», manipulación y desinformación por sobreinformación, superficialidad y mentira¹⁸⁷. Ésta fue también la primera guerra de

¹⁸³ Aunque no sea éste el único criterio para «medir» la importancia política de un conflicto, en Rumania hubo la mitad de muertos que en la invasión de Panamá (1.000 en el primer caso y 2.000 aproximadamente en el segundo). Vid. AAVV, *Sur y comunicación*, op. cit., p. 22.

¹⁸⁴ Convulsionada además por el asesinato de Juan txu Rodríguez, fotógrafo del diario *El País*, a cargo de los marines norteamericanos en una muestra evidente del deseo estadounidense de invadir sin testigos.

¹⁸⁵ Es un equipo de este tipo el que tomó las ya célebres imágenes de la represión y los tanques de la plaza de Tiananmen en Pekín en los acontecimientos de 1989.

¹⁸⁶ Sobre la información internacional y el papel de los corresponsales, vid. AAVV, *Tiempos de Guerra, tiempos de paz. La información internacional. II Jornadas de prensa vasca*, Servicio Editorial de la UPV/EHU, Leioa, 1999.

¹⁸⁷ El análisis de esta guerra ha dado lugar a una cantidad ingente de publicaciones, citamos aquí únicamente, con la bibliografía que en ellos se señala: FERRO, M., *L'information en uniforme*, Ramsay, París, 1991. WOLTON, D., *War game: la información y la guerra*, Siglo XXI, Madrid, 1992. KELLNER, D., *The Persian Gulf TV War*, Colo. West-view Press, Boulder, 1992. CUMINGS, B., *War and Television*, Verso, Londres, 1992. COLLON, M., *¡Ojo con los media!*, Hiru, Hondarribia, 1996. AAVV, *Las mentiras de una guerra*, Deriva Editorial, Barcelona, 1991.

«información total», por el alto protagonismo que en ella adquirieron las tecnologías de la comunicación en su doble dimensión: por una parte, estrategias de información y censura que impidieron conocer la verdad, transmitiendo una guerra limpia, de pantalla de ordenador, a pesar de haber una presencia fabulosa de periodistas de todo el mundo; por otra parte, por la ingente utilización de tecnologías de la información y comunicación aplicadas a la maquinaria militar, las llamadas «armas inteligentes», culminando así momentáneamente la relación ya antigua entre tecnología de la comunicación y guerra, iniciada en la Guerra de Crimea de 1853-1856 en que se tiende el primer cable a través del Mar Negro y la guerra de Secesión norteamericana de 1861-1865 en que el tren y el telégrafo ocupan un lugar importante de la estrategia militar. Es por ello que esta guerra ha sido calificada por muchos como la primera «infoguerra» o «ciberguerra»¹⁸⁸.

En las infoguerras lo más importante será controlar los flujos que se producen en las redes que afectan a un país o territorio enemigo; esto es, controlar o destruir sus principales medios de comunicación, redes eléctricas, telefónicas y telemáticas. No tendrá por objetivo tanto la ocupación física del territorio enemigo, cuanto el control y dominio de sus redes de información y flujos electrónicos¹⁸⁹.

Sin ser propiamente todavía una infoguerra, en la guerra del Golfo sí ocurrió que por primera vez las acciones telemáticas desempeñaron un papel decisivo en la batalla, tanto por las acciones bélicas concretas —empleo de satélites de telecomunicaciones para el despliegue, mantenimiento, mando y control de las fuerzas de combate—, como por la escenificación para el gran público que de la batalla se llevó a cabo y el impacto social que ello tuvo. Para Javier Echeverría, las dos grandes novedades de la guerra del Golfo se produjeron en las redes de televisión y las redes telemáticas. Para él, estos escenarios de la batalla fueron incluso más importantes que las arenas del desierto donde se intervenía¹⁹⁰.

La Guerra del Golfo será el ejemplo más importante del poder de los medios respecto a cómo percibimos los conflictos, incluso antes y después del enfrentamiento bélico propiamente; así como de la capacidad que tienen para modelar nuestra actitud frente a ellos¹⁹¹. Fue también este conflicto el principal ejemplo de guerra aséptica y deshumanizada, reducida a una sobreinformación de datos y detalles absolutamente irrelevantes para la inmensa mayoría de la población, con el único objetivo de desviar la atención de la opinión pública, incluso de aquella más

¹⁸⁸ GUINNEL, J., *Ciberwars. Espionage on the Internet*, Plenum Trade, Nueva York, 1997, especialmente su capítulo 7. CAMPEN, A. D., *The First Information War. The Story of Communications. Computers and Intelligence Systems in the Persian Gulf War*, AFCEA International Press, Fairfax, 1992. En este sentido vid. también TOFFLER, A., y TOFFLER, H., *Las guerras del futuro*, Plaza y Janés, Barcelona, 1994.

¹⁸⁹ ECHEVERRÍA, J., *Los señores del aire: telépolis y el Tercer Entorno*, op. cit., p. 198.

¹⁹⁰ «La operación bélica no sólo se hizo, sobre todo se representó. Jamás guerra alguna tuvo tantos espectadores [...] uno de los campos de batalla (posiblemente el principal) eran los cuartos de estar de los espectadores» (el paréntesis es del autor). Vid. *ibidem*, pp. 213 y 214. Para el autor, también la guerra de Kosovo a la que luego nos referiremos, muestra la evolución hacia las ciberguerras del próximo futuro. Durante más de dos meses, un ejército bombardea al otro con unas consecuencias inusitadas hasta entonces. «Por primera vez en la historia bélica, las bajas de un bando fueron nulas y no hubo necesidad de recurrir a la infantería ni a los tanques para ganar la guerra. La Guerra de Kosovo se ganó desde el aire, sin pisar tierra, recurriendo a las nuevas tecnologías bélicas que incrementaron tremendamente la precisión de los telemisiles»; en *ibidem*, p. 371.

¹⁹¹ Es conocido el análisis de Jean BAUDRILLARD acerca de la inexistencia de la guerra del Golfo, considerando ésta como una guerra inexistente o «guerra virtual». Vid. BAUDRILLARD, J., *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Anagrama, Barcelona, 1991.

«interesada» y «caracterizada» para entender el conflicto, hacia aspectos técnicos y proporcionando una falsa apariencia de información puntual. ¿Qué relevancia puede tener para un análisis riguroso del conflicto saber la hora y el minuto exacto en que se produjo «el bombardeo de la pasada noche sobre tal o cual objetivo»? O la localización exacta de los objetivos militares atacados ya o próximamente, con planos precisos —o así se presentan, por lo menos— sobre un territorio ubicado en un desierto a miles de kilómetros de nuestras casas, o la identificación pormenorizada acerca de las características técnicas de los misiles utilizados, o los tipos de aviones, etc. A falta de imágenes dramáticas, propias de toda guerra, los medios se llenan de gráficos, mapas, maquetas, estadísticas y cuadros sinópticos, proporcionando una imagen limpia. Tratamiento informativo limpio para una guerra limpia.

El concepto de información se ha transformado. Hoy informar es «enseñar la historia en marcha». Tiene actualidad y es noticiable lo que tiene imágenes, lo que es televisable, posteriormente los demás medios se harán eco de esos acontecimientos, con lo que, definitivamente, se convertirán en relevantes, y lo que es más peligroso, en veraces (la repetición por diferentes medios es lo que hoy confiere veracidad a una información). Es lo que conocemos como *Efecto CNN* por el particular papel que desempeñó esa cadena durante la Guerra del Golfo, y por la capacidad de los medios para desencadenar respuestas políticas ante determinados acontecimientos. Vicenç Fisas describe cuatro secuencias componentes del «Efecto CNN»¹⁹²: 1.º) imágenes televisadas sobre atrocidades, sufrimiento o muertes. 2.º) En consecuencia, los líderes de opinión critican la inacción política de los gobiernos. 3.º) La opinión pública presiona a los gobiernos para que actúen. 4.º) Los gobiernos actúan, mediante intervenciones «limpias», quirúrgicas, con un altísimo y determinante componente tecnológico, y con tendencia al «cero muertos». Con unos medios de comunicación de masas tan desarrollados como los actuales es casi más peligroso —o por lo menos tanto— tener pocos muertos que muchísimos. Pocos muertos son identificables, sus familias pueden aparecer en la televisión, etc. Muchos muertos sin embargo, es sólo una masa de muertos¹⁹³. Pero tampoco esto es hoy aceptado. Como afirma Humberto Eco, «en la neoguerra, pierde ante la opinión pública el que ha matado demasiado»¹⁹⁴ y el principio de «cero muertos» se convierte en un imperativo absoluto, la nueva ley de la guerra moderna (guerra mediática)¹⁹⁵.

Todo ello acompañado, por supuesto, del directo más manipulado y falso pero que confiere idea de veracidad¹⁹⁶. Este sistema se utilizó también en Ruanda, donde según algunos no se actuó en los momentos de máximo apogeo del genocidio porque no había imágenes¹⁹⁷, en Sarajevo, Somalia, Haití, etc. Sin embargo, otros conflictos de intensidad parecida, no «existen» porque no aparecen en los medios: Liberia, Sierra Leona, Angola, Sudán, Burundi, Afganistán y Congo intermitentemente, entre otros. Sólo «existe» mediáticamente hablando aquellos conflictos a los

¹⁹² FISAS, V., *Cultura de paz y gestión de conflictos*, Icaria, Barcelona, 1998, pp. 68-69.

¹⁹³ AAVV, *Los conflictos armados. Génesis, víctimas y terapias*, op. cit., p. 229.

¹⁹⁴ *Le Figaro*, 3 de mayo de 1999.

¹⁹⁵ RAMONET, I., «¿Hacia qué nuevo orden mundial?», en *El País*, 4 de junio de 1999.

¹⁹⁶ Sobre la información-espectáculo del directo, dramatización y banalización del conflicto con el objetivo de captar audiencias, vid. WOLTON, D., *War Game. La información y la guerra*, Siglo XXI, Madrid, 1992.

¹⁹⁷ *Los conflictos armados*, op. cit., p. 69.

que se desplaza la «jauría» de reporteros¹⁹⁸. Pero hay conflictos y catástrofes que no son televisables, por lo menos no con esa espectacularidad; la miseria, el analfabetismo, el paro, el efecto invernadero, la polución, etc., quedan marginados de la presencia mediática y condenados a la indiferencia; tampoco puede televisarse un informe de UNICEF o del Banco Mundial, con la carga de conflicto que pueden incorporar.

En cualquier caso, tampoco está claro que la presencia mediática sea algo positivo. A veces la cobertura mediática de un conflicto facilita la visibilidad y promoción de movimientos armados que actúan, precisamente, para ser recogidos por los medios de comunicación. Por otra parte, el tratamiento cada vez más característico de los conflictos basado en la «ideología del directo» y la búsqueda de maximizar cuotas de audiencia mediante la espectacularidad y el drama humano sólo consiguen naturalizar la violencia, hacerla aceptable insensibilizándonos ante ella¹⁹⁹. Los media contribuyen a acrecentar la cultura de la violencia, popularizándola, convirtiendo en normal lo que sólo es una respuesta sociopática, anormal y, afortunadamente, escasa aunque todavía muy frecuente²⁰⁰.

No podemos acabar este capítulo sobre medios de comunicación y conflicto sin referirnos, siquiera brevemente, a la reciente *guerra de Kosovo*. Primer conflicto donde el principio de «cero muertos» se aplica satisfactoriamente. Tras dos meses de bombardeos, la Alianza Atlántica no ha tenido ni una sola baja en acción de guerra. Las pérdidas materiales aliadas también han sido insignificantes (en más de 30.000 misiones aéreas, sólo dos aviones fueron alcanzados; sin que los pilotos sufrieran ningún daño). La relación de fuerzas militares era tan desigual que algunos prefieren hablar de castigo de la OTAN a Yugoslavia, en lugar de guerra²⁰¹.

Prácticamente se han repetido los mismos elementos que venimos señalando. La manipulación y la utilización mediática para justificar primero la intervención y después el éxito de la misma, ha sido lo más característico. La manipulación del léxico utilizado profusamente ha caracterizado la cobertura mediática del conflicto: «intervención armada» de la OTAN contra Serbia en lugar de guerra²⁰², «daños colaterales» en lugar de injustificados muertos civiles, «campañas aéreas» en lugar de bombardeos masivos, «infraestructuras» y «objetivos militares» en lugar de obras civiles como puentes, centrales energéticas, fábricas, y otros²⁰³; o simplemente el hecho de calificar como «errores» lo que no son sino acciones deliberadas que caracterizan cualquier guerra. Las imágenes dramáticas —éxodo y campos de refu-

¹⁹⁸ En expresión del periodista Ryszard KAPUSCINSKI, él mismo componente en múltiples ocasiones de esa misma «jauría» según confiesa en «¿Reflejan los media la realidad del mundo?», en *Le Monde Diplomatique*, n.º 45/46, 1999. Sobre el mismo tema vid. su libro *D'une guerre l'autre*, Flammarion, París, 1998.

¹⁹⁹ Vid. BRUCKNER, P., *La tentación de la inocencia*, Anagrama, Barcelona, 1996.

²⁰⁰ FISAS, V., *op.cit.*, p. 361.

²⁰¹ Vid. RAMONET, I., «Nuevo orden global», en *Le Monde Diplomatique*, junio, 1999, p. 17.

²⁰² La declaración formal de «guerra» por otra parte hubiese supuesto además, en la mayoría de los países participantes en el conflicto —España entre ellos— una aprobación parlamentaria que así se ha evitado, evitándose también, en lo que a España se refiere, un debate parlamentario digno de tal nombre, sustituido por unas palabras tópicas y tardías del Presidente del Gobierno.

²⁰³ Entre éstos, por cierto, hay que citar los ataques a las instalaciones de la Televisión de Belgrado considerada por la OTAN, y no sin razón, por obvio, como un instrumento de propaganda; así como a la infraestructura comunicativa del país que incapacitó las redes de ordenadores y los servicios eléctricos. Lo que muestra que, en el futuro, los sistemas informativos e informáticos empezarán a considerarse los nuevos objetivos militares, como antaño eran las carreteras y los puentes.

giados, restos humanos, etc., que en esta guerra sí han sido transmitidos por los medios— se han utilizado para influir en la opinión pública y justificar la posición aliada; desinformación que lleva, por ejemplo, a equiparar el frustrado acuerdo de Ramboullet que Serbia se negó a firmar, y el que ha puesto fin a la guerra ²⁰⁴; demonización absoluta de Milosevic, al que, por cierto, habían considerado sólo unos meses antes garante de los acuerdos de Dayton, etc. Y todo esto liderado por la inmensa mayoría de los medios de comunicación, convertidos en portavoces unánimes de la Alianza ²⁰⁵, prácticamente única fuente de las noticias que ellos han transmitido.

Es decir, la manipulación al servicio de la guerra ha vuelto a ser la característica en el último conflicto. En este caso, sí hemos visto los efectos de la guerra —al día siguiente de los bombardeos siempre nocturnos, puntualmente todas las televisiones mostraban los destrozos causados—; pero ello no ha evitado una manipulación que ha impedido a la opinión pública tener una opinión precisa sobre los hechos.

2. La Diplomacia Pública

El desarrollo de los medios de comunicación ha contribuido por otra parte a modificar uno de los dominios más clásicos de las relaciones internacionales, cual es, la diplomacia, que experimentará en los últimos años una transformación formidable. Los efectos «diplomáticos» de los flujos transnacionales de comunicación son tan relevantes que difícilmente pueden no ser aprovechados por los Estados para sus fines de política exterior ²⁰⁶.

En su acepción más clásica ²⁰⁷, por diplomacia entendemos los métodos y/o técnicas de ejecución de la política exterior, la función representativa de los Estados, así como el proceso por el que los Gobiernos de los Estados se comunican. Siguiendo a Lozano Bartolozzi, podemos afirmar que la diplomacia es el medio de comunicación informativa pacífica e institucionalizada entre los Estados. Su fin esencial es poner en comunicación a los actores estatales para conocer sus intereses e intentar resolver sus diferencias de modo negociado, fomentando unas relaciones internacionales de cooperación y entendimiento ²⁰⁸. Así, la historia de la diplomacia es la historia de la política exterior de los Estados como formas comunicativas, y el sistema internacional entero puede ser analizado como un gran sistema de co-

²⁰⁴ Sin profundizar ahora en este asunto, sí conviene recordar que el primero hubiera posibilitado a las tropas de la OTAN moverse con entera libertad por todo Serbia, y daba a los albanokosovares la posibilidad de optar por la independencia en un plazo de tres años. El acuerdo de paz firmado por Milosevic restringe el control de la Alianza a Kosovo y apuesta por una Kosovo integrante de Serbia.

²⁰⁵ FISK, R., «La discutible labor de los periodistas en Kosovo», en *El País*, 30 de junio de 1999. Del mismo autor *vid.* también «Mentiras de guerra en Kosovo», en *Le Monde Diplomatique*, n.ºs 45/46, 1999.

²⁰⁶ Para algunos autores, el papel de un satélite en la difusión de una información, por ejemplo en la recepción de programas de la TV francesa en los países del Magreb, puede suponer más que la práctica diplomática tradicional. *Vid.* BADIE, B., y SMOUTS, M.-C., *Le retournement du monde*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, París, 1992.

²⁰⁷ *Vid.* NICHOLSON, H., *La diplomacia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994 (3.ª ed.). (Original en inglés *Diplomacy*, Oxford University Press, Londres, 1963).

²⁰⁸ LOZANO BARTOLOZZI, P., «La diplomacia como factor de comunicación del sistema inter-estatal», en *Comunicación y Sociedad*, vol. II, n.º 2, 1989, p. 127.

municación con los Estados como actores —emisores/receptores— protagonistas²⁰⁹.

Una de las normas básicas que siempre había caracterizado a la diplomacia tradicional era la discreción y el secreto. Hoy, sin embargo, parece impensable imaginar una actividad diplomática al margen de los medios de comunicación. Es más, como veremos posteriormente, algunas de las actividades diplomáticas más relevantes, son programadas, precisamente, para su cobertura mediática y posterior transmisión al mundo. Lozano Bartolozzi establece cuatro grandes fases en esta evolución de la actividad diplomática²¹⁰:

1.^a Diplomacia clásica: junto a las tareas de representación y negociación, los agentes diplomáticos cumplían la función de informar. La acción diplomática era un vehículo de información y comunicación intergubernamental.

2.^a Con la aparición de la prensa y, en consecuencia, una incipiente opinión pública, se tratará de utilizar la diplomacia para influenciar y condicionar la actividad de esos medios.

3.^a Con la revolución industrial del siglo XIX y la aparición de unos medios de comunicación técnicos que facilitan las transmisiones informativas a escala internacional de forma casi inmediata, se establecerán canales directos de telecomunicaciones entre los Gobiernos. A partir de entonces, el papel de información, negociación y enlace entre los gobiernos de un Estado y las autoridades extranjeras que había desempeñado la diplomacia, irá decreciendo con las facilidades de la comunicación que permite contactos directos. La embajadas se irán convirtiendo, cada vez más, en meras agencias de relaciones públicas así como de promoción en materia de comercio y servicios, atenuándose considerablemente su protagonismo.

4.^a La transformación fundamental se producirá con el advenimiento de la sociedad de la información actual. Con la sociedad de la opulencia informativa surgirá la llamada Diplomacia Pública o *Public Diplomacy*²¹¹.

La Diplomacia pública puede considerarse la versión actualizada para la sociedad de la información de la «Diplomacia abierta» de Wilson. Contrariamente a la

²⁰⁹ Vid. LOZANO BARTOLOZZI, P., *Estructura y dinámica de las Relaciones Internacionales. Los nuevos desafíos: violencia, subdesarrollo e incomunicación entre los pueblos*, Mitre, Barcelona, 1987. Vid. también del mismo autor, «Las relaciones internacionales como sistema de comunicación», en *Cursos de Derecho Internacional de Vitoria-Gasteiz*, 1990, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Leioa, 1991.

²¹⁰ LOZANO BARTOLOZZI, P., «Diplomacia y conflictividad en la sociedad de la información», en RODRÍGUEZ ANDRÉS, R., y SADABA GARRERA, T. (eds.), *Periodistas ante conflictos*, EUNSA, Pamplona, 1999, pp. 67 ss.

²¹¹ Otros hablan de «media diplomacia» para señalar esta intervención de los medios de comunicación sobre las relaciones internacionales. James DER DERIAN considera la «media diplomacia» como la más significativa forma de «paradiplomacia», tradicionalmente entendida como la acción exterior de los gobiernos territoriales (vid. su libro *On Diplomacy: A Genealogy of Western Estrangement*, Basil Blackwell, Oxford, 1987). Sobre el concepto de paradiplomacia así como una crítica a la interpretación del concepto de paradiplomacia de DER DERIAN, vid. AGUIRRE ZABALA, I., «Making Sense of Paradiplomacy? An Intertextual Enquiry about a Concept in Search of a Definition», en *Regional and Federal Studies*, vol. 9, n.º 1, 1999. Sobre los antecedentes y primeras formulaciones del concepto de Diplomacia pública, algo confusas todavía, vid. entre otros: HERDERSON, G., *Public Diplomacy and Political Change*, Praeger, Nueva York, 1973. LEE, J., *Diplomatic Persuader. New Role of the Mass Media in International Relations*, Wiley and Sons, Nueva York, 1968. COHEN, Y., *Media Diplomacy. The Foreign Office in the Mass Communication Age*, Frank Cass, Londres, 1986.

diplomacia clásica que tiene como destinatarios los Gobiernos de los Estados, esta diplomacia se dirige al pueblo, a la opinión pública internacional (aunque en los sistemas democráticos, como no puede ser de otra forma, actuando sobre la opinión pública se acabe actuando igualmente sobre los poderes políticos). Esta nueva forma de diplomacia supera los canales y modos convencionales que había utilizado la forma clásica de diplomacia. El secretismo y lenguaje reservado y críptico propio de la actividad diplomática, será sustituido por otro más abierto y claro, inteligible por el gran público, valiéndose de los medios de comunicación para ofrecer la imagen que se desea del propio país y de sus dirigentes, en favor de los intereses nacionales propios. La política exterior deja así de ser coto reservado de diplomáticos y estadistas, incorporando al gran público a través de los medios de masas. Esta práctica mediática posibilita incluso una presencia «real» y activa de los representantes políticos cuando la realidad puede ser otra bien distinta²¹².

Y este cambio en la naturaleza de la diplomacia no podría entenderse sin la confluencia de tres fenómenos con cierto nivel de interrelación: la generalización de la democracia (aunque todavía con demasiadas excepciones); la revolución telemática y la consiguiente sociedad de la información; y la globalización derivada en gran medida de la anterior.

En cualquier caso, hablar de diplomacia pública no debe hacernos pensar que estamos ante una política exterior absolutamente abierta y transparente. Esto chocaría contra la propia esencia y naturaleza de la política exterior, tanto por la necesaria prudencia que debe acompañar a la actividad exterior, como por la complejidad de los asuntos que la integran.

3. Las Cumbres internacionales como acontecimientos mediáticos

La Diplomacia pública adquiere múltiples formas y manifestaciones, desde entrevistas con los dirigentes políticos internacionales así como declaraciones y ruedas de prensa, celebración de conferencias internacionales, reuniones en la cumbre y otras. Son precisamente estas reuniones de líderes —cumbres internacionales— las que adquieren una mayor relevancia mediática, convirtiéndose en la máxima expresión de la llamada «diplomacia pública».

Las Cumbres son, ante todo, acontecimientos mediáticos²¹³, es decir, representaciones simbólicas organizadas, puestas en escena cuidadosamente trabajadas con el objetivo de su transmisión mediática internacional. Estos acontecimientos mediáticos (a las Cumbres internacionales que son las que aquí específicamente nos interesan, habría que añadir otros como conmemoraciones oficiales nacionales de hechos históricos, inauguraciones muy relevantes —por ejemplo, juegos olímpicos—, funerales de estadistas, bodas reales, etc.) cumplen la función de unificar los grupos sociales, acentuando valores compartidos así como proporcionando sentimientos de identidad común.

²¹² Felipe SAHAGÚN se refiere a Boris Yeltsin como «el primer presidente virtual de la historia», cuando desde 1995 en que empeoró su estado de salud, utilizó los medios audiovisuales, fundamentalmente radio y televisión, para seguir presente cuando, en realidad, su enfermedad le tenía postrado en cama. Yeltsin se mantuvo en el poder y «gobernó» Rusia durante los últimos años de su mandato casi exclusivamente por televisión y por radio. SAHAGÚN, F., *De Gutenberg a Internet*, op. cit., p. 375.

²¹³ HALLIN, D., y MANCINI, P., «Rencontres au sommet: vers une sphère publique internationale?», en *Hermès. Cognition, communication, politique*, n.º 13-14, 1994.

Las Cumbres internacionales mediáticamente universalizadas pueden erigirse en factor de integración universal. Hay tres hechos significativos desde el punto de vista comunicativo que cabe singularizar respecto a las cumbres internacionales.

En primer lugar, estos acontecimientos modifican la estructura tradicional de comunicación, acentuando los flujos de comunicación internacional en detrimento de los nacionales que, habitualmente, son los más importantes. Una cumbre ofrece a los Estados participantes la oportunidad de sobrepasar los límites comunicativos habituales, ocupando un espacio de la escena mundial. Para ello, a veces, los Estados se ven obligados a introducirse en un proceso que no dominan totalmente, teniendo que aceptar ciertas reglas del juego internacional en el que busca participar (pensemos, por ejemplo, en Fidel Castro en las Cumbres Iberoamericanas, o en la Cumbre Unión Europea-América Latina celebrada en junio de 1999 en Río de Janeiro. Y pensemos sobre todo en su interés en asegurar el éxito de la Cumbre Iberoamericana de La Habana). Los medios desempeñan un muy activo papel en estas cumbres, al posibilitar la asistencia al acontecimiento de un público universal.

En segundo lugar, las cumbres proporcionan, al menos durante el tiempo que dura la celebración, cierto sentimiento de pertenencia a una comunidad universal. Proporcionan la imagen tangible de esa comunidad internacional. Los mandatarios que participan en una cumbre no hablan a título nacional, no hablan a sus compatriotas, o por lo menos, no exclusivamente. Se dirigen a un público mediático universal. El marco de referencia de su discurso no es el propio país sino la comunidad internacional.

En tercer lugar, las cumbres proporcionan la imagen de un mundo armonioso y en orden, sin conflictos. En ellas se reiteran principios universalmente aceptados, espacios comunes de entendimiento.

4. La imagen del Sur desde los medios de comunicación del Norte

Los medios de comunicación también influirán sobre las relaciones que se establecen con los países del sur, y esto por cuanto que los medios de comunicación contribuyen a crear una imagen determinada, distorsionada y parcial, de estos países. Esto ineludiblemente, acabará afectando a la forma en que las opiniones públicas encaran las relaciones con estos países y, en última instancia, afectará también a los decisores políticos que, podrán o no podrán, adoptar unas determinadas políticas con respecto a estos países que, con una imagen más cercana a la realidad, podrían merecer otras valoraciones por parte de esas mismas opiniones públicas.

La verdad es que hoy el sur está constantemente en los medios de comunicación; pero su registro comunicacional es bastante parcial. El sur aparece en los informativos básicamente como lugar donde se producen catástrofes, sean éstas políticas —guerras, golpes de Estado, guerrillas y grupos terroristas, etc.— o naturales —terremotos, inundaciones, volcanes, huracanes, etc.—; y aparece además en documentales y/o publicidad como paisajes exóticos, playas maravillosas y demás posibilidades para nuestro uso y disfrute. Es decir, el sur será un paraíso o un infierno, pero nunca un espacio normal y neutro²¹⁴.

²¹⁴ RAMONET, I., *La tiranía de la comunicación*, op. cit., p. 106. Vid. también AAVV, *La aldea global. Medios de comunicación y relaciones Norte-Sur*, Deriva Editorial, Barcelona, 1994.

El sur sólo será interpretado desde parámetros occidentales y de acuerdo a intereses occidentales. Y esto fundamentalmente se debe a que existe un importante dominio estructural de los países industrializados en la recopilación y difusión de información. Los países del sur carecen de agencias de información y en definitiva, carecen de capacidad para emitir su propio discurso. El resultado es la inexistencia de un discurso normalizado sobre el sur, y la distorsión absoluta de la imagen de estos países en las opiniones públicas de los países del norte.

Se nos habla de crisis, pobreza y miseria, pero no de los logros científicos que también se producen (el científico colombiano Patarroyo y su vacuna contra la malaria ocupa muchísimo menos espacio informativo que la actividad de los narcotraficantes de su país²¹⁵); los acontecimientos políticos que se nos transmiten hacen referencias a golpes de estado y conflictos, pero no a cumbres o giras de los líderes de los países del sur por sus regiones naturales. Además, las noticias de las guerras compiten entre sí, aparecen y desaparecen por saturación y rutina mediática, aunque la crisis continúe, se habla de Somalia y Ruanda, pero no de Liberia y Sudán que sufren conflictos simultáneos, a menos que se produzca un deterioro dramático y espectacular —espectacularizable, televisable— de las condiciones humanitarias de la población que atraiga a más medios²¹⁶; nunca se proporciona información cultural sobre el sur, cuando como es obvio, también hay una producción artística y literaria interesante; se ofrece además una información desestructurada, parcial, segmentada y descontextualizada, que tiende a homogeneizar a todos los países del sur, cuando entre ellos, las diferencias son quizá, todavía más notables que entre los países del norte.

Además, hay que tener en cuenta el impacto que produce recontextualizar esa experiencia mediática del Sur, en un contexto social y cultural totalmente diferente como es el propio de la confortable opulencia material de los países industrializados. Y todo ello tiene como consecuencia la creación de una imagen dependiente del sur necesitado de la paternal ayuda de los países industrializados.

VIII. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo hemos apostado por huir del tan frecuente fantasioso «mediacentrismo» ilusorio e irracional —especie de cierto «papanatismo mediático»—. También lo haremos ahora.

El aspecto más determinante de la relación entre comunicación y relaciones internacionales viene determinado, precisamente, por el advenimiento de un tipo de sociedad —sociedad de la información— en que, ambos conceptos pueden llegar a confundirse y ser la misma cosa.

Hablamos de la importancia de las nuevas tecnologías de la comunicación en la conformación progresiva de una comunidad internacional en formación. Y es verdad; pero de la misma forma (o quizá sólo un poco más acentuada) que otros factores científico-técnicos han ido progresivamente erigiéndose en factores/actores de

²¹⁵ Vid. el estudio realizado sobre la imagen de Colombia en los medios de comunicación por GONZÁLEZ, C., «Identidad, violencia y mala imagen de Colombia», en *Signo y Pensamiento*, n.º 32 (XVII), 1998, pp. 71 ss.

²¹⁶ HENS, M., «Cómo se informa sobre el sur. Del hecho a la noticia», en AAVV, *Sur y comunicación*, op. cit., p. 71.

la mundialización ya desde el siglo XIX. Para algunos la integración en una quizá próxima comunidad internacional no se reduce a un seguimiento creciente de informaciones, programas y servidores informáticos transfronterizos. La integración y conexión con el mundo consiste sobre todo en la experiencia vivida. Así se pronuncia, por ejemplo, Armand Mattelart²¹⁷. Y también es verdad. Sólo que la experiencia vivida pasa cada día en mayor medida por la experiencia mediática. Las nuevas tecnologías mediáticas, las redes mundiales de comunicación e información están creando una nueva comunidad «virtual» y real, proporcionan nuevas referencias políticas y culturales por encima de las referencias políticas y culturales tradicionales, asociadas a los Estados y a las comunidades naturales.

Estas transformaciones escapan al control de los Estados, cuyo poder cada vez es menos determinante. Las relaciones de poder a escala internacional se han modificado, el sentido originario del ejercicio democrático es cuestionado. Contrariamente al «mediacentrismo irracional» que hemos criticado, abundan las posiciones escépticas que sólo ven en la opulencia informativa y telemática posibilidades de exclusión y marginación a gran escala. Hablan de info-ricos e info-pobres; de tiranía comunicativa; de nuevo imperialismo; de falseamiento de la democracia. Pero cabe también otra posición más esperanzadora, más comprometida a su vez.

La pregunta es cómo utilizar las posibilidades que ofrece la sociedad de la información para que la sociedad civil se convierta en agente del cambio. Las redes no son únicamente un instrumento de opresión y dominación al servicio de los más ricos. La organización social en redes puede contrapesar el centralismo, las amenazas y los abusos de poder.

El ciberespacio permite, precisamente, una comunicación interactiva, no jerarquizada y a escala planetaria. Sus usuarios no son únicamente receptores/consumidores pasivos de servicios producidos por algún interés conspirativo. Son también emisores/creadores de su propio discurso. Surgen así nuevos actores en la escena internacional que formulan nuevas políticas en el escenario internacional, asistimos a una movilización creciente de la sociedad civil transnacional (y algún ejemplo de ello hemos visto en las páginas anteriores —la red APC—). Las redes telemáticas permiten una nueva forma de relación internacional, con diferentes actores —no sólo los Estados, los grupos financieros, y las grandes compañías transnacionales—. Las redes telemáticas posibilitan una transnacionalidad para otros actores, para individuos, para grupos sociales. El debate se hace más amplio y más abierto. La globalización adquiere así otro perfil. Hay lugar para la esperanza.

²¹⁷ *La mundialización de la comunicación*, op. cit., p. 116.

THE HISTORY OF THE UNITED STATES

The history of the United States is a story of growth and change. It begins with the first people who lived on this continent, the Native Americans. They lived in small groups and hunted for food. Then, in the 15th century, Europeans came to the Americas. They brought new ideas and technologies, but they also brought diseases that killed many Native Americans. The Europeans established colonies and fought wars with each other. In 1776, the colonies declared their independence from Britain. They fought the Revolutionary War and won. The new nation was born. In the years that followed, the United States grew in size and power. It fought the Civil War, which ended slavery. It fought World War I and World War II. It became a superpower. Today, the United States is a country of many different people and cultures. It is a country that has made many contributions to the world.

The history of the United States is a story of growth and change. It begins with the first people who lived on this continent, the Native Americans. They lived in small groups and hunted for food. Then, in the 15th century, Europeans came to the Americas. They brought new ideas and technologies, but they also brought diseases that killed many Native Americans. The Europeans established colonies and fought wars with each other. In 1776, the colonies declared their independence from Britain. They fought the Revolutionary War and won. The new nation was born. In the years that followed, the United States grew in size and power. It fought the Civil War, which ended slavery. It fought World War I and World War II. It became a superpower. Today, the United States is a country of many different people and cultures. It is a country that has made many contributions to the world.

The history of the United States is a story of growth and change. It begins with the first people who lived on this continent, the Native Americans. They lived in small groups and hunted for food. Then, in the 15th century, Europeans came to the Americas. They brought new ideas and technologies, but they also brought diseases that killed many Native Americans. The Europeans established colonies and fought wars with each other. In 1776, the colonies declared their independence from Britain. They fought the Revolutionary War and won. The new nation was born. In the years that followed, the United States grew in size and power. It fought the Civil War, which ended slavery. It fought World War I and World War II. It became a superpower. Today, the United States is a country of many different people and cultures. It is a country that has made many contributions to the world.

The history of the United States is a story of growth and change. It begins with the first people who lived on this continent, the Native Americans. They lived in small groups and hunted for food. Then, in the 15th century, Europeans came to the Americas. They brought new ideas and technologies, but they also brought diseases that killed many Native Americans. The Europeans established colonies and fought wars with each other. In 1776, the colonies declared their independence from Britain. They fought the Revolutionary War and won. The new nation was born. In the years that followed, the United States grew in size and power. It fought the Civil War, which ended slavery. It fought World War I and World War II. It became a superpower. Today, the United States is a country of many different people and cultures. It is a country that has made many contributions to the world.

The history of the United States is a story of growth and change. It begins with the first people who lived on this continent, the Native Americans. They lived in small groups and hunted for food. Then, in the 15th century, Europeans came to the Americas. They brought new ideas and technologies, but they also brought diseases that killed many Native Americans. The Europeans established colonies and fought wars with each other. In 1776, the colonies declared their independence from Britain. They fought the Revolutionary War and won. The new nation was born. In the years that followed, the United States grew in size and power. It fought the Civil War, which ended slavery. It fought World War I and World War II. It became a superpower. Today, the United States is a country of many different people and cultures. It is a country that has made many contributions to the world.