

Aproximaciones a los medios de comunicación en la lógica de la comunicación internacional desde la perspectiva latinoamericana de la información

Approaches to media in the logic of international communication from a Latin American information perspective

Alberto Javier Mayorga Rojel (1)

Periodista . Licenciado en Comunicación Social. Magíster © en Ciencias de la Comunicación

Jassna Valeska Sepúlveda Beltrán (2)

Periodista . Licenciada en Comunicación Social. Magíster © en Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

En el presente artículo se elabora una crítica a la sociedad occidental industrializada, dentro del juego de oposición – dominantes y dominados – que busca tomar fuerza a través de las potencias colectivas por sobre las naciones en desarrollo en el marco de la lógica internacional de la comunicación. Esto se refleja en el sistema de dependencia informativa, económica y política que poseen los medios latinoamericanos con respecto a las empresas informativas provenientes de los países desarrollados y que, como consecuencia, genera una estructura de dominación y dependencia centrada en la simulación de la estabilidad económica y social en las regiones periféricas.

ABSTRACT

In the present article a critic to the industrialized western society is made based on the opposition game - dominant and dominated. This relation is targeted to strengthen through collective powers that are over the developing nations within the framework of the international logics of communications. The signaled situation is reflected in the informative, economical and political dependent system that Latin American media has with respect to the informative

-
1. Docente y Coordinador Académico de la Escuela de Periodismo. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad San Sebastián. Concepción, Chile. email: amayorga@uss.cl
Administrador y Coordinador de Diseño del Portal Web “Cultura Bío Bío” - Consejo Nacional de la Cultura y las Artes - Región del Bío Bío - Gobierno de Chile
 2. Becaria MECESUP del Ministerio de Educación de Chile para el Magíster en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Frontera (TEMUCO-CHILE).
Periodista de la Dirección de Comunicaciones de la Universidad de la Frontera. Temuco, Chile.
email: jvsepul@ufro.cl

companies of developed countries; generating a structure of domination and centered dependency in the simulation of the economic and social stability in peripheral regions.

Palabras claves: *Comunicación Internacional/Medios de Comunicación/Política y Estructura de la Información.*

Key words: *International communication/media/policy and structure of information*

El nuevo orden internacional, es una de esas categorías que desde hace muy pocos años dominan las relaciones de poder internacionales y nacionales. Con el fin de la Guerra Fría, las esferas o zonas de influencia de las grandes y medianas potencias mundiales se han consolidado y el derrumbe del bloque soviético ha cerrado una etapa de la vida de la comunidad internacional. La caída, en otoño de 1989, del muro de Berlín ha supuesto, en consecuencia, no sólo el epílogo de un ciclo de la historia, sino también la introducción de un cambio cualitativo en el medio internacional, un cambio a añadir en la sucesión de variaciones que conformaron y diseñaron el escenario mundial en el ámbito de la comunicación.

Por ende, en el actual orden internacional, fenómeno que se estructura a partir de los múltiples conflictos acaecidos en el medio oriente y la nueva guerra contra el terrorismo, los países más débiles desean alcanzar un nuevo orden institucional para su crecimiento como Estado y consideran que el actual sistema informativo mundial les impide avanzar en los cambios económicos y sociales deseados, ya que la concentración que existe en torno a la producción, distribución y control de la información proviene de aquellos países desarrollados que manejan el sistema informativo global.

Bajo una simple observación cualitativa y medición cuantitativa de los flujos de intercambio en lo que respecta a la información a nivel planetario, es factible asegurar que las actuales estructuras de comunicación en información internacional, controladas todas ellas por el mundo desarrollado occidental, cumplen dos funciones. La primera de ellas es propagar la falsa conciencia o imagen del centro hacia la periferia y, en segundo término, buscar las desviaciones dentro de las culturas de la periferia y una vez halladas, esparcirlas hacia el resto del sistema (Raghavan, 1985). Todo ello, amparándose en el concepto de la libertad de información.

Además, dentro de la estructura informativa internacional, es posible identificar la existencia de una relación asimétrica y el intercambio desigual de productos, entiéndase material noticioso periodístico, que se produce en el centro del sistema y su periferia, lo que explica en cierta medida las desigualdades mundiales incluidas las comunicativas e informativas (Murciano, 1992). Una muestra más del dominio y del control impuesto por las grandes potencias internacionales sobre los países en vías de desarrollo.

En el caso arbitrario del poder ejercido por los países industrializados, como son Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Alemania y Japón, los datos recopilados por la Comisión para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (CIPEC), de la UNESCO, nos permiten concluir que las 4 grandes agencias de noticias occidentales: Associated Press (A.P), United Press Internacional (U.P.I), Reuter y France Presse, son las únicas empresas de comunicaciones que se encuentran presentes en más de 160 países, donde habita cerca del 99 por ciento de la población mundial (Murciano, 1992).

De igual forma, las mediciones y resultados planteados por el Dr. Ramón Reig (2003) acerca de la estructura internacional de la comunicación, nos permiten determinar el alcance de estas tendencias monopolizadoras del mercado en el ámbito de las informaciones, así como el grado de dominio que ejercen un reducido número de compañías multinacionales líderes en el sector de las comunicaciones globales. Lo que conlleva, a su vez, un desarrollo desigual de las naciones a partir de una perspectiva exógena multilateral, donde el modelo capitalista impone una homogeneidad del contenido informativo y dispone la centralidad en el control de los productos culturales que se generan en el marco de las lógicas de producción masiva para la configuración de un sistema mundial de intercambios y relaciones jerárquicas de dependencia.

Por lo tanto, en el último tiempo es posible identificar, según las observaciones desarrolladas tanto por Marcial Murciano (1992) como por Ramón Reig (2003) sobre la estructura de la comunicación mundial, un sistema informativo internacional en fase de integración, marcadamente supranacional y transnacionalizado, con un carácter dominante periférico y que ha sido moldeado por la economía capitalista occidental.

En términos similares, los planteamientos elaborados por Ramón Reig (2003) aseguran que en el ámbito de la economía y la comunicación, la sociedad occidental industrializada tiene como objetivo central, en el que se enmarca su plan de desarrollo mundial, la concentración de la información y la diversificación de los productos de intercambio dentro de la dinámica del mercado liberal, lugar donde se evalúa la efectividad de la inversión realizada por medio de la rentabilidad económica obtenida en relación con la penetración de sus bienes en las regiones periféricas del mundo.

Y en el sistema internacional actual los medios de comunicación poseen una estructura definida como transnacional, desequilibrada y homogeneizante. Por ende, es factible afirmar que los mencionados elementos se constituyen en agentes de la expansión y legitimación de los valores y costumbres de las sociedades industriales dominantes por medio del control de los mercados, lo que les permite inocular a los países sin políticas comunicacionales definidas y con ausencia de un claro proteccionismo de la identidad cultural de sus pueblos.

A partir de los diversos análisis que se han llevado a cabo por múltiples teóricos de la comunicación relacionados con el estudio de las estructuras de la información internacional y de la economía política de la comunicación, proponemos algunas soluciones generales como una alternativa al problema de la dependencia informativa a nivel mundial:

- Generar una información alternativa a la que distribuyen las agencias transnacionales.
- Hacer un estudio más profundo del contexto latinoamericano donde se distribuyen y consumen las noticias de carácter internacional.
- Examinar el problema de la sobre información y la creación de filtros comunicacionales en cada país receptor.
- Analizar el fenómeno de la descontextualización de las noticias internacionales.
- Desarrollar agencias propias de la periferia.
- Creación de políticas culturales y comunicacionales, tanto a nivel individual como colectivas en el caso de Latinoamérica.
- Descentralización de la información y la propiedad de los medios de comunicación al interior de los países en vías de desarrollo.

En vista de lo anterior, es necesario formular una alternativa a esta mundialización, donde el sistema informativo global depende estrechamente de dos elementos: El sistema informativo nacional y el internacional. Ambos están condicionados por una serie de elementos, como las posibilidades financieras, los intercambios tecnológicos, la calidad de los profesionales, los regímenes políticos y las empresas que intervienen en la distribución de los mensajes noticiosos.

En consecuencia, el nuevo escenario internacional donde está activo el sistema mundial de comunicación, ha de entenderse como una totalidad, una concepción con tendencia a revolucionar las relaciones internacionales desde las bases. Se trata así de una demanda global imperante e impuesta, que se ha ido concretando sucesivamente en aquellos campos donde las estructuras de dominación y dependencia son importantes y esenciales para que los países industrializados mantengan el fantasma de la estabilidad económica y social en las regiones periféricas, como único supuesto garante de una democracia que día a día parece alejarse de su concepción griega originaria asentada en la participación e integración de los ciudadanos del Estado.

LA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL EN AMÉRICA LATINA

En este proceso de transnacionalización o mundialización, una de las características principales es la acelerada transformación que afecta a las distintas dimensiones sociales de la vida, donde se observan cambios complejos que son a

la vez tecnológicos, industriales y económicos, que impulsan a las naciones a una nueva reestructuración internacional, en la cual uno de los elementos principales de esta dinámica globalizadora es el sistema de los medios de comunicación de masas, que juegan un rol esencial en las dimensiones económica, política y sociocultural los Estados.

En este sentido, una de las principales discusiones gira en torno al papel que le corresponde a los medios de comunicación de masas en los procesos de desarrollo de las naciones; ya que se les atribuye la función de agentes de penetración cultural de las formas y prácticas culturales del centro del sistema mundial a la periferia. Sin embargo, existen resistencias culturales y problemas estructurales que cuestionan el desarrollo de un sistema mundial que, a medida que se consolida, aumenta su carácter asimétrico, las formas de dominio, las desigualdades y la pérdida de identidad cultural de gran parte de los estados que lo constituyen.

Aquí se observan dos procesos; por una parte una integración nacional y, por otra, una mundial, pero es en el proceso de traspaso donde se generan los conflictos, producto de la pluralidad social y cultural de las naciones. Se identifica así, la existencia de un mundo occidental articulado por los Estados Unidos, Europa y Japón, que como sistemas políticos-económicos e históricos tienen su prolongación en una periferia jerarquizada, en la que se integran gran parte de las naciones de África, Asia, Oceanía y de América del Sur. Estos espacios nacionales se encuentran jerarquizados internacionalmente a partir de las relaciones económicas dominantes en el sistema mundial.

En este sistema mundial, y como hemos mencionado previamente, los medios han alcanzado la forma de complejo industrial, y se han concentrado en agencias especializadas en la producción y distribución de noticias de carácter internacional. Estas grandes agencias (AP, UPI, France Press y Reuter) fueron creadas por las principales naciones occidentales e históricamente han ocupado una posición hegemónica en la difusión de la información internacional, determinando el concepto de noticia predominante en los medios de información y la visión e interpretación que ofrecen de los acontecimientos que se producen en los diferentes espacios. Tal acción les permite funcionar como árbitros y garantes de la libertad de información para fomentar, además, el conocimiento del Estado y el funcionamiento del mundo tanto en lo económico, político y sociocultural.

Pero ¿qué pasa en América Latina? Los países latinoamericanos son considerados como naciones en el segundo nivel, que se ubican en una zona intermedia del sistema capitalista, pero por debajo de los grandes países desarrollados. Aquí, UPI, AP, France Presse constituyen las principales fuentes de noticias de los medios de comunicación, con un flujo noticioso sobre el 70% de las informaciones internacionales proporcionada por las agencias (Murciano, 1992).

Este dominio sobre la información internacional tiene consecuencias sobre los contenidos y en el tratamiento de la información. En este sentido, las grandes

agencias dedican sólo entre un 10 y 30% de sus noticias a informar sobre la realidad de los países de la periferia que en términos cuantitativos, constituye casi las tres cuartas partes de la población mundial. Así, imágenes de la periferia asociadas a inmadurez, violencia y corrupción, facilitan una política de intervención desde el centro del sistema, la cual tiene como finalidad última el control del abastecimiento de materias primas y mercados estratégicos.

“Las agencias transnacionales de noticias, por ejemplo, tienen un papel directivo en la determinación de los temas de interés preferentemente para el dominio y funcionamiento del sistema mundial. Todas las investigaciones realizadas hasta el momento son concluyentes al respecto y subrayan el papel decisivo que desempeñan en la configuración de las imágenes que poseemos sobre nuestro mundo: definen y dan forma a los acontecimientos, polarizan la información y fomentan el statu quo tanto económico como político, de acuerdo con los intereses del sistema transnacional, del cual son parte constituyente” (Murciano, 1992, p. 202).

A pesar que Latinoamérica y el Caribe son regiones categorizadas como subdesarrolladas con problemas económicos y sociales, en ellas los medios de comunicación juegan un rol dinámico; ya que la mayoría de los países posee importantes sistemas de medios, incluso algunos como México, Brasil, Venezuela y Argentina, son importantes exportadores de programas de televisión, no sólo en la región, sino también a Asia, Europa y Rusia (Lozano, 2000).

Para José Carlos Lozano (2000), las noticias internacionales en la prensa latinoamericana han sido estudiadas escasamente, y los resultados de los estudios realizados muestran la necesidad de un flujo más balanceado de noticias a través de una distribución más justa de los recursos y el poder.

El autor realizó un estudio de análisis de contenido de algunos de los periódicos más importantes de Brasil, Argentina, Chile, República Dominicana, México y Nicaragua. En él se indica que en la mayoría de los periódicos latinoamericanos la información de la región tiene un porcentaje alto (entre el 22 y 48% del total), con tópicos centrados en ámbitos de política nacional y noticias de crisis. Mientras que el 51% de las noticias relativas a Latinoamérica eran de carácter negativo (Lozano, 2000).

En tanto, los países de América Latina son dependientes de las grandes agencias internacionales, y en algunos periódicos de países como Nicaragua y Brasil, la diversidad en las fuentes informativas es muy baja. Los medios argentinos y mexicanos tuvieron el mayor número de noticias atribuidas a más de una agencia. Al predominio de las cuatro grandes agencias informativas se suma ahora la agencia española EFE, y juntas presentaron el 85% de las noticias internacionales en diarios como *La Tribuna* (Nicaragua), el 59% en *Listín Diario* (República Dominicana) y el 52% en *El Mercurio* (Chile). Por su parte, *El Clarín* de Argentina tuvo un porcentaje representativo de noticias internacionales reportadas por

corresponsales propios, sin embargo, no expone un avance en la cobertura internacional propia, “a pesar de que se ha visto una mejoría en la diversificación y uso de las fuentes noticiosas, aún sigue habiendo una fuerte presencia de las ahora cinco grandes” (Lozano, 2000, p.58).

Igualmente, el autor plantea que la cobertura internacional de otros países latinoamericanos no parece ser la más adecuada para las metas propuestas sobre la integración económica y política de la región, ya que sólo un 3% de las informaciones se relacionaban con acuerdos comerciales e integración económica entre países latinoamericanos; mientras que el espacio empleado en destacar actividades diplomáticas y políticas entre países fue más alto para Europa o Estados Unidos que para Latinoamérica.

Así, el rol que cumplen los medios de comunicación latinoamericanos en el proceso globalizador de la región es central a la hora de diseminar una representación determinada, tanto dentro como fuera de la periferia, acerca de sus procesos de estabilidad económico-político y conflictos sociales que imperan en el marco del sistema capitalista establecido por las naciones desarrolladas.

CONCENTRACIÓN INFORMATIVA EN LATINOAMERICA

Uno de los tópicos en los estudios de la comunicación internacional es la concentración de poder; situación que se observa en el predominio de las grandes agencias en las regiones del tercer mundo. Según Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2003) en el sistema global comercial de la información y de la comunicación existen tres niveles para jerarquizar a los grandes conglomerados comerciales. El primero corresponde a una decena de grupos transnacionales cuya lógica se construye a partir del funcionamiento del mercado estadounidense. En el segundo se ubican un conjunto de 50 grandes grupos con sede en Europa, Estados Unidos y Japon¹.

Sin embargo, en el tercer nivel confluyen grupos líderes de mercados domésticos nacionales o subregionales del resto del planeta, lo que está conformado por unas noventa corporaciones entre las que se encuentran -en el mercado latinoamericano- los grupos Televisa de México, Cisneros de Venezuela, Globo de Brasil y Clarín de la Argentina. Pero estas organizaciones que dominan el mercado regional tienen un comportamiento semejante al de los principales actores corporativos a escala global, es decir, son grupos multimedia con ramificaciones a otras actividades comunicacionales como también de la industria y el comercio. Igualmente, generan alianzas internacionales, como es el caso del grupo Globo, que se

1 Los autores indican la clasificación realizada por Robert McChesney (1998) en “The political economy of global media”, donde clasifica el sistema global comercial de información y comunicación en niveles jerárquicos según las grandes compañías y grupos transnacionales (10), compañías y grupos dominantes de mercados regionales (50) y compañías y grupos dominantes de mercados domésticos y subregionales (90).

ha asociado en un consorcio de compañías de Brasil, Argentina, Chile, Paraguay y Bolivia, liderado por Telecom Italia para prestar servicios de telecomunicaciones en Brasil, Argentina, Chile, Cuba, Bolivia y Paraguay.

Según los autores, desde los años '80 en adelante, los países latinoamericanos liberalizaron, desregularon y privatizaron las principales áreas informativas, a través de la incorporación de capitales externos, que paulatinamente ha ido declinando la gestión artesanal de las comunicaciones, debido, entre otros, al cruce de capitales de una industria a otra.

Sin embargo, la incorporación de los grupos dominantes globales en los países latinoamericanos y en los grupos fuertes de la región, brinda beneficios mutuos, ya que para los empresarios locales se fortalece su capacidad de acción, incorporan tecnologías, contenidos y mejoran la capacidad financiera de las empresas; y para los grupos globales significa reducir el riesgo de inversión explotando la inserción de los grupos locales en mercados que los globales desconocen, y aprovechar los contactos y la influencia política, en el sentido más amplio, que los grupos locales y regionales han venido desarrollando históricamente en su contexto.

LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ESCENARIO INTERNACIONAL

En esta fase de integración del sistema mundial, como indica Marcial Murciano (1992), los medios de comunicación constituyen los agentes de expansión y legitimación de las prácticas y valores de las sociedades centrales, y cuyo sistema de circulación resulta uno de los factores imprescindibles para el mantenimiento y desarrollo del proceso de mundialización o transnacionalización.

El protagonismo que han adquirido los medios de comunicación de masas, en su actuar como portadores de actos de intercambio comunicacionales en el escenario internacional, puede valorarse con referencia a las condiciones generales de todo acto cambiario en el sistema; como también la actividad productora de mensajes a nivel masivo se efectúa en términos de sincronía con los procesos generales de producción social (Torres López, 1985).

En este sentido, la comunicación de masas puede entenderse como una variedad de los procesos generales de intercambio económico y que, como procesos productivos, se asemeja a todo proceso de producción en el sistema capitalista, y en cuya estructura informativa internacional se presenta una relación asimétrica e intercambio desigual de productos entre el centro y la periferia. Así, las grandes empresas de comunicación internacionales de países desarrollados (agencias informativas) se mueven en el espacio transnacional, en el que se encuentran los subsistemas económicos internacionales, político-militares y socioculturales.

Función Económica

En el contexto económico, el desarrollo de los medios de comunicación de masas se establece a partir de las leyes de producción industrial y de su actividad comercial en el mercado; esto de acuerdo a las lógicas de producción, distribución y consumo.

Aparece así la empresa informativa, donde la comunicación misma se convierte en producto, y cuyo control y gestión pertenece a quienes la sostienen financieramente. Como indica Torres López (1985) la comunicación de masas al convertirse en una actividad industrial más se manifiesta como una actividad institucionalizada que se regula por un ordenamiento jurídico en cuanto a la institución de los medio como unidades productivas sujetas a determinadas leyes.

El desarrollo de los medios de comunicación en las sociedades avanzadas ha seguido el curso similar al de los demás sectores industriales, desde la estandarización de sus productos, pasando por la concentración y conglomeración de las empresas productoras, hasta su transnacionalización (Murciano, 1992).

Por su parte, Torres López (1985) plantea que una de las grandes diferencias entre la actividad informativa respecto del resto de las actividades industriales se encuentra en *“la especial naturaleza del producto que se introduce en el mercado”*, ya que el factor tiempo juega un papel trascendental en la elaboración de un producto que se caracteriza por venderse dos veces, una al consumidor y otra a la empresa publicitaria.

Frente a esto es necesario reflexionar acerca de cómo se está utilizando socialmente la comunicación, considerando que está sometida en su estructura a las condiciones del mercado, y por lo tanto a las dinámicas de la oferta y la demanda, de la producción, distribución y del consumo.

A través de su evolución mercantil, los medios han alcanzado la forma de complejo industrial altamente industrializado. Así, las grandes agencias de noticias occidentales como Associated Press, UPI, France Presse y Reuter, ostentan el poder de crear e imponer el concepto de noticia predominante en los medios de información mundial, y la visión e interpretación que ofrecen de los acontecimientos que se producen en los diferentes espacios.

Función Política

En la estructura transnacional de la comunicación de masas con carácter industrial, oligopólico y asimétrico, genera gran impacto debido a su circulación unidireccional de los contenidos desde el centro a la periferia, estableciendo estructuras que se orientan a introducir y legitimar, en los espacios sociales, las relaciones sociales, concepciones políticas y formas culturales.

En este sentido, las agencias tienen un papel preponderante en la determinación de los temas de interés preferente para el dominio y funcionamiento del sistema mundial. Igualmente, juegan un rol decisivo sobre las imágenes que

poseemos sobre nuestro mundo, para lo cual *“definen y dan forma a los acontecimientos, polarizan la información y fomentan el statu quo, tanto económico como político, de acuerdo con los intereses del sistema transnacional, del cual son parte constituyente”* (Murciano, 1992, p.202).

Esta circulación unidireccional de difusión –desde el centro a la periferia– se realiza según los intereses económicos y políticos, ya que con la información emitida se defienden los intereses del centro, mientras que las imágenes que asocian a la periferia –inmadurez, violencia, corrupción– prestan las facilidades para una política de intervención, la que tiene como fin último detentar el control.

Igualmente, las tecnologías y productos culturales imponen un debate político, donde la gestión y desarrollo de la cultura y la comunicación son un problema que afecta a la identidad y estabilidad del Estado-nación; ya que es ahí donde quedan expuestas las relaciones de dominación que ejercen las grandes empresas multinacionales de la tecnología de la comunicación, publicidad, entretenimiento e información, respecto a intereses de los sistemas culturales locales.

En este sentido, los procesos de legitimación social cobran un sentido ideológico al momento en que permiten naturalizar y posibilitar relaciones de desigualdad y dominio. De ahí la importancia de la relación de la comunicación y los demás sistemas sociales, *“a través de los cuales toma forma concreta un determinado orden social, unas determinadas formas de estratificación social y unas determinadas formas de poder político”* (Murciano, 1992, p.20).

Función Sociocultural

Los medios de comunicación de masas y sus productos culturales –entendidos como bienes de intercambio mercantil– son considerados elementos de la expansión transnacional y uno de los factores de la integración sociocultural mundial. Asimismo, se desempeñan como los vehículos de penetración cultural a través de los cuales las formas y prácticas culturales del centro del sistema se difunden a los sistemas socioculturales de la periferia.

Esta dimensión sociocultural es uno de los ejes centrales en el actuar de los medios de comunicación, ya que el desarrollo y ampliación del sistema sociocultural favorece ciertos consensos en el orden mundial. Es así como, los medios, junto con el sistema educativo, aportan en la difusión de valores que apoyan la integración mundial; situación que se ha visto enormemente favorecida con el uso de las tecnologías de información y comunicación que son transferidas a los países periféricos.

Igualmente, en el proceso de transnacionalización el rol de los medios es central, ya que favorecen los procesos de socialización del sistema global de producción. Esto se ve reforzado por el uso de la publicidad, mediante el cual se difunde información que influye en los estilos de vida y modos de consumo.

Armand Mattelart (1997) plantea que la expansión vertiginosa de las redes de información y comunicación son agentes potenciadores de la globalización; esto porque generan una interconexión generalizada de las economías y de las sociedades. Sin embargo, las estrategias globales presentan fracasos que *“se deben a la falta de sensibilidad cultural, reconocimiento de valores, o de actitudes que hacen que una estrategia exitosa en un país revele ser nefasta en otro”* (Mattelart, 1997, p.13). Ante esto es necesario detenerse a observar simultáneamente los diferentes niveles de la sociedad (local, regional e internacional), lo que se conoce como glocalización.

Por su parte, para Jesús Martín Barbero (2004) es en el espacio de lo nacional y lo local donde la cultura se mundializa, pues, como afirma el autor, globalización no equivale a una mayor difusión de productos sino a la rearticulación de las relaciones entre países desde una des-centralización que concentra poder, y un des-enraizamiento que hibrida las culturas.

En definitiva, en su función de difusores culturales, los medios ejercen influencias socioculturales que fomentan y reproducen mediante diferentes formas de socialización como son los valores, creencias, normas, conocimiento, entre otros. Al tiempo que establecen ciertos estilos de vida, valores culturales, modos de actuación y de pensamiento; es decir formas de representar el mundo bajo la total influencia del sistema económico transnacional.

A MODO DE OBSERVACIÓN FINAL

En la sociedad occidental la perspectiva, dentro del juego de oposición clásico – dominantes y dominados –, parece tomar fuerza a través de las potencias colectivas por sobre las individuales en el marco de la lógica internacional de la comunicación. Esto se refleja en el sistema de dependencia informativa, económica y política que poseen los medios latinoamericanos con respecto a sus pares provenientes de los países desarrollados, ya que desde una visión estructural de las colonias podemos afirmar que las políticas de las empresas transnacionales de la información buscan accionar una penetración directa en las naciones periféricas, lo que produce una fragmentación de los colectivos en vías de desarrollo y, por lo tanto, fomentan la marginación como único mecanismo que evita la autogestión de los contenidos informativos, la reafirmación de identidades propias, la toma de conciencia acerca de la inoculación de ideologías dominantes y la movilización de grupos humanos capaces de generar su cultura a través de un modo de vida particular en un lugar específico.

De igual forma, el desarrollo de estrategias de su posicionamiento por parte de las empresas internacionales de la comunicación se logra, en la actualidad, por medio de la gestión de alianzas comerciales con aquellas industrias locales o regionales de la información en América Latina, lo que trae como consecuencia, a largo plazo, un aumento en las desigualdades vinculadas con el intercambio de

las informaciones, pérdida de la identidad cultural y, por supuesto, el manejo indiscriminado de las informaciones a través de los modelos de producción discursiva relacionadas con el tipo de cobertura y tratamiento de los sucesos ocurridos en las regiones más pobres del planeta y su posterior representación sesgada y homogénea que es distribuida por aquellos que controlan el mercado mundial de las noticias.

En vista del análisis, es necesario que los Estados, entendidos como los elementos constituyentes y centrales en la consagración de la democracia y que por razones de la globalización han cedido su poder al mercado, desarrollen políticas comunicacionales, económicas y culturales que permitan la existencia de medios de comunicación centrados en los procesos de identidad cultural, donde la necesidad a satisfacer no sea el consumo sino más bien el factor de libertad representativa a través de la diversidad, integración y participación de múltiples culturas en el sistema político-social centrado en el desarrollo de la educación y creación de mercados internos relacionados con los externos, pero sin caer en la verticalidad del intercambio imperante en el sistema internacional de la comunicación en la actualidad.

Bibliografía:

- LOZANO, José Carlos, *La Información Internacional en la Prensa Latinoamericana*. En revista Diálogos de la Comunicación nº57, FELAFACS, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, *Medios y Culturas en el espacio latinoamericano*. En revista de cultura Pensar Iberoamérica N°5. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), 2004.
- MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín, *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. En Sala de Prensa, 2003, disponible en <http://www.saladeprensa.org/art473.htm>
- MATTELART, Armand , *Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo*. En Revista Diálogos de la Comunicación nº 50, FELAFACS, 1997.
- MURCIANO, Marcial, *Estructura y Dinámica de la Comunicación Internacional*, Editorial Bosch S.A, Barcelona, 1992.
- RAGHAVAN, Chakravatti, *Una Nueva Estructura de Comunicación e Información Mundial: La Información en el Nuevo Orden Internacional*, Editorial Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, México, 1985.
- REIG, Ramón, *Estructura y Mensaje en la Sociedad de la Información*, Editorial Mergablum, 2003.

- TORRES LOPEZ, Juan, *Economía de la Comunicación de Masas*. Madrid: Grupo Cultural Zero, 1985.

(Recibido, 12-10-2004, Aceptado, 3-3-2005)