
Número 16

CULTURA, COMUNICACION Y DESARROLLO
Algunos elementos para su análisis

Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS

Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS es Profesor de Economía de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco/EHU. Es especialista en estrategias de los grupos de comunicación en Europa y en temas relacionados con la comunicación y el desarrollo.



INSTITUTO DE ESTUDIOS SOBRE EL DESARROLLO Y LA ECONOMIA INTERNACIONAL. UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO
NAZIOARTEKO EKONOMIA ETA GARAPENARI BURUZKO IKASKETA INSTITUTUA. EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

Facultad de Ciencias Económicas
Avenida Lehendakari Agirre, 83
Tfnos. (94) 447 35 12 · 447 16 08
Fax (94) 476 26 53
Email: HEGOAM01@SARENET.ES
48015 BILBAO

Manuel Iradier, 6 bajo
Tfno. (945) 13 15 87
01006 VITORIA-GASTEIZ

CULTURA, COMUNICACION Y DESARROLLO
Algunos elementos para su análisis

Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS

Cuadernos de Trabajo de Hegoa
Número 16
Mayo 1996

D.L. BI-1473-91
ISSN: 1130-9962

Impresión: IDAZKIDE S.A.L.

CUADERNOS DE TRABAJO DE HEGOA es una publicación destinada a difundir los trabajos realizados por sus colaboradores, así como aquellos textos que por su interés ayuden a la comprensión de los problemas del desarrollo y las relaciones internacionales.

INDICE

| | |
|--|----|
| Presentación | 5 |
| Cultura y Desarrollo | 7 |
| Cultura y Desarrollo. Etapas | 11 |
| Sobre Comunicación y Desarrollo. Una perspectiva internacional. El N.O.M.I.C. | 15 |
| Democracia y Comunicación. El derecho a comunicar | 19 |
| Globalización | 21 |
| Las Autopistas de la Información. Sociedad de la Información. El nuevo paradigma | 25 |
| Del poder del emisor al del receptor | 29 |
| La transferencia de tecnología y los contenidos | 31 |
| A modo de conclusión | 33 |

PRESENTACION

El propósito de este cuaderno es presentar de manera somera algunos de los temas relacionados con la cultura, la comunicación y el desarrollo, en especial la globalización y la sociedad de la información (SI), que son los mitos más comúnmente utilizados para describir la realidad actual. No podía dejar de hacerse referencia, aunque fuera de manera breve, al Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC), que tantos trabajos e interesantes perspectivas abrió y que es el equivalente en el ámbito comunicativo, del Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI).

Con ello se pretende apuntar caminos de reflexión futura, en un campo en el que, a diferencia de los años 70 y parte de los 80, son pocos los investigadores y analistas que en él trabajan. A lo largo del texto se repite una y otra vez la necesidad de enfoques multidisciplinares porque cualquiera de los conceptos que están presentes en el título de este cuaderno lo son, lo cual indiscutiblemente añade dificultades nuevas, puesto que lejos de las declaraciones de principios en los manuales, la multi, pluri o transdisciplinariedad está generalmente ausente. Este requi-

sito es necesario para estudiar cualquier parcela de la realidad y más aún la cultural o incluso la económica, que tiene carácter de centralidad y se convierte en norma central.

Al concebir este cuaderno se ha tenido en cuenta no sólo la realidad de los países en vías de desarrollo (PVD), sino también la de los desarrollados (PD), en el convencimiento de que los problemas son comunes, como es el de incrementar el bienestar a todos los niveles, no exclusivamente los económicos. Uno, inmediato, es cómo promover y hacer reales derechos como el de comunicar.

Otra idea básica presente en el texto es la necesidad del pensamiento plural, de forma que pensar en el desarrollo no puede sino significar que la cultura debe constituir el punto de partida, lo cual a su vez implica que deban tomarse en cuenta los valores e identidades de cada pueblo, de forma que se rompa con la idea singular del desarrollo para llegar a una plural, en la que quepan distintos modelos, dependiendo de las particularidades de cada grupo y de las circunstancias de su aplicación.

CULTURA Y DESARROLLO

Ante todo, hemos de señalar que cultura y comunicación se pueden usar como sinónimos, ya que como señala R.L. Birdwhistel, «cultura y comunicación son términos que representan dos distintos puntos de vista o métodos de representación de la interconexión humana pautada y estructurada. En cuanto "cultura", el centro de atención recae en la estructura; en cuanto "comunicación", recae en el proceso»¹.

Una buena muestra de la transdisciplinariedad aludida en la presentación es la definición de comunicación que da el polílogo francés E. Neveu, para quien la comunicación es un sector de actividades económicas, lo suficientemente estratégico para que el Estado intervenga. Es, además, el conjunto de instrumentos y de redes que hacen circular a las personas, los saberes y las informaciones. Y, es también (tiene) una dimensión simbólica².

Ambos conceptos -cultura y desarrollo- han ido hasta hace poco separados, a la vez que aparecían como antitéticos. Mientras cultura parecía significar herencia de la sociedad, como si fuera una mirada atrás, hacia el pasado, el desarrollo era visto como algo relacionado con el futuro, con el avance. De esta forma era difícil que esta dualidad de cultura-pasado pudiera maridarse con el desarrollo-futuro.

Cuando hablamos de desarrollo inmediatamente pensamos en los países que más dificultades tienen. Sin embargo, debemos señalar que este tipo de reflexiones son de plena aplicación a nuestras sociedades. Incluso, en el interior de los países desarrollados, existen grandes dife-

rencias, lo que hace que se hable de mal desarrollo, caracterizado por la pobreza, paro, exclusión de grupos o minorías, etc. De manera general, se puede identificar el desarrollo con el proceso de transformación de las sociedades occidentales, a partir del siglo XIX, dentro de un marco económico determinado (el capitalista), siendo central el progreso científico y tecnológico. Los países del Este, aunque se exceptúan de este proceso general, participan de muchas de las características de este proceso, ya que también la ciencia y la tecnología han tenido una consideración central.

Después de la II G.M., progreso y desarrollo se han usado como sinónimos. Hoy, podemos decir que ha habido importantes cambios, que pueden caracterizarse como positivos, especialmente para los países del Oeste (aumento de la esperanza de vida, acceso a la educación y a la cultura, reconocimiento de los derechos humanos, etc.). Sin embargo, estos beneficios, a pesar de la importante colaboración internacional, están muy desigualmente repartidos, abriéndose cada vez más la brecha entre los países desarrollados y los subdesarrollados.

En 1988, La UNESCO instituyó la Década Mundial para el Desarrollo Cultural, con el propósito de potenciar actividades que aumentasen nuestro conocimiento de las relaciones entre cultura y desarrollo. De los cuatro objetivos³ que señala, el primero es fundamental, ya que es el reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo. Los otros tres (afirmación de las identidades culturales, extensión de la participación en la vida cultural y promoción de la

¹ Cf. *El lenguaje de la expresión corporal*, Gustavo Gili, Barcelona, 1979.

² Cf. E. Neveu, *Une société de communication*, Montchrestien, París, 1994, p.11.

³ Cf. *Rethinking Development, World Decade for Cultural Development 1988-1997*, UNESCO, París, 1994, p. 6.

cooperación en materia de cultura) pueden ser considerados como consecuencia del reconocimiento de la citada dimensión.

El plan de acción de esta década se basa en la definición que de cultura y de desarrollo se dieron en 1982, con ocasión de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales⁴, que tuvo lugar en México. Cultura «es un amplio y complejo compendio de rasgos distintivos -materiales, intelectuales y emocionales- que caracterizan a una sociedad o grupo social. Incluye no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales de los seres humanos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias»⁵. Desarrollo «es un proceso complejo y multidimensional que va más allá del crecimiento económico para incorporar todas las dimensiones de la vida y todas las energías de la comunidad, de forma que la totalidad de los miembros están llamados a contribuir a la vez que esperan compartir los beneficios»⁶.

Observando ambas definiciones podemos señalar que son convergentes, ya que además de subrayar la **complejidad**, en la definición de cultura puede intuirse la presencia de lo económico, como parte de esas dimensiones material, intelectual y emocional. Por otro lado, en la definición de desarrollo está presente la cultura, al hablarse de incorporar todas las dimensiones de la vida, de las cuales la cultura es la síntesis.

La cultura y el desarrollo están relacionados y podemos decir que ambos se incluyen. En una concepción globalizante, la cultura incluye el

desarrollo, ya que podemos decir que cultura «es lo que interrelaciona a los individuos y la que hace posible el desarrollo de los individuos. Es ella quien también define sus relaciones con la naturaleza y con su entorno físico, con el planeta y el cosmos y es a través de ella que se expresan sus actitudes y creencias relativas a las otras formas de vida, animales y vegetales. En este sentido, todas las formas de desarrollo, incluido el desarrollo humano, están determinadas en último análisis por factores culturales. De hecho, resulta vano hablar de "relación entre cultura y desarrollo", en al medida en que el desarrollo y la economía son elementos, o aspectos de la cultura de un pueblo. La cultura no es por tanto un instrumento del progreso material; ella es la meta y el objetivo del "desarrollo", entendido en el sentido de un enriquecimiento de la existencia humana en todas sus formas y en su totalidad»⁷.

Debemos destacar la polisemia de los conceptos comunicación, cultura y desarrollo. Para A. Mattelart la cultura tiene tres funciones: una **expresiva**, una **económica** y otra de **legitimación**. Define la cultura como «memoria colectiva que posibilita la comunicación entre los miembros de una comunidad históricamente situada y que además crea entre dichos miembros una comunidad de sentido (función expresiva), les permite adaptarse a un entorno natural (función económica) y les confiere la capacidad de argumentar racionalmente los valores implícitos en las relaciones sociales (función retórica). Estas son las tres dimensiones de la cultura que el filósofo J. Habermas reúne en la trilogía lenguaje, trabajo, poder»⁸.

⁴ Durante los 70, hubo una gran cantidad de literatura acerca de las políticas culturales. Sin embargo, como señala N. García Canclini, aquellas consistían en reflexiones de corte ensayístico o en descripciones burocráticas, de manera que se echaba en falta la elaboración y el diseño de proyectos de integración de la cultura en el desarrollo. Aun cuando existen excepciones en que se relacionan las formas de crecimiento con la administración de recursos culturales, en general se puede señalar que se han dejado de lado todo lo relacionado con la multiculturalidad, obviándose cuestiones fundamentales como las migraciones, las políticas demográficas, etc. Cf. Nestor García Canclini, *Las políticas multiculturales como un recurso integrado para los procesos de desarrollo en América Latina*, International and Inter-Agency Forum on Culture and Development, Seúl, 20-22 sept 1993, en especial pp. 1 y 2.

⁵ Cf. E. R. Harvey, *Políticas culturales en Iberoamérica y el mundo*, Tecnos, Madrid, 1989, p. 89 y ss. y *Rethinking Developmnet, World Decade for Cultural Development 1988-1997*, UNESCO, París, 1994, p. 6.

⁶ Cf. *Rethinking Developmnet, World Decade for Cultural Development 1988-1997*, UNESCO, París, 1994, p. 7.

⁷ Cf. Rapport de la Commission Mondiale de la Culture et du Développement, UNESCO, París, 1995, p. 19. El subrayado es nuestro.

⁸ Cf. A. Mattelart, *La communication monde*, La Découverte, París, 1994, p. 297. Se trata de una traducción libre.

Estas tres funciones deben ser estudiadas en todas las dimensiones, desde lo local hasta lo internacional, debiendo ser consideradas conjuntamente, teniendo en cuenta todas las interacciones existentes. Esto puede parecer algo obvio, pero si observamos la historia de las teorías de la cultura o de la comunicación internacional, la norma ha sido la de esquemas bipolares (centro-periferia, por ejemplo), en los que implícitamente se llega a la subordinación a uno o pocos centros. Hablar de centro o periferia nos hace pensar en unidades homogéneas, cuando la realidad es más compleja y heterogénea. De esta forma, el reconocimiento de que incluso dentro del centro hay periferias y viceversa, nos lleva a pensar en modelos que difícilmente pueden ser simplificados mediante relaciones lineales y causales.

Esta multipolaridad (obviamente con pesos desiguales) es más clara si observamos la internacionalización creciente de los medios de comunicación, o mejor de las industrias culturales⁹, tanto porque se incrementa el peso de los grandes grupos de comunicación a nivel mundial como porque crece el consumo internacional de mercancías culturales. Las ocasiones de intercambio también se incrementan con el turismo. Es por ello que se recurre a fórmulas como la cultura-mundo.

Esto no significa en absoluto, que exista una cultura global. A. Smith¹⁰, considera que a pesar de este intercambio cultural y comunicativo, no se cumplen, ni con mucho, las condiciones de esta globalidad cultural, ya que para que exista una cultura global ésta debiera tener carácter universal, de manera que implicaría la negación de raíces, de folklore, de mitos, de tabúes, de identidad territorial, etc.

Debemos recordar que la cultura tiene un estatuto contradictorio en su esencia. Cultura es lo que une a un determinado grupo, pero también lo que le separa de otro. Esta relación dialéctica de lo que **une** y lo que **separa**, se da incluso en

el interior de colectivos que a simple vista pudieran aparecer como homogéneos, tales como un determinado Estado o nación, como por ejemplo Quebec o Euskadi. Pero además de esta ausencia de espacio, una cultura global no tendría *tempus*, salvo la instantaneidad. Una cultura global es en sí misma una entelequia porque la cultura es plural por definición, porque todos los singulares que caracterizan nuestras ciencias (Foucault hablaría de disciplinas, con todas las connotaciones de sujeción y de obediencia a reglas que esta palabra nos recuerda), tales como sociedad, economía, teoría económica, historia, etc., son múltiples y plurales. No existe teoría económica, sino teorías, escuelas, ramas... Esta idea de una cultura global contrastaría con la dinámica internacional basada en los Estados-nación, aún imperante. Y, si pensamos que es la televisión el vehículo fundamental de esta globalización cultural, caeríamos enseguida en una contradicción, ya que tanto la organización (producción, difusión, regulación) de estas televisiones, se efectúa dentro de esos mismos esquemas relativos a una dinámica nacional-internacional, lejos aún de la mundialización. Incluso las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación y de la información sobre las que teóricamente se caminaría hacia la mundialización tienen una base también nacional. En efecto, las denominadas autopistas de la información deben, además de su nombre, de su popularización, de su desarrollo, a la apuesta norteamericana realizada para intentar ganar la competitividad y la eficiencia perdidas en ciertos sectores considerados fundamentales (microprocesadores, hardware, etc.), en comparación con Japón y, en algunos casos, con Europa.

Resulta difícil pronosticar la dirección de los cambios, pero podemos señalar que la acumulación de anomalías a nivel mundial como consecuencia de la persistencia de la organización económica, política y social a través de los Estados-nación, que coexisten con organizaciones mundiales, surgidas sobre todo después de la II G.M. -con unos objetivos y organización

⁹ Resulta preferible hablar de industrias culturales, porque engloban además de lo que comúnmente se conoce como medios de comunicación (prensa, radio y televisión), otras como el cine, la publicidad, el libro, el disco y la tecnocultura (videotex, internet), etc. Para una definición precisa así como una clasificación de las industrias culturales, consultar R. Zallo, *Economía de la comunicación y de la cultura*, Ed. Akal, Madrid, 1988.

¹⁰ Cf. "Is there a global culture?" *Intermedia*, august-september, vol 20/No. 4-5, Londres, 1992, pp 11 y 12.

producto de una época muy distinta a la actual, implica otra contradicción fundamental que debe ser resuelta. Si a ello le sumamos la **distanciación creciente entre la cantidad de saber existente y la posibilidad de utilizar o gestionar dicho saber**, así como la necesidad de completar y mejorar nuestras democracias, a través de la incorporación real de lo que se ha dado en llamar sociedad civil, etc., podríamos pensar con R. Zallo que estamos ante una *crisis civilizatoria*¹¹, caracterizada por una centralidad (fe ciega) en lo tecnológico y en lo económico. Esta crisis, es civilizatoria porque hemos llegado a la inversión total de los principios sobre los que se

ha basado el desarrollo económico y social (la famosa triplete libertad, igualdad, fraternidad), ya que ahora son aquellos principios (lo económico y lo tecnológico) quienes implican lo social. ¿No se dice que vivimos en la sociedad de la información, porque nuestra economía es una economía de la información o porque las nuevas tecnologías de la información están cambiando radicalmente la sociedad?. A esto le podemos llamar *inversión civilizatoria*, ya que se olvida que la tecnología es, ante todo, un conjunto de relaciones sociales y que son éstas las que primordialmente deben ser tenidas en cuenta.

¹¹ Cf. R. Zallo, *«La crisis de la civilización y la cultura-mundo»*, Fac CC. de la Comunicación, Univ. País Vasco, Leioa, 1996, mimeografiado.

CULTURA Y DESARROLLO. ETAPAS

El concepto de desarrollo lo utiliza por vez primera Ibn Khaldun en el siglo XIV, que utiliza dicha noción para describir las causas económicas y sociales de las transformaciones históricas de las sociedades. Posteriormente, en el S. XVII, el término desarrollo se emplea como sinónimo de transformación de la sociedad de la época -rural y agraria- en una sociedad urbana, dentro del marco general de la construcción del Estado-nación. Durante los siguientes siglos la ciencia económica -a través de sus diferentes escuelas- marcará la pauta y asistiremos a una progresiva inversión, ya que a partir de ahora, al desarrollo social se antepone el desarrollo económico, quien se convierte en condición necesaria de aquél. Este desarrollo social ha estado asociado «con la industrialización de la economía, el pensamiento laico y con una variante de un modelo capitalista, socialista, liberal, comunista (...). En la mayoría de los casos, desarrollo significaba occidentalización o europeización»¹².

C. Castoriadis¹³ hablando del desarrollo hace dos grandes aportaciones. Primero, señala que las nociones de desarrollo y progreso son valores específicos de occidente y plantea una contradicción interesante, en términos filosóficos. Desarrollo significa el cambio o el proceso de la potencia al acto, por lo que tendría límites naturales. Sin embargo, en occidente, en la tradición judeocristiana el infinito, es decir la

incompletitud es vivida como posibilidad. Dicho esto, la concepción de desarrollo participa de esta incompletitud y no tendría una base racional. Así como antes la figura central de la racionalidad estaba en la filosofía o en la física, ahora es la economía o sus representantes -la tecnología- quienes ocupan ese lugar central. Castoriadis señala también que esa racionalidad es una racionalidad funcional¹⁴, ya que las razones del crecimiento no tienen una base racional en tanto y en cuanto las necesidades estarían cubiertas. Por ello Castoriadis introduce el concepto de *social imaginary signification*, (s.i.s.) que son aquellos símbolos que tienen un significado que no es ni percibido (real) ni pensado (racional), como la idea de Dios, o nuestra concepción de desarrollo. Pensemos que tanto en la idea de Dios, como de la tecnología está la idea de omnipotencia; en nuestro caso, la tecnología se aplica a todo y sirve para todo. Después de calificar de casi divino al mercado, podríamos también pensar que el mercado es otro s.i.s.¹⁵.

Los años 50 y 60, son los años en que la construcción nacional y el desarrollo son vistos desde el ángulo de la modernización. Lerner estudia los estadios -urbanización, alfabetización, acceso a los medios, integración en la sociedad moderna- por los que debía pasar una sociedad tradicional antes de llegar a ser moderna, intentando comprender cómo la modernidad podía ser transmitida. Durante estos años el

¹² H. Mowlana; L.J. Wilson, *Communication, technologie et développement*, Etudes et Documents d'Information, n° 101, UNESCO, París, 1990.

¹³ Cf. J. Tomlinson, *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*, Pinter Publishers, London, 1994, p. 154 y ss.

¹⁴ De lo que se trata es de romper con una *racionalidad formal*, (en términos de búsqueda de eficiencia a través del mercado) a una *racionalidad múltiple*, que ponga el acento no tanto en esa eficiencia mercantil como en la multidimensionalidad que caracteriza a cualquier sociedad y en la multiculturalidad que se está generando mediante los procesos de globalización. Estos términos son utilizados por N. García Canclini.

¹⁵ Cf. E. Sánchez Ruíz, "La investigación sobre comunicación en tiempos neoliberales (nuevos retos y posibilidades)", Boletín ALAIC, Guadalajara, México, 1995, p. 99.

desarrollo es considerado como sinónimo de crecimiento económico, siendo el representante clásico W.W. Rostow con su teoría de los estadios que iban desde la sociedad tradicional hasta la sociedad de masas.

A mediados de los 60, numerosos investigadores desde varias disciplinas, intentaron encontrar otras explicaciones al desarrollo. Everett Hagen y D. Mc Clelland estaban de acuerdo en la importancia de la educación de los niños y niñas en la búsqueda del éxito, que así les convirtiera en empresarios, lo que a su vez autosustentaría el crecimiento. Posteriormente, el debate se sitúa en un marco mucho más amplio, hablándose de imperialismo, neocolonialismo, etc., que subrayan la desigualdad y el desequilibrio en todas las relaciones entre los países. Surge así un nuevo marco de la dependencia, especialmente trabajado por investigadores latinoamericanos.

Los años más recientes, viene marcados por una crisis de paradigma. Por un lado el pensamiento crítico sobre estas cuestiones no está bien visto y por otro existe un cierto escepticismo sobre la validez de soluciones, como el que caracteriza a Luis Peirano, de Perú, cuando señala que la búsqueda de soluciones comunicativas a nivel popular no «alcanzan una difusión suficiente como para impactar al menos en un sector de la opinión pública»¹⁶. Por otro lado, debemos señalar que las cuestiones que hoy se estudian tienen que ver o bien con las nuevas cuestiones que caracterizan la actualidad comunicativa, de tipo más o menos estructural (globalización, neoliberalismo). Pero fundamentalmente, se observa, sobre todo en Latinoamérica, un esfuerzo más cerca de la realidad y menos de los modelos¹⁷, como por ejemplo cómo utilizar las

nuevas tecnologías para el desarrollo de un determinada región.

Esta actitud coexiste con lo que H. Mowlana y L.J. Wilson llaman el modelo *monista* de emancipación¹⁸. Este modelo, supondría una reacción contra los otros dos modelos de comunicación que hasta ahora han existido -el liberal y el de tipo socialista-. Los defensores de este modelo monista, colocan el acento en la importancia de las vías de comunicación tradicionales, a las que les conceden un estatuto de igualdad con las modernas, de manera que los grandes valores culturales, religiosos y tradicionales deben ser tenidos en cuenta antes que promover cualquier cambio. Dentro de esta corriente se encuentra una amplia amalgama de movimientos que van desde la teología de la liberación en Latinoamérica, pasando por el desarrollo comunitario en Africa o los economistas islamistas¹⁹.

Hoy, con las Autopistas de la Información (AI), se asiste a una revitalización de la racionalidad formal que hace que el papel de la cultura dentro de la sociedad cambie radicalmente. Las AI suponen la sumisión real de la cultura -basta pensar en las industrias culturales- a la lógica de la valorización mercantil, siendo la rentabilidad, productividad, etc. sus indicadores. Esta sumisión real de la mercancía cultural se da a nivel internacional y supone una amenaza para la cultura y la sociedad, tanto más grave cuanto el mercado sea más reducido y tanto en cuanto la capacidad de producción simbólica sea menor. Con las autopistas de la información se vuelve a una racionalidad homogénea, originada en los países más poderosos. Surge inmediatamente la pregunta de cómo compaginar esta homogeneidad con la multiplicidad de las etnias, clases sociales, regiones, que nos caracteriza.

¹⁶ J. Marques de Melo, * Investigación en comunicación: Tendencias de la escuela latinoamericana * , Boletín del ALAIC, nº 7-8, Guadalajara, México, 1993, p. 92.

¹⁷ Cf. C. Gutiérrez Aparicio, *Comunicación y desarrollo en América Latina*, IPAL, Instituto para América Latina, Lima, Perú. Mimeografiado; y D. Portales, *La investigación económica sobre comunicación en América Latina: recuento bibliográfico, evolución y perspectivas*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales. México, 1990, DEC/D/90, p. 26.

¹⁸ H. Mowlana; L.J. Wilson, *Communication, technologie et développement*, Etudes et Documents d'Information, nº 101, UNESCO, París, 1990, p.16.

¹⁹ Cf. Syed F. Alatas, * Indigenization and Social Science: The Role of Culture in Development * , en M. Lee et al. (eds.), *Culture & Development in a New Era and in a Transforming World*, Institute for Far Eastern Studies and UNESCO, Seúl, 1994, pp.79-112.

Durante los 80, se ha pasado a considerar la dimensión cultural del desarrollo, que engloba el conjunto de factores sociales y psicológicos que concurren, con el mismo derecho que los factores económicos y técnicos a la mejora de las condiciones de vida materiales y morales, sin cambios bruscos en los modos de vida o de pensamiento. Esto tiene una consecuencia práctica, ya que en la elaboración de programas de desarrollo comienzan a tenerse en cuenta los factores culturales, que pueden representar un obstáculo o un freno al desarrollo²⁰.

Precisamente, ha tenido que cambiar el concepto de cultura que hasta los 60 estaba limitado a sus productos, o mejor a algunos de sus productos -patrimonio artístico, artes, etc.- para ir ampliando el concepto. Se llega así a la noción de desarrollo cultural y hacia mediados de los 70 a la dimensión cultural del desarrollo. En los 60, la cultura tiene un carácter accesorio, secundario respecto al objetivo central del desarrollo. Incluso, esta accesoriedad tiene carácter negativo, cuando se ve a la cultura como obstáculo. En los 80, la cultura tiene un servicio instrumental al servicio del desarrollo y, hoy, la cultura tiene un carácter global y finalista, en el que se considera que en el desarrollo son las personas y los grupos los agentes y los beneficiarios del desarrollo. Esta concepción es aún más teórica que práctica, pero al menos se va instalando en los documentos de organizaciones tales como la UNESCO. Los resultados prácticos son aún reducidos porque aún lo económico tiene un carácter central en los países del Norte como del Sur.

A iniciativa de la UNESCO, tuvo lugar en julio de 1976 una Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y en el Caribe. En esta reunión se reconoció «la necesidad de nuevas políticas nacionales que establecieran de manera soberana las prioridades y las necesidades respectivas en el campo de la circulación de mensajes»²¹. Se reconocía además la necesidad de incluir la actividad comunicacional en el desarrollo económico y

social. Esta inversión de postura es más importante de lo que parece, puesto que, además de suponer un paso, después se materializará en los grandes avances en la definición del desarrollo que tienen lugar a finales de los 80 (desarrollo humano y desarrollo sostenible).

En 1988, la UNESCO instituyó la **Década Mundial para el Desarrollo Cultural**, con el propósito de potenciar actividades que aumenten nuestro conocimiento de las relaciones entre cultura y desarrollo. De los cuatro objetivos²² que señala, el primero es fundamental, ya que es el reconocimiento de la dimensión cultural del desarrollo. Los otros tres (afirmación de las identidades culturales, extensión de la participación en la vida cultural y promoción de la cooperación en materia de cultura) pueden ser considerados como consecuencia del reconocimiento de la citada dimensión cultural.

Esta inversión significa que las personas deben tener la posibilidad de contribuir al cambio, y no únicamente de sufrirlo. Esta participación en el desarrollo nos lleva aún más lejos ya que presupone la posibilidad -aspecto técnico- de realizarla, además de la necesidad de organizarla. Posibilidad, supone que un determinado país posee los medios necesarios técnicos y la necesidad, que hace referencia a los aspectos sociales, políticos, económicos, etc., significa el reconocimiento de un proceso continuo de perfeccionamiento de la participación, o lo que es lo mismo, de la democracia.

En la concepción más amplia de desarrollo que tiene en cuenta los aspectos no económicos del desarrollo, merecen ser destacadas: El Informe de la Comisión Brundtland (1987) y el Informe anual sobre Desarrollo Humano del PNUD, que se publica desde los 90. La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, de las Naciones Unidas, presidida por Gro Harlem Brundtland, primera ministra de Noruega, presentó un informe con el título de *Nuestro futuro común*, que tomaba en consideración las condiciones del medio natural y humanas en las

²⁰ G. Carceles-Breis, *Towards a Framework of Socio-cultural Indicators for the Development Process*, Division of Studies for Development, SHS-93/WS.3, UNESCO, París, diciembre de 1992, p.2.

²¹ Informe Final, documento COM/MD/38, UNESCO, París, octubre de 1976.

²² Cf. *Rethinking Development, World Decade for Cultural Development 1988-1997*, UNESCO, París, 1994, p. 6.

actividades relacionadas con el desarrollo y que introducía un concepto nuevo: el desarrollo sostenible. Este concepto introduce una dinámica interesante porque nos habla de responder a las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones venideras. Es interesante, porque supone una ruptura con el pensamiento anterior, ya que significa una estrategia a largo plazo, que privilegia los problemas medioambientales y se ocupa de problemas relacionados con la población, la alimentación, la energía y el desarrollo urbano. Sin embargo hay que señalar que este informe a pesar de que significa un cambio de actitud fundamental, no introduce de manera explícita los valores culturales.

Por otro lado, en el primer informe sobre el *Desarrollo Humano* de 1990, se señala que lo importante es analizar de qué modo el crecimiento económico tiene o no por resultado el desarrollo humano de diferentes sociedades. El concepto de desarrollo humano, que se mejora cada año, es definido a través de una serie de indicadores entre los que están los de libertad política, igualdad de oportunidades, etc.; pero los valores culturales (creencias, costumbres, modelos de producción, de consumo, de intercambio, etc.) están ausentes. Esta ausencia no es por casualidad, ni porque su inclusión no resulte tarea fácil, sino que obedece a que este concepto de desarrollo humano está unido e inspirado por un tipo de sociedad concreto, en la que se priman un tipo de valores y no otros. Así, se ha primado un modo de organización centrado en el mercado, el individualismo, la competencia, el éxito económico, una forma de innovar relacionada con la guerra -fría o caliente-, etc. Mientras, en los países del Este se ha utilizado la planificación central, con objetivos más humanistas y sociales, y la asignación de un papel fundamental al progreso científico. En ambos modelos, lo cultural, la diferencia, lo plural, han estado excluidos.

La definición que nosotros aceptemos de desarrollo debe tener en cuenta todos los progresos parciales que se realicen (desarrollo sostenible y desarrollo humano). Sin embargo, si hubiéramos de calificar el desarrollo, debiéramos hacerlo con el adjetivo de cultural, porque la dimensión cultural incluye las anteriores. ¿Qué más netamente humano que la cultura y la comunicación, que es la esencia, lo que define y caracteriza al ser humano que vive en comunidad y que se relaciona con su medio ambiente? ¿Qué mejor que la cultura para explicar la intergeneracionalidad, en la que, de manera dinámica, a través de la comunicación, se transmiten los lenguajes, las creencias y los valores de nuestra sociedad?

En otras palabras, las creencias, los cultos, los ritos, constituyen el trasfondo de las vivencias culturales de los pueblos y fundamentan una visión del mundo, y en especial una relación con el pasado y con el futuro. Por otro lado, la naturaleza es, junto a las creencias, un elemento fundamental en la constitución de la cultura, puesto que las tradiciones de cada comunidad incluyen concepciones del medio ambiente heredadas y transmitidas de generación a generación, por ejemplo a través de los mitos. Muchos de estos mitos, surgen de la visión o relación que los grupos han tenido con la naturaleza, de forma que observamos que muchos mitos encarnan una parte de la naturaleza, o lo que es muy corriente, habitan en algún elemento de ella. Para muchas tribus africanas, los árboles son elementos a respetar, ya que además de ser considerados como fuente de alimento y de materia prima, se le asocia con la propiedad. Si el árbol es morada de los espíritus como para los *sereres* del Senegal indudablemente va a implicar que éstos se relacionen con aquellos de manera especial.

SOBRE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO. UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL. EL NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN (NOMIC)

No se trata aquí de hacer una historia de la génesis, evolución y paso al olvido institucional del NOMIC²³, para lo cual existen múltiples e interesantes análisis. No obstante, el mirar hacia atrás nos permite extraer algunas conclusiones.

El surgimiento de cien nuevas naciones desde el final de la segunda guerra mundial, que representaban los 2/3 de la humanidad, constituyó un hecho fundamental para entender cualquier proceso económico, político o comunicativo, a nivel internacional. Los movimientos anticoloniales de liberación nacional concedieron una importancia cada vez mayor a los temas referidos a la comunicación y a la información. Los canales de comunicación y los mensajes forman parte de la estructura de dominación en la misma medida que las fuerzas armadas y la estructura económica y financiera internacional.

Los EE.UU. comprendieron la importancia del control de las comunicaciones y en breve plazo se hicieron con el control de la industria de satélites. Además de meta de expansión económica y comercial en sí, la industria de la comunicación allanaba el camino de la expansión económica más general, y el *free flow* se convertía en un imperativo ético a la vez que en arma ideológica efectiva contra la Unión Soviética y su zona de influencia, ya que la libre circulación de la información y, más aún, la premisa fundamental de la libre empresa, se oponía a aquellas sociedades que habían elegido la planificación central.

Desde el principio, la UNESCO hizo de la libre circulación uno de sus temas prioritarios a través de la iniciativa tomada por la delegación

norteamericana al fundar en 1946 una Subcomisión sobre la libertad de información, dentro de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU. En 1948 se celebró en Ginebra la conferencia de la ONU sobre la libertad de información.

A finales de los 60 y de los 70, se observó una nueva actitud con respecto a la doctrina de la libre circulación, en parte como reacción a la invasión de los productores de contenidos culturales norteamericanos, empezándose a hablar de soberanía nacional, autonomía cultural, imperialismo cultural, etc. En 1969, en la ONU, se constituyó el grupo de trabajo sobre la transmisión directa vía satélite. Sobre este particular, la UNESCO, en 1972, animaba a que los Estados promoviesen acuerdos con otros Estados. Sin embargo, a pesar de que se proclamaba el principio de libertad de información, las reacciones del sector privado de las comunicaciones en EE.UU. fueron hostiles, argumentando que los acuerdos significaban la censura, puesto que permitían que cada nación hiciera acuerdos previos respecto al carácter de las transmisiones. Una vez más se ve el carácter insolidario estadounidense para con los países en vías de desarrollo.

El NOMIC es el corolario del NOEI demandado por los Países No Alineados (PNA). La unión entre el NOEI y el NOMIC era clara porque la producción de los equipos (satélites, aparatos, etc.), las redes de transmisión y los programas, están en manos del Norte, por lo que lo industrial no puede ser analizado al margen de los contenidos. Con el NOMIC, se quería transformar la visión distorsionada de los países del Sur ofrecida por los del Norte, ya que las noticias

²³ Cf. J.C. Miguel, «Sobre comunicación y desarrollo. Una perspectiva internacional. El NOMIC», en *Afinidades*, n° 5, UPV, Bilbao, pp. 7-24.

que acostumbramos a ver u oír de los países en vías de desarrollo tiene un carácter discontinuo y aislado, al ofrecerse la noticia -muchas veces catastrófica-, sin que existan periódicos análisis anteriores ni posteriores.

El origen del NOMIC hay que buscarlo en la misma lógica de búsqueda de una mayor equidad que en el Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), aparecido en 1974. El NOMIC surge por primera vez en Túnez, con ocasión de un simposio de los países no alineados sobre información, en marzo de 1976 y se oficializa en la Conferencia General de Nairobi, en 1976. Este mismo año, la UNESCO encargó a su Director General que procediera a un examen general de los problemas relativos a la comunicación en la sociedad contemporánea, a la luz de los progresos tecnológicos y de la evolución creciente de las relaciones mundiales en toda su complejidad y actitud. En esta línea, se creó en 1977 la Comisión MacBride, compuesta por 16 personalidades de distintos países, presididos por Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional, para que realizara un informe sobre dicha tarea, que puede ser resumido en 11 puntos:

- «1. La eliminación de desigualdades y desequilibrios en el campo de la información y de la comunicación.
2. La eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados y de las concentraciones de medios.
3. El desplazamiento de los obstáculos internos y externos que se oponen a una circulación más libre y una más amplia y equilibrada difusión de informaciones e ideas.
4. La promoción de la pluralidad de fuentes y canales de información.
5. La promoción de la libertad de prensa e información.
6. La libertad para los profesionales de los medios de comunicación.

7. La autocapacidad de los países en desarrollo para mejorar sus propias situaciones, en lo que respecta a equipos propios, capacitación personal, recuperación de infraestructuras, además de orientar los medios hacia las necesidades y aspiraciones propias.

8. El compromiso por parte de los países desarrollados para ayudar a conseguir estos objetivos.

9. 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.

10. El respeto al derecho de todos los pueblos para participar en el intercambio internacional de información, en base a la igualdad, la justicia y el beneficio mutuo.

11. 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 de los flujos de información»²⁴.

El NOMIC, que intenta romper con la asimetría o dominio casi total de la información y de la comunicación por los países del Norte, implicaba un desafío a los países del Tercer Mundo ya que los flujos de información y la reducción de los desequilibrios en materia informativa debe tener su equivalente también en el interior de las naciones. Ha supuesto la creación de un marco de análisis conceptual que constituye el punto de partida de análisis e investigaciones más puntuales.

El informe suscitó un importante número de críticas *desde dentro*. Para los países del Tercer Mundo, el informe MacBride fue considerado predominantemente descriptivo y ofrecía pocas novedades desde el punto de vista de la reflexión teórica. No describía con claridad la génesis de los desequilibrios comunicativos y eran escasas las propuestas sobre la manera de avanzar en la constitución del NOMIC, o sobre las formas de impulsar las políticas nacionales de

²⁴ OIP, *International Information and Communication Order*, OIP, Praga, 1986, citado en M. Murciano, «Los medios de comunicación internacionales y el Tercer Mundo», en AA.VV., *Cooperación pública vasca*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Gasteiz, 1993, pp. 212-213.

comunicación. Tampoco analizaba el impacto de las nuevas tecnologías en los sistemas de comunicación. Desde fuera suscitó vivas reacciones, ya que se le reprochó haber ido demasiado lejos en la denuncia de la concentración de la producción y del control de la información de los países industrializados, mientras que a los países del Sur les decepcionó debido a su generalidad, a la no profundización en la génesis y en las causas del desequilibrio.

Otra crítica importante es el total olvido del papel de la mujer. Así, la Comisión MacBride compuesta por 16 miembros únicamente incluyó una mujer, y eso para sustituir a uno de los miembros que había caído enfermo. Además, el informe únicamente menciona a las mujeres en dos de sus páginas y en una de las 82 recomendaciones de que consta el informe.

1980 supone un punto de inflexión fundamental, porque, a pesar de las críticas, el Informe McBride es el punto de convergencia de múltiples estudios y de grandes discusiones en torno a una gran variedad de cuestiones sobre la comunicación, de forma que se transforma en la síntesis del NOMIC, convirtiéndose por tanto en obligada referencia para quienes se interesen en la comunicación internacional y, más en particular, para quienes quieran estudiar las cuestiones relacionadas con el título de este cuaderno.

El informe MacBride marca también el inicio de una fase de oscurecimiento y de progresivo olvido del fuerte movimiento reivindicativo que supuso el NOMIC, como consecuencia de una multitud de factores. Además la falta de cooperación Sur/Sur puede en parte ser explicada por la gran heterogeneidad de situaciones entre los países en vías de desarrollo, que en muchas ocasiones les lleva a primar las relaciones con países del Norte, como en el caso del satélite, puesto que sólo estos últimos países disponen de la tecnología y del personal humano necesario.

Otra de las consecuencias del Informe MacBride es la aprobación del PIDC (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación),

que fue creado en Belgrado en 1980, con el objetivo de aumentar la cooperación y la ayuda en favor del desarrollo de las infraestructuras de comunicación y de reducir la distancia entre los países en el campo de la comunicación, para así mejor cumplir el propósito del NOMIC de asegurar una mejor circulación y una mejor difusión de la información y de garantizar la diversidad de fuentes y el libre acceso a la información. Sin embargo esta aproximación inaugura una aproximación menos global, menos estructural.

Un objetivo del NOMIC era dotar de infraestructuras a los países más desfavorecidos para así poder tener acceso a su propia información. En el texto del tercer Plan a medio plazo de la UNESCO, correspondiente al 1990-1995, se subraya que el PIDC está llamado a ser el principal instrumento del desarrollo de las infraestructuras de la comunicación en los países en vías de desarrollo, así como de la formación de los recursos humanos que deban asegurar el funcionamiento de dichas estructuras. De 1982 a 1989 se han financiado 350 proyectos por un valor de 15.349.500 dólares. Con ello se pretende aumentar la capacidad endógena de los individuos y de los grupos de recibir y de transmitir la información y promover la libre circulación de la información a nivel internacional y a nivel nacional, así como la difusión más amplia y mejor equilibrada de noticias y de productos culturales. Sin embargo, la crítica más fundamental que se puede hacer es la enorme desproporción entre el discurso ideológico maximalista y la debilidad de los medios colocados en juego. La investigadora Yvonne Mignot Lefevre, señalaba que el programa PIDC para el ejercicio 1984/85 ascendía a 2.900 millones de dólares, mientras que la cifra de ventas de IBM era en 1985 de 50.000 millones.

Desde su génesis, los EE.UU. han asociado NOMIC con control gubernamental de los medios. Cada vez que desde el NOMIC se reclamaba un menor desequilibrio los EE.UU. lo interpretaban como un atentado contra el *free flow*, viendo en ello una gubernamentalización de la comunicación²⁵, contraponiendo la

²⁵ C. Roach, « Los EE.UU. y el Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación », *Telos* 16, Madrid, dic-feb. 1989.

doctrina del *free flow*, atacando a la UNESCO como defensora partidista de los países del Tercer Mundo. La retirada²⁶ de los EE.UU. de la UNESCO, supuso la puntilla al NOMIC, además de una reducción del presupuesto de UNESCO en un 25% (30% si se añade la salida de Gran Bretaña y Singapur, un año después, en 1985). Por otro lado, el comienzo de la *glasnot* a mediados de los 80, supuso que buena parte de la actividad diplomática soviética exterior quedase reducida ante los problemas internos y significaba un nuevo rumbo en las relaciones de enfrentamiento tradicionales entre bloques. La salida de la UNESCO obedece no tanto a las razones que haya podido explicitar EE.UU. (mala gestión, incapacidad de la UNESCO de utilizar los medios de comunicación para promover el

espíritu del mundo libre), como al hecho de que no había paridad entre su aportación financiera y el control político que podía ejercer.

El nombramiento de Federico Mayor Zaragoza como Director General de la UNESCO supuso una vuelta al principio, por cuanto se vuelve a subrayar el papel que debe realizar la UNESCO en relación a la defensa de la libertad de información *-free flow-*. Por ello se insiste en promover el fundamental principio de la libertad de prensa y contribuir a las transformaciones de las legislaciones sobre medios de comunicación dentro de un marco democrático²⁷. Incluso el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación debe estar orientado a ese objetivo.

²⁶ Las relaciones de EE.UU. con la UNESCO han sido complejas y muy tirantes desde el principio. Sobre este particular hay que dar la bienvenida a un reciente artículo de G. Archobald, "Les Etats-Unis à l' UNESCO (1944-1963)", en *Relations Internationales*, nº 76, París, invierno de 1993, pp. 385-397.

²⁷ En 1991 tuvo lugar el Seminario para la promoción de una prensa africana independiente y pluralista, organizada por la UNESCO y la ONU en Windhoek, Namibia. Es por ello que la defensa de una prensa libre, independiente y plural como factor esencial para el desarrollo de una sociedad democrática y como factor de desarrollo económico, se conoce con el nombre de Declaración de Windhoek.

DEMOCRACIA Y COMUNICACION. EL DERECHO A COMUNICAR

M. Sénécal, discípulo de A. Mattelart, analiza las relaciones entre la democracia y la comunicación y distingue tres lógicas²⁸. La lógica mercantil, sustentada en el ataque a la intervención del Estado y en la defensa a ultranza del papel regulador del mercado. En el otro extremo, tendríamos la lógica estatal o institucional. La tercera lógica es la de los movimientos sociales, en la que la comunicación es un elemento de cambio.

Esta triple lógica coexiste dentro de los distintos Estados, con pesos diferentes, pudiéndose asociar a cada una de las lógicas un sector y un poder estructurante. Así, cuando hablamos de actores de la comunicación o de polos, distinguimos los medios públicos y los privados y junto a ellos, los denominados medios comunitarios, que adoptan muchas formas: radios comunitarias²⁹, radios libres, etc. y que no se asocian tanto con la propiedad pública o privada como por sus objetivos, lejos de toda racionalidad o rentabilización económica o política y cerca de la social.

En la historia reciente estas tres lógicas comunicativas han coexistido y podemos caracterizar distintos períodos, según las distintas industrias culturales, dependiendo de cual sea la lógica predominante. Así, en la televisión hasta mediados de los 80 ha predominado la lógica estatal de propiedad de los medios públicos en la que la masiva intervención estatal que caracterizaba al Estado del bienestar estaba justificada por la búsqueda de objetivos sociales, materializados

en instituciones como el servicio público³⁰. Hoy, sin embargo, vemos cómo se va instalando la lógica mercantil, no sólo porque las nuevas televisiones son privadas sino porque han potenciado la crisis de legitimidad de la actuación de las televisiones públicas, que no han sabido encontrar y actualizar el concepto sobre el que se ha basado el desarrollo de la televisión en Europa. También habría que citar el papel de Estados Unidos, porque el resto del mundo ha importado el modelo allí imperante: televisiones privadas y una televisión pública marginal y marginada.

La tercera lógica que hemos mencionado ha estado presente desde su inicio, aunque de manera marginal, y hace referencia a la búsqueda de mayor participación, de acceso a la comunicación, de democratización, de libertad real de expresión de las minorías, y colectivos que normalmente son excluidos de las industrias culturales. Esto, que lo vemos a diario en nuestras sociedades, tiene su equivalente a nivel internacional en los países en vías de desarrollo. Estos **encuentran una dificultad añadida**, ya que mientras en aquellos, hoy, la lógica institucional apoya a la lógica mercantil, en los países en vías de desarrollo ambas lógicas rivalizan, creando tensiones añadidas, de forma que los medios se debaten entre al **imposibilidad** de creación de medios privados autosuficientes -al ser la publicidad muy reducida- a la vez que luchar contra la burocracia y el poder político, a menudo absolutista, como en muchos países de África³¹.

²⁸ M. Sénécal, *L'espace médiatique*, Liber, Montreal, 1995, p.18 y siguientes.

²⁹ Los medios comunitarios son definidos por su marco de acción: el espacio local o regional y tienen como protagonistas los marginados de la sociedad por los medios de comunicación. Cf. Sénécal, op. cit. p. 200.

³⁰ Ver también el artículo, ya clásico de P. Musso, "La télévision du futur: du sablier au réseau", en *Médiaspouvoirs* n° 33, París, 1 trim. de 1994, pp. 27-38.

³¹ Cf. D. Senghor, "Sauvegarder le pluralisme radiophonique", *Radio Actions*, n° 3, Dakar, Senegal, junio 1995, pp. 3-4. Ver también A.J. Tudesq, *Feuilles d'Afrique*, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Talence, 1995.

Muchas son las libertades que se reconocen, constitucionalmente, en los países democráticos. Sin embargo estas libertades -de expresión, de información, de comunicar, etc.- encuentran grandes dificultades cuando se trata de que puedan ser realmente ejercidas. Antes hemos hablado de varias lógicas, pues bien, estas libertades son proclamadas por los actores de cada una de las lógicas señaladas, cada uno de ellos buscando su propia legitimación. Esto es especialmente cierto, ya que «la información es no solamente el ejercicio de un derecho, una libertad individual, condición de todas las libertades; tampoco es únicamente un instrumento de acción política. La información ha llegado a ser, en la sociedad industrial, el instrumento de todo desarrollo cultural y económico»³².

A finales de los 70 se comenzó a hablar del derecho a la comunicación, después de ver que cada vez más la libertad de información tiene carácter individual, y después de caracterizar la situación existente como de un desequilibrio en la producción y difusión de la información a todos los niveles y no únicamente en los países en vías de desarrollo. Aunque el derecho a la comunicación es algo abstracto, quiere ser una alternativa, una complementariedad a la libertad de información que únicamente unos pocos pueden disfrutar, que son aquellos que poseen medios para difundir contenidos. Tiene además un carácter activo, en oposición al derecho pasivo a ser informado.

³² C. F. Terrou, *L'information*, Presses Universitaires de France, París, 1968, p. 69.

GLOBALIZACION

Aunque la internacionalización no es una cosa nueva, se ha generalizado el uso de términos -globalización, sociedad de la información- que se utilizan para describir una realidad, por el mero hecho de ser nombrados, cuando lo importante es describirla. A pesar de la generalización de estos términos, no existe aún un consenso tan global sobre su significado, como para no pararnos a realizar algunas precisiones.

Existe una interrelación entre la internacionalización de las industrias de la comunicación e información³³, tanto de materiales (hardware) como de contenidos -telecomunicaciones, industrias culturales, software, etc.- y el resto de las industrias. Primero, porque la propia industria de la comunicación e información se internacionaliza (la televisión, las bases de datos, etc.) y porque además la internacionalización de las industrias se apoya en la internacionalización de las industrias de la comunicación e información³⁴. Es común señalar que el impulso internacionalizador lo han dado los bancos e instituciones financieras.

La industria de materiales (hardware), redes -telecomunicaciones-, de contenidos -industrias culturales, software informático, bases de datos, etc.- son industrias que experimentan una tasa

de crecimiento actual y esperado por encima de las expectativas medias de la economía. Además, podemos decir que este crecimiento induce un crecimiento en el resto, de forma que aparece como algo mágico, ya que el crecimiento de estas tres industrias en creciente interrelación, implica aumentos en la competitividad y productividad del resto de las empresas. A la vez que hay un comercio cada vez más mundializado de equipamientos de telecomunicaciones (conmutación, transmisión, terminales, etc.) y de servicios, las empresas multinacionales utilizan cada vez más las conexiones especializadas y se apoyan sobre estos servicios para internacionalizarse³⁵.

N.G. Canclini distingue tres grandes circuitos por donde circula la cultura: la cultura histórico-territorial -visible en el patrimonio histórico, las artes clásicas y la cultura popular-, los circuitos de comunicación masiva -que coinciden con las industrias culturales-, y las redes selectivas de información (satélite, fax, móviles, internet, etc.). Esta distinción nos sirve para ver que la transnacionalización y los cambios son mayores en este último circuito y en alguna parcela de las industrias culturales, especialmente, la televisión.

³³ A pesar de las apariencias, resulta difícil establecer las fronteras y los campos constituyentes de estas industrias y más aún en un momento en que existe una convergencia entre industrias. Parte de la confusión procede del hecho de que en inglés el término *information* tiene más que ver con la informática y las bases de datos, mientras que en Europa, el término información se asocia con los medios de comunicación, o con los contenidos. Además el término información se emplea en la actualidad para nombrar muchas de las actividades constituyentes del sector servicios. Aquí, usaremos el término información en referencia a todo tipo de datos (simbólicos o no) cualquiera que sea su soporte (material o no) y cualesquiera que sea su destino (profesional, ocio, institucional), etc.

³⁴ G. Tremblay muestra que al multiplicarse el número de canales de difusión, surge una tensión derivada de la necesidad de dotarles de contenidos. Cf. *Globalisation et diversité culturelle*, en AA.VV., *Communication et développement international*, Presses Universitaires de Quebec, Montreal, 1996, p. 127.

³⁵ El mercado mundial de telecomunicaciones representa el 2,25% del PIB mundial, y las previsiones para 1995 son de 545,5 millardos de dólares, de los cuales el 82% (449 millardos) corresponde a servicios, siendo el resto (97 millardos) los materiales. Cf. *Les télécoms dépassées par l'informatique en l'an 2000*, Les Echos, París, 21-4-1995.

Muchas son las palabras utilizadas como sinónimos de globalización: mundialización, multinacionalización, transnacionalización, internacionalización, Tríada, así como otras más recientes y que subrayan el incremento de redes de todo tipo a la vez que nuevas relaciones espacio-temporales: cibereconomía o economía virtual, que toman en cuenta la desmaterialización creciente de los intercambios³⁶.

Se puede definir la globalización como una nueva fase en la internacionalización que coloca en dependencia recíproca a las firmas y a las naciones en grados sin precedentes en el pasado. Esta nueva fase comienza en los años 80 y debe ser vista como una aceleración del proceso anterior y que posee tres características originales: la globalización financiera, la desregulación de redes (como el transporte aéreo y las telecomunicaciones) y el fin de la hegemonía del modelo americano en la organización de empresas.

La globalización según B. Lanvin viene después de la internacionalización y de la transnacionalización y «está caracterizada por la multiplicación de alianzas entre las empresas, por el surgimiento de nuevos tipos de organizaciones industriales que se articulan en torno al concepto de red y la información como producción estratégica»³⁷. Esta definición es interesante ya que subraya el papel de las empresas como actores-agentes globales fundamentales, pero para ser más completa debiera tomar en cuenta el papel del Estado, ya que es un sector en plena transformación (neoregulación, aparición de acuerdos regionales, etc.). De esta definición debemos retener que la multiplicación de alianzas intersectorial y con carácter mundial es a la vez consecuencia y causa de la globalización.

El grupo de Lisboa señala que no existe un modelo único de mundialización, diferenciando siete categorías o formas de mundialización. Estas categorías van desde de las finanzas y el capital hasta la mundialización de las percepciones, es decir de la toma de conciencia de esta mundialización. Este esquema es interesante ya que tiene en cuenta no solamente las estrategias en la esfera económica (finanzas, empresas, tecnología), sino también las de los Estados (mundialización de las reglamentaciones), sociedades, así como las de los modos de vida e incluso la percepción que los ciudadanos poseen de la mundialización de su interiorización, factor clave (cultura)³⁸. Esta aproximación holística (globalizante) es pertinente para estudiar la globalización.

Es preciso señalar que este concepto ha sido utilizado al principio por los comunicólogos. Hoy en día, la comunicación está también en la base de la mundialización. Como señala A. Mattelart «la entrada de lo global en la representación del mundo a través de la comunicación data, de hecho, del final de los años sesenta»³⁹. Pero en aquel entonces el concepto global era el adjetivo que calificaba un nombre, ya fuera el de *aldea* -aldea global-, en el caso de Mac-Luhann, ya fuera el de *ciudad (ville)* -ciudad global-, en el caso de Brzezinski. La primera vez que se utilizó el adjetivo global fue utilizado por los dos autores citados de diferente forma, una muy positiva (Mac Luhann) y en la otra en la que las amenazas de aislamiento, soledad, etc. estaban más presentes.

El término *aldea* es utilizado también por el grupo de Lisboa para señalar que no existe una aldea planetaria sino varias, lo que subraya una vez más la necesidad de privilegiar la multiplicidad más que la unidad. Ahora el término global

³⁶ La cibereconomía «se caracteriza por una globalización y una integración mundial y por un crecimiento de las tecnologías de la información y de la desreglamentación». Ph. Quéau, "Qui contrôlera la cyberéconomie", Le Monde Diplomatique, París, febrero, 1995.

³⁷ B. Lanvin, *L'Europe dans la nouvelle donne globale de l'information*, dans rapport de la Fondation IDATE, Commerce international et télécommunications, IDATE, Montpellier, 1992, p. 15.

³⁸ Cf. Groupe de Lisbonne, *Limites à la compétitivité*, Boréal, Québec, 1995, pp 52-61.

³⁹ A. Mattelart habla de Marshall Mc Luhan (*War and Peace in the Global Village*) et Z. Brzezinski (*Between Two Ages. America's Role in the Technonronic Era*), los dos de 1969. Cf. A. Mattelart, *Les nouveaux scénarios de la communication internationale*, Conférence à l'occasion de la remise des VI prix à la recherche sur la communication sociale, Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, 1994, p.11.

se utiliza como un nombre -globalización- que no califica nada y que a pesar de las apariencias no tiene un estatuto. Incluso si viene acompañado de una palabra como economía (economía global), no hace sino prolongar la indefinición que le caracteriza en la actualidad.

La crítica que se puede hacer a la globalización no es una crítica al concepto, al proceso, a la realidad, a lo que significa, sino a su utilización, o mejor, a la ideologización y a su utilización banal. Ideologización porque se utiliza como si tuviera su propia autonomía y un carácter determinista sobre el que no puede cuestionarse su origen. Este carácter determinista se ha proyectado hacia el futuro, el cual está también caracterizado por la globalidad, de forma que no se puede sino aceptar el proceso. Aceptar el proceso significa que lo único que se puede hacer es acomodarse a él considerándolo como algo exterior a la sociedad misma.

La globalización y otros términos contemporáneos -convergencia, sociedad de la información, interactividad, etc.- se han revelado movilizados⁴⁰, siendo utilizados tanto por las empresas como por las administraciones. Como afirma R. Petrella, «existen palabras mágicas que captan la imaginación de los investigadores, por no hablar de la imaginación y del amor de los productores y vendedores de herramientas: interactividad, accesibilidad (...)»⁴¹, pero como este autor señala, la realidad es otra. Se puede mostrar una contradicción: si el teléfono es interactivo, un aumento de su uso significa un aumento de la interactividad, y como son las empresas las que utilizan más el teléfono, son ellas las que más practican la interactividad.

El término globalización, sin insertarlo en la historia, sin verlo como proceso, no tiene en

cuenta la complejidad que caracteriza cada vez más el mundo. Como señala A. Mattelart, «el término disimula la complejidad del nuevo orden mundial más que la revela»⁴². Una buena definición de globalización es que es un conjunto (la globalidad) de problemas que caracterizan la época o etapa actual teniendo todos estos problemas una dimensión mundial. La globalidad de problemas implica una aproximación global (holística) ya que cada vez más es imposible separar las consideraciones sociales, políticas, económicas, tecnológicas, etc. Se habla de un conjunto de problemas en la convicción de que su estudio va a ayudar a su resolución. Por el contrario, quedarse en la abstracción, en la generalización, implica ante todo no analizar el proceso y por tanto no luchar contra los problemas que puedan estar presentes.

La complejización aparece a través de la multiplicación de interrelaciones entre las actividades y los mercados, multiplicación de productos, de actores, nuevo rol del Estado, etc. Esta complejización puede ser resumida a través del hecho de que las nuevas situaciones se suman a las ya existentes. En efecto, si se considera la televisión, a las televisiones generalistas vía hertziana, satélite, etc., vienen a sumarse el vídeo a la demanda, las televisiones temáticas y otros servicios relacionados con el audiovisual, de manera que los modos de pago también coexistirán (publicidad, pago por paquetes, mensual, pago a la unidad, etc.). Esta coexistencia que puede desaparecer en el futuro lejano caracteriza al menos el futuro próximo, y constituye la parte menos estudiada.

Entre lo local y lo global se encuentran los Estados-naciones, siendo necesario no caer en la tentación de pensar que lo global se opone a lo local⁴³ como sustituyéndolo, sino lo contrario,

⁴⁰ E. Neveu habla de *mitemas*, para dar cuenta de cinco promesas (abundancia, democratización, autonomía de los individuos, mundialización y contracción del espacio-tiempo), que estarían articuladas en los discursos y que conjuntamente constituirían un mito: el de la sociedad de la comunicación. Cf. *Une société de communication*, Montchrestien, París, 1994, pp. 53-71.

⁴¹ R. Petrella, «Identités et communautés: la recherche de sens», dans C. Bélisle (Coord.) *Communication et nouvelles technologies*, Programme Rhône-Alpes pluriannuel de recherches en sciences humaines, Lyon, octobre 1993, p. 34.

⁴² Cf. A. Mattelart, *La communication-monde*, La Découverte, París, 1993, p. 11.

⁴³ Cf. M. Wolf, «Los medios de comunicación en la estructuración de la identidad colectiva», *Comunicación Social y tendencias 1995*, Ed. Fundesco, Madrid, 1995, pp. 195-198. Petrella al referirse a los diferentes espacios hace la distinción entre la ciudad, la región, El Estado-nación, el continente y el mundo y señala que ya no están como antes

los tres niveles se entremezclan. Lo nacional es todavía fundamental ya que muchos procesos sociales y económicos no pueden ser estudiados fuera de este nivel. En el nivel local continúa todavía siendo verdaderamente importante la regulación y reproducción social a través de entidades como la familia, la educación, etc. Es verdad que estos tres niveles han cambiado y continúan haciéndolo. Sobre todo no es preciso pensar lo global, ni lo local o nacional como entidades separadas. Si se piensa en términos de sistema, teniendo en cuenta estos tres niveles, nos permitirá pensar en unas unidades más importantes que otras, lo que significa que estas unidades -hegemónicas o dominantes según la terminología de M. Beaud⁴⁴- tienen un poder estructurante más importante que las otras y, sobre todo, una más grande autonomía para organizar su propia reproducción. Después de estos jefes de fila que pueden ser identificados, por ejemplo con el Grupo de los siete (G7), existe un *continuum* que va hasta las naciones con una mínima capacidad estructurante. Esta aproximación es interesante porque nos permite también pensar en la capacidad de estructura-

ción de las grandes empresas y secundariamente la menor de las más pequeñas.

Surge un problema: los Estados ven reducido su poder de implementar políticas, como consecuencia de la globalización, ya que los espacios industriales, económicos y financieros no coinciden con los espacios territoriales sobre los que los Estados actúan. Además, la aparición de otras formas supraestatales de organización, con atribuciones crecientes en lo económico, político, etc., implica una contradicción principal: ahora que los impactos de las tecnologías de la información son mayores y más rápidos, las dificultades de influir sobre las consecuencias (los retos) son mayores. Eso significa que habrá que buscar nuevas formas de control del uso de estas tecnologías a través de la coordinación entre varias políticas (cultural, industrial, económica) y eso a nivel mundial. Además, resulta claro que muchos de los organismos internacionales hoy existentes nacieron para solucionar otro tipo de problemas muy distintos, de los que ahora estamos empezando a vivir.

alrededor del Estado-nación y organizadas de manera lineal porque « la ciudad llega a ser mundial, el mundo está en la ciudad, el continente está en la ciudad, la ciudad en el continente y la nación está en el mundo », en R. Petrella, « Identités et communautés: la recherche de sens », dans C. Bélisle (Coords.) *Communication et nouvelles technologies*, Programme Rhône-Alpes pluriannuel de recherches en sciences humaines, Lyon, octobre 1993, p.38. Esto nos hace pensar que los diversos niveles -local, regional, internacional, etc.- se parecen más a un *cubo de Rubick* multidimensional que a las muñecas rusas.

⁴⁴ Cf. M. Beaud, *L'économie mondiale dans les années 80*, La Découverte, París, 1989.

LAS AUTOPISTAS DE LA INFORMACION.

LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION: EL NUEVO PARADIGMA

Existe un amplio consenso en torno a que las tecnologías de la información, con capacidades nuevas (compresión, numerización y mayor potencia informática) o a través de la generalización de otras no tan nuevas (cable, satélite), impactan en todos los ámbitos que puedan ser considerados (social, cultural, económico, ético, político). Otra cara de ese consenso es que por Sociedad de la Información, se entiende una economía global, de creciente complejidad e interdependencia. También se usa para describir un sistema económico en el cual la información es producida y vendida⁴⁵.

Hay que señalar que esto es parte de un proceso, que comienza en los 70 y en el que hoy estaríamos en una etapa en la que se inicia una cierta familiarización con la informática. En otras palabras, las Autopistas de la Información, no eran concebibles hace 15 años, antes de la popularización del ordenador personal, aunque ya existían redes, como Arpanet -verdadero antecedente de Internet-. Por otro lado, no debemos olvidar que el relanzamiento del concepto de las AI es consecuencia de un intento del gobierno norteamericano de relanzar su economía, después de la constatación de la pérdida de competitividad en sectores tan importantes como la microelectrónica y la informática, en las que EE.UU. había sido, hasta hacía poco, el líder.

Se habla de sociedad posmoderna, tardo-capitalista, posindustrial, compleja, de servicios, de la información, de edad informacional, de computopía, de Mikrópolis, Antípolis, Telépolis, Autopistas de la Información, etc. Esta multiplicación de adjetivos y de prefijos no es simplemente una cuestión nominalista, sino que es

el síntoma del impasse teórico en el que nos encontramos hoy.

Es desde la economía en que generalmente se aborda la Sociedad de la Información. Machlup, Bell y Porat mostraban cómo es cada vez mayor la proporción de personas empleadas en tareas relacionadas con la producción, almacenamiento y distribución de información. A partir de este enfoque evolucionista, se llega a la caracterización de Sociedad de la Información, de la misma manera que antes se hablaba de sociedad agrícola o industrial, atendiendo al mayor porcentaje de personas que trabajan en un determinado sector.

Por otro lado, los proyectos relativos a la Sociedad de la Información (informes Bangemann, Gore, etc.) deben ser entendidos dentro de un contexto de política industrial o económica, que intenta aumentar la competitividad y que considera a ciertos sectores (la informática y las telecomunicaciones) las nuevas industrias estratégicas. Estos informes señalan los importantes cambios de las formas en que se trabaja, se vive e interactúa. También las nuevas tecnologías de la información influyen en el concepto de arte, no sólo porque se utilizan distintos materiales y técnicas, sino porque cambian las relaciones entre arte e industria, cambiando incluso los usos sociales del arte. Asimismo influyen en la conformación de los espacios, siendo posible imaginar distintos impactos (simple recomposición de las ciudades, ciudades polinucleares, negación de las ciudades -antípolis-, etc.).

La misma organización del trabajo se ve influida. Algunos nuevos soportes, como el CD-rom, reclaman nuevas formas de organización del trabajo más flexibles (neofordista o toyotista).

⁴⁵ Cf. M. Castells, "La sociedad de la información: diez tesis", Temas para el debate, nº 5, Madrid, 1995, pp. 64-68.

Además, en las industrias culturales hay una tendencia a la emergencia de equipos colectivos, dentro de los que aparecen nuevos oficios -guionista interactivo, grafista multimedia, etc.-, lo que a su vez dificulta la remuneración a los poseedores de los derechos de autor. Esta dificultad es aún mayor, como consecuencia de la globalización económica que caracteriza la etapa actual.

En el discurso sobre las AI se subraya el papel del mercado como organizador tanto de las infraestructuras de redes, como de la de materiales y como la de contenidos. El *mercado-centrismo* debe analizarse como una ideología porque desvía la atención acerca de la necesidad de organizar administraciones autónomas independientes capaces de gestionar y regular los cambios, como en el caso del Consejo Superior del Audiovisual francés, o el CRTC canadiense. Hasta hace poco ha sido incapaz, y sigue siéndolo, de organizar y regular la investigación, que se realiza fuera del mercado. Tampoco los derechos de autor, copyrights, etc., que deben ser solucionados mediante negociaciones. Una idea fundamentalista del mercado no permite entender el lobbying, sino como algo atípico, aun cuando está institucionalizado, como por ejemplo en la Unión Europea, en la que Estados, naciones sin Estado, empresas, organismos y asociaciones intentan ejercer su influencia desde el inicio de los procesos de deliberación. Tampoco garantiza el derecho a la comunicación.

H.I. Schiller denuncia la aparatosa bienvenida con que se saluda la aparición de innovaciones -en particular las AI- y la rapidez con que las empresas absorben sus innovaciones con fines mercantiles⁴⁶. Antes, en otro libro⁴⁷, denunciaba el incremento de la comercialización de la información, acompañada de una disminución de la información transmitida por la administraciones. Por eso, podemos calificar de cinismo muchos discursos sobre las AI, cuando señalan un incremento de las relaciones con los gobiernos y las

administraciones, ya que «está por ver si el cada vez más poderoso sector de la información comercial toleraría que las instituciones públicas adquirieran un papel más relevante. En los últimos años se han producido cambios sobre todo en sentido contrario, destacando cada vez más el productor de información privada en detrimento del público. En relación a lo público y lo privado, debemos pensar en que estamos ante un nuevo modelo de coexistencia-cooperación-confrontación de los público y de lo privado. La justificación de que sea nuevo radica en que el mercado está llegando a lugares que anteriormente estaban justificados como de titularidad pública indiscutible, como las frecuencias. Es nuevo el modelo, porque podemos decir que «la regulación como función legítima de los gobiernos ha desaparecido»⁴⁸.

Schiller es muy crítico con las AI. Que por todas las partes se oigan discursos parecidos parece como si hubiera una empresa de publicidad y de relaciones públicas quien hubiera sido la encargada de realizar dicha campaña, ya que por doquier aparecen las mismas cosas. Así, «la promoción de la autopista de la información electrónica la presenta como un potente medio para equilibrar las desigualdades que afectan a la población estadounidense y a la economía mundial. En numerosas ocasiones, al referirse a las autopistas de la información, el vicepresidente Gore y el presidente Clinton han hecho hincapié en que el proyecto reducirá el abismo que separa a los que «tienen» de los que «no tienen» en el ámbito de la educación, la salud y los ingresos. Sin embargo, la condición básica, la premisa innegociable del proyecto, contradice esa afirmación»⁴⁹. Esta premisa innegociable no es otra que si este sistema de información es concebido y regulado por la iniciativa privada dicho sistema tendrá las mismas características fundamentales de la empresa privada: la desigualdad de ingresos. Es particularmente importante señalar que son los empresarios los primeros y casi únicos que realizan los grandes congresos sobre las nuevas tecnologías de la

⁴⁶ H.I. Schiller, *Aviso para navegantes*, Icaria, Barcelona, 1996, p. 13.

⁴⁷ H.I. Schiller, *Cultura, SA*, Universidad de Guadalajara, México, 1993, p. 113 y ss.

⁴⁸ H.I. Schiller, *Aviso para navegantes*, Icaria, Barcelona, 1996, p. 35.

⁴⁹ H.I. Schiller, *Aviso para navegantes*, Icaria, Barcelona, 1996, p. 49.

información, en los que el resto de opiniones y grupos no están representados⁵⁰.

A menudo oímos decir que estamos delante de una verdadera revolución, equivalente a la Ilustración, y ante una nueva revolución industrial. Sabemos que cualquier cambio importante supone la génesis de nuevos conflictos a la vez que se amplifican los antiguos y sin embargo, esta posibilidad de conflicto parece no existir, a la vez que el término conflicto es visto como negativo, rehusando incluso mencionarlo. Al hilo de esta filosofía asistimos a una disminución o anulación del poder de contestación⁵¹ de instituciones, -como los sindicatos- anulación que contribuye a que el discurso sobre las AI sea uniforme y homogéneo. Esta uniformidad junto a la ausencia de alternativas hace que los países del Tercer Mundo acepten y se adhieran con entusiasmo al actual proceso⁵². «Resulta paradójico (...) que los países en desarrollo que han hecho de las comunicaciones su prioridad se equipen de conmutadores digitales, de redes de fibra óptica y de tecnología de punta en materia de telefonía móvil y celular. Resulta así que las redes más modernas del mundo se encuentran en Djibouti, Ruanda, Las Maldivas y Las Islas Salomón en donde el 100% de las líneas son digitales, contra el 49,5% en los Estados Unidos de América. Los países en desarrollo gastarán unos 200.000 millones de dólares en el curso de los cinco próximos años para la construcción de 300 millones de líneas principales y

para la modernización de su actual red telefónica»⁵³. Resulta asimismo curioso señalar que las únicas resistencias proceden de algunos de los países más ricos, como Europa (principalmente Francia), que durante las últimas negociaciones dentro de la Organización Mundial del Comercio -antiguo GATT- defendía fórmulas de excepción cultural en relación al audiovisual, argumentando la necesidad de defensa de la identidad cultural europea, amenazada por el importante volumen de importaciones que en Europa se realiza de programas audiovisuales norteamericanos. El otro ejemplo es la cláusula de excepción cultural, obtenida por Canadá, con ocasión del Tratado de Libre Comercio entre EE.UU., México y Canadá⁵⁴.

Siempre se ha subrayado la necesidad de las infraestructuras de comunicación en relación al desarrollo. Además de desarrollar la competitividad, que permite incrementar la iniciativa privada, etc., permitiría el acceso a la modernidad, al potenciar el acceso al conocimiento (base de datos) y aumentaría el bienestar automáticamente, porque sus principales aplicaciones están relacionadas con la salud, la educación, etc. Los problemas son tanto de orden *práctico* como *finalista*. De orden práctico, porque la tecnología de este sector es la más compleja de todas las industrias y porque además los gobiernos tiene que hacer elecciones cuya transcendencia futura no se puede aún medir, ya que tiene que elegir entre la

⁵⁰ A principios de junio de 1996 se celebró en Bilbao, con gran fasto, el II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información. La cuota de inscripción estaba muy por encima del salario mínimo interprofesional, lo que contradice la no exclusión que generalmente se proclama.

⁵¹ Cf. H.I. Schiller, «Not Yet the Post-Imperialist Era», *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), p. 16.

⁵² No es extraño que los investigadores universitarios de algunos países vean con buenos ojos las autopistas de la información, ya que además de que las infraestructuras de comunicación, bibliotecas, etc, son escasas, los países están aislados entre sí y del occidente. Según J. Agada, las capacidades de investigación de las universidades africanas ha decaído un 50% en los 80. El acceso a las redes permitiría a los africanos acceder a los materiales publicados sobre Africa, el 90% de los cuales lo están fuera de ella. Cf. J. Agada, «Computer Mediated Communications in Developing Countries», *FID News Bulletin*, nº 11, Holanda, 1994, pp. 257-262.

⁵³ Cf. Rapport de la Commission Mondiale de la Culture et du développement, UNESCO, París, 1995, pp.120. En 1988, los países en desarrollo tenían el 75% de la población, el 16% de la producción y el 12% del total del número de líneas, que era de 435 millones. El mismo año, mientras que en los países desarrollados había 32 líneas por 100 habitantes, en los países en desarrollo era de 1,5 por 100, con oscilaciones que iban desde el 10% en Argentina y Uruguay al 0,1% de Nigeria y Tanzania. El problema de las infraestructuras es importante porque además los teléfonos están concentrados en unas pocas ciudades. R. J.Saunders; J.J. Warford; B. Wellenius, *Telecommunications & Economic development*, The Johns Hopkins University Press, Mariland, 1994, p. 4.

⁵⁴ Cf. J.C. Miguel, «El Audiovisual en Europa y el GATT», HIKA, Donostia, pp.50-52.

infraestructura fija y la inalámbrica, entre fibra óptica o de cobre, etc. Sin embargo, los problemas finalistas son los de optar por un modelo de telecomunicaciones que esté integrado y que sea compatible con otros planes de desarrollo, puesto que las telecomunicaciones afectan sobremanera a la dinámica rural/urbano. Además, la elección de un tipo de infraestructura (fija o mó-

vil) va a implicar una organización más basada en el monopolio natural, de titularidad estatal o en el mercado, etc. de forma que no se trata únicamente de hacer una elección tecnológica sino que todo está relacionado (*timing*, modelo de regulación, de competencia, modelo basado en el servicio universal, etc.).

DEL PODER DEL EMISOR AL DEL RECEPTOR

Para H.I. Schiller, creador del término, «imperialismo cultural es el conjunto de procesos por los cuales una sociedad es introducida en el sistema mundial y la manera en que su clase dominante es llevada, por la fascinación, la presión, la fuerza o la corrupción a modelar instituciones sociales para que ellas se correspondan con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema o para promoverlas»⁵⁵. Según otra definición «imperialismo cultural es el uso del poder político y económico para exaltar y difundir valores y hábitos de una cultura extranjera a expensas de una indígena»⁵⁶. Algunos, como O. Boyd-Barret hablan de imperialismo de los medios de comunicación, que se manifiesta de cuatro modos: «la tecnología de los medios, el conjunto de la organización industrial -incluyendo las formas de propiedad y el control y la relación de los medios con la publicidad-, los valores y las prácticas profesionales, así como los contenidos de los medios, y eso tanto en relación a la información como al entretenimiento»⁵⁷.

Mientras que Schiller sigue reconociendo un papel predominante a las empresas y grupos transnacionales (Philips, Sony, Time-Warner, etc.), otros conceden un poder al receptor que le permite interpretar lo que recibe, de manera que incluso puede resistir a los significados hegemónicos. En la emergencia de nuevos centros de producción de contenidos (Brasil, México) ven la demolición de la noción de un centro singular de dominación cultural⁵⁸. Schiller contraataca diciendo que en vez de pensar en polos auténticamente autónomos, deberíamos hablar de *creolización de los productos culturales*⁵⁹, lo cual nos recuerda las tres praxis posibles que podían adoptar las prácticas comunicativas⁶⁰: repetición, innovación y mimetismo. Esta última -la creación imitando-, se correspondería con la creolización citada por Schiller.

Según Straubhaar⁶¹, las audiencias hacen una elección activa, en la que los programas de televisión locales o nacionales, cuando existen, son elegidos, como consecuencia de la búsqueda

⁵⁵ H.I. Schiller, citado en A y M. Mattelart, *Histoire des théories de la communication*, La Découverte, Paris 1995, p. 66.

⁵⁶ Cf. J. Tomlinson, *Cultural Imperialism. A critical Introduction*, Pinter Publishers, London, 1994, p. 3.

⁵⁷ Cf. J. Sinclair, «From "Modernization" to Cultural Dependence: Mass Communication Studies and the Third World», *Media Information Australia*, number 23, february, 1982, pp. 12-18, reproducido en L. John Martin; Ray Eldon Hiebert, *Current Issues in International Communication*, Longman, London, 1990, p. 288.

⁵⁸ Cf. H.I. Schiller, «Not Yet the Post-Imperialist Era», *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), p. 21. Ver también J.D. Straubhaar, «Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity», en *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), pp. 39-59.

⁵⁹ Cf. H.I. Schiller, «Not Yet the Post-Imperialist Era», *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), pp. 13-28. Cf. H.I. Schiller, «Not Yet the Post-Imperialist Era», *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), p. 22.

⁶⁰ M. Sénécal, op. cit, p. 227.

⁶¹ Cf. J. D. Straubhaar, «Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity», en *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), pp. 39-59.

de proximidad⁶². Aunque señala que el imperialismo cultural es un buen punto de partida, elige el concepto de *interdependencia asimétrica*. Esto es consecuencia de haber visto que Brasil ha pasado de ser un país dependiente del modelo norteamericano a una mayor independencia y a una producción autóctona de programas que tiene éxito a nivel mundial.

Mucha es la literatura actual que se coloca en el lado de las audiencias (teorías de los usos y gra-

tificaciones, parte de los Cultural Studies, etc.)⁶³. En ella se pasa a analizar las audiencias como algo heterogéneo, en la que cabe hacer análisis de género, grado de escolarización, de clases, etc., interesándose también en cómo se producen los significados, que en principio estaría relacionados con la experiencia social. Esta heterogeneidad que se coloca en el lado de las audiencias caracteriza también a los mismos productos, porque las telenovelas son muy distintas según la procedencia.

⁶² Esto es lo que se llama la predicción de Pool: si todas las cosas permanecen igual, las audiencias escogen sus propios productos culturales, cuando ello sea posible. J.D. Straubhaar, "Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity", en *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (1991), 51.

⁶³ Cf. M. Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 1987.

LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y LOS CONTENIDOS

Las NTI permanecen especialmente centradas en los Países del Norte, y son vistas por los PVD como un medio de alcanzar de manera más rápida la modernidad, mediante el acceso directo a lo que se ha dado en llamar la sociedad de la información y cuya retórica inunda la actualidad mediática. En cierto modo, se puede decir que las NTI reavivan el modelo determinista, según el cual la tecnología es en sí algo deseable y fuente de crecimiento económico, e incluso social, olvidando todo el background científico que muestra que los éxitos de las transferencias de tecnología reposan sobre una correcta aprehensión de los objetivos y medios, dentro de un marco cultural específico.

En telecomunicaciones y audiovisual, la transferencia a los PVD se realiza mediante el sistema *llave en mano*, acompañada de la formación del personal local para el funcionamiento y mantenimiento de los materiales. Normalmente esta forma de transferencia implica la creación de lazos de dependencia. El problema de la transferencia es que no siempre se hacen los estudios previos de necesidades presentes y futuras de utilización de los materiales objeto de la transferencia, de forma que muchas veces las infraestructuras se infrautilizan. Démonos cuenta de que quienes deciden las operaciones tienen objetivos e intereses divergentes -los decisores locales y las multinacionales-. Muchas veces en las negociaciones intervienen factores económicos y políticos que se superponen a las necesidades reales.

La transferencia de informática se inscribe también dentro de un esquema de dependencia. Los PVD, por sus deficientes estructuras industriales, exigen una adaptación específica del material y de mantenimiento que generalmente se traduce en un incremento de los precios, ya que

los programas informáticos importados son en general poco adaptados a las necesidades de los PVD. Tampoco poseen la capacidad de creación de bases de datos, de manera que los PVD se constituyen en usuarios de estos servicios, que están centrados en el Norte. Por otro lado, los microordenadores, baratos y fáciles de emplear, tienen ventajas importantes, pero sus aplicaciones son limitadas por la falta de programas apropiados y de usuarios formados. En este ámbito, generalmente, los proyectos de transferencia de tecnología suelen ser el traspaso de materiales y la adaptación a posteriori, cuando el esquema debiera invertirse, partiendo siempre de las necesidades reales. Un buen ejemplo de esta inversión es el proyecto de la UNESCO de Edición Informática destinado a la fabricación de diarios rurales en Africa, para lo cual se ha concebido un programa específico, adaptado al alfabeto de la región, que permita la utilización de varias lenguas y destinado a escritores, educadores y periodistas. Inmediatamente surge la pregunta de si este tipo de actuaciones son viables fuera de las instituciones internacionales.

La multiplicación de canales de televisión a que asistimos en la actualidad tiene un efecto inmediato: la rarefacción de programas o contenidos, ya que mientras éstos crecen en progresión aritmética, aquellas -las televisiones- lo hacen de manera exponencial. En efecto, la cadena de creación de programas audiovisuales o filmes es relativamente larga y difícilmente acortable, porque en la base existe un tipo de trabajo difícilmente automatizable, como es el trabajo de ideación de guiones o la edición audiovisual. Este cambio cuantitativo -incremento del número de cadenas- y la rarefacción de contenidos va a implicar cambios en la calidad de estos programas. Aunque no exista ninguna geometría de

la calidad, es fácil deducir que éstas se resientan, especialmente cuando se prime la conquista diaria y puntual de las audiencias. También influyen los costos de producción de nuevos programas, ya que la relación de producción *ex novo* versus importación de programas es, en muchos casos, de 10 a 1. Esta relación es realmente importante para los PVD, especialmente los africanos, que disponen de pocos medios. Indudablemente, a favor de la producción propia está el hecho de que en general los primeros puestos de los rankings de audiencia de los programas de televisión son ocupados, en general, por programas de producción local⁶⁴.

Además, los satélites de difusión directa son el vehículo privilegiado por los medios occidentales para desarrollar estrategias de crecimiento en los PVD. Los tres ejemplos más notorios son los de Canal Horizons, primera cadena de pago destinada a varios países africanos, controlada en un 66% por Canal Plus, y que ofrece contenidos con los mismos ingredientes que en Europa, aunque se de cierta importancia a la programación africana. El segundo ejemplo, mucho más reciente es la alianza, a finales de 1995, entre R. Murdoch junto a TCI (principal operador de cable norteamericano, Televisa (propietario, entre otras, de tres cadenas de televisión privada en México, que centralizan más del 75% de la audiencia) y Globo (el más importante grupo de comunicación brasileño),

para el lanzamiento de 150 cadenas de televisión vía satélite, destinadas a Latinoamérica. El tercer ejemplo tiene también como protagonista R. Murdoch, al ser accionista principal de Star Tv, que ofrece un importante abanico de programas vía satélite a través de Asiasat, desde Israel a la India. Por ahora llega a más de 30 millones de hogares, en más de 30 países, lejos aún de los 3 mil millones de personas que habitan en la zona, y que constituyen los 2/3 de la humanidad.

El consumo de productos comunicativos occidentales contribuye a configurar un canon de gustos de audiencia regido por modelos occidentales, de tal manera que los productos televisuales locales -fabricados con mucha imaginación y pocos medios- aparecen como mediocres en comparación con los filmes y los programas extranjeros. De esta forma podemos decir que una gran parte del éxito de los programas importados es consecuencia de la insuficiencia de los sistemas de producción nacionales que no llegan a rellenar las parrillas de programación. Se apunta también que tienen éxito los programas audiovisuales occidentales por que se articulan en torno a valores universales, susceptibles de atraer a todo tipo de personas, indistintamente de su cultura (se habla del amor, del odio, de la venganza). A veces también se señala que EE.UU. es en sí un laboratorio, por su dimensión multiétnica.

⁶⁴ Cf. J. Jouët, *Les Nouvelles technologies: orientations de la recherche*, UNESCO, París, 1990.

A MODO DE CONCLUSION

Lejos han quedado los ecos de los llamados nuevos órdenes (Nuevo Orden Económico Internacional y Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación), cuyos procesos tuvieron lugar durante los 70. Sin embargo, a pesar del tiempo transcurrido, los principios inspiradores y los conceptos acuñados mientras tanto siguen aún vigentes, a pesar de las grandes transformaciones ocurridas desde entonces y otras aún en proceso.

La primera enseñanza es que debemos de una vez por todas romper con la diversidad de órdenes, salvo en una perspectiva de análisis metodológica, puesto que en el desarrollo, todos los recursos (sociales, políticos, culturales, éticos y económicos) deben ser considerados en un plano de igualdad. Es necesario romper con la separatividad que caracteriza a las ciencias sociales, ya que de acuerdo con el pensamiento de G. Myrdal resulta «irrealista pensar que existen ciertos elementos de la realidad social que pueden ser caracterizados como *factores económicos*». Además, «es precisamente en esta vasta parte de la realidad social que el análisis económico deja al margen distinguiendo entre factores económicos y no económicos en que tienen lugar los cambios más significativos para el desarrollo global de la sociedad»⁶⁵.

Los factores no económicos han tenido una consideración secundaria visible incluso en la gestación de los órdenes. Mientras que el NOMIC nace en 1976, en Nairobi, con ocasión de la decimonovena sesión de la Conferencia General de la UNESCO y en Colombo, con ocasión de la Quinta Conferencia de jefes de Estado de los Países no Alineados. Sin embargo, el NOEI,

surge en 1974 en la sexta sesión extraordinaria de la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Dentro de los problemas no económicos, debemos superar la identificación de comunicación e información con lo que denominamos medios de comunicación social (prensa, radio y televisión). Esto por varias razones. Primero, porque la transmisión de contenidos (símbolos) se realiza también por otros medios (libro, disco, publicidad, diseño, cine, teatro, internet, etc.), por lo que es más pertinente hablar de industrias culturales, que además ya tienen un cierto estatuto científico propio. Nos permite también entender los cambios actuales, como son la convergencia multimedia, la globalización y lo que se ha dado en llamar sociedad de la comunicación.

La cultura debe ser el último objetivo del desarrollo, en la que debe converger todo. Cultura o mejor pluralismo cultural, porque la cultura no entiende de singulares. Tampoco existe una definición de culturas, sino varias. Es un término que a menudo utilizamos en facetas muy diversas de la existencia: culto religioso, cultura de la tierra, persona culta, etc., lo que nos lleva a la conclusión de que cultura es todo: cómo se organiza una sociedad, cómo dirime sus diferencias, cuáles son los principios políticos sobre los que se asienta. Incluso cuando se va contra ella es una forma de cultura, ya que no es algo separado de la forma en que se organiza la economía o la política. Es por eso que es necesario definir prioridades, de la misma manera que se hace en otros campos como lo económico, a sabiendas de que cuando se dice que prima lo económico sobre lo cultural lo que prima no es un

⁶⁵ Cf. G. Myrdal, *Théorie économique et pays sous-développés*, Présence Africaine, París, 1959, p.20. Citado en B. Pavlic; Cees J. Hamelink, *Le Nouvel ordre économique international*, Etudes et documents d'information n° 98, París, 1985, p.9.

aspecto sobre otro, sino que es una visión de la cultura la que subyace. Pensar de esta manera nos debiera llevar a pensar que la existencia de una administración dedicada a la cultura, debería más que otras administraciones tener una misión de coordinación, y no una accesoria y marginal, como hoy.

La cultura que a menudo concebimos es una cultura en singular porque únicamente se prima todo lo que directamente tenga que ver con lo tecnológico, por ejemplo cuando se habla de sociedad de la información. Un gran pensador francés -Yves de la Haye- señalaba hace ya veinte años que la tecnología ocupaba el lugar que durante muchos años había ocupado la religión o valores determinados como la familia. Otro filósofo contemporáneo -Lucien Sfez- señala que la religión de los tiempos modernos es la comunicación, siendo la televisión su principal templo, refiriéndose no a la comunicación como interacción social, sino como discurso y como desarrollo industrial, y por tanto tecnológico.

Estamos en una etapa de escepticismo que hay que superar, aunque no sea fácil. Las Autopistas de la Información han *modernizado* el paradigma de la modernización, en el que la tecnología ocupa un lugar central, todopoderoso, que promete para la humanidad una sociedad equiparable al *Walhalla* wagneriano. Esta revitalización del modelo modernizacionista no debe hacernos caer en la resignación, sino más bien todo lo contrario, a continuar buscando nuevas fórmulas que completen y perfeccionen nuestras sociedades. Si la relación con la naturaleza aun en las naciones más desarrolladas ha dejado mucho que desear, más aún lo ha sido en relación a la cultura, aunque sea todavía más difícil de medir que en aquella. No se puede llegar a otra conclusión después de ver que los 2/3 de la comunicación mundial se realiza en 5 lenguas,

mientras que existen unas 3.500 verbales, de las cuales 1250 en Africa, y 500 escritas⁶⁶.

La creciente mundialización de la industria de la comunicación, acompañada de una importante concentración, tanto a nivel nacional como internacional no tiene un crecimiento paralelo en el diseño de mecanismos de cooperación entre los responsables políticos y los organismos de regulación de los medios de comunicación -cuando existen- ni en la creación de mecanismos de observación y regulación a nivel mundial⁶⁷.

Cuando se habla de cultura se suele asociar con nación, de manera que por ejemplo cuando se habla de imperialismo cultural también se piensa en términos de nación contra nación. Es este un error metodológico que debemos superar. Los organismos internacionales, por ejemplo la UNESCO incurren en una grave contradicción, ya que por un lado se defiende el pluralismo a todos los niveles, mientras que las instancias representadas en su seno son las naciones. Esto significa que debemos buscar a todos los niveles desde el local hasta el mundial nuevas formas de organizar la sociedad, en el que el pluralismo esté garantizado, comenzando por lo local y reclamando la creación de medios comunitarios. Tal vez signifique que en un futuro próximo debamos cambiar nuestra concepción de la nación-Estado en favor de entidades más reducidas, para lo cual tenemos a nuestro favor el inmenso desarrollo tecnológico.⁶⁸

Leyendo a N. García Canclini observamos una especie de cinismo formalista en la actuación de los países desarrollados. Los debates que se realizan y las resoluciones que se adoptan se quedan en un plano formal, además de que en la elaboración no se invita a sus protagonistas a participar en la gestión y en la evaluación, como por ejemplo, en el caso de las culturas indígenas.

⁶⁶ Cf. S. MacBride et alii, *Un sólo mundo, voces múltiples*, FCE, UNESCO, París, 1990, p. 94.

⁶⁷ Cf. Rapport de la Commission Mondiale de la Culture et du Développement, UNESCO, París, 1995, pp.112-113.

⁶⁸ John Keane proclama la necesidad de articular mecanismos de participación a todos los niveles (local, nacional, internacional, etc.), Cf. «A Reply to Nicholas Garnham», *the Communication Review*, vol. 1 (1), Amsterdam, 1995, pp. 27-31. Cf. También J. Keane, «Structural Transformations of the Public Sphere», *The Communications Review*, vol. 1 (1), Amsterdam, 1995, pp. 1-22.

Asistimos también a la institucionalización de los grupos de presión, que no sólo influyen los procesos sino que incluso participan en su elaboración. Un buen ejemplo de esto último es el denominado Informe Bangemann⁶⁹, elaborado por representantes de la industria de la información y de la comunicación. Es por ello que debemos reclamar la citada participación.

Resulta también curioso señalar que mientras que en el interior de los Estados se propugna la instauración del mercado, buscando disminuir al mínimo la intervención del Estado, ésta no está tan mal vista si se realiza en los PVD. Claro

que tenemos que recordar que el desarrollo que ha caracterizado a los PD se ha realizado, desde la II G.M. hasta los 70, con una presencia del Estado muy importante.

Vamos a finalizar con un pensamiento de Mandela⁷⁰: hasta que no se consiga que la sociedad de la información sea global, es decir una sociedad en la que estén presentes e interactúen en un plano de igualdad todos los países y no únicamente los desarrollados, no podremos hablar de revolución de las comunicaciones ni de la información.

⁶⁹ Europa y la sociedad de la información. Recomendaciones al Consejo Europeo, Bruselas, 26-5-1994.

⁷⁰ Intermedia, vol 23, n° 6, Londres, diciembre 95-enero 96.

