



PONENCIAS

LO GLOBAL Y LO LOCAL EN LAS ESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN INTERNACIONALES

Monopolios o redes

Marcial Murciano

Globalización, transnacionalización, mundialización, designan la configuración económica en marcha de grandes espacios socioeconómicos. El análisis de sus fuerzas y dinámicas de cambio pone de relieve las tendencias y riesgos para la comunicación y la cultura.

EL PROCESO DE MUNDIALIZACIÓN

En primer lugar, desearía introducir y caracterizar brevemente el proceso de mundialización en curso, denominado a menudo en la literatura anglosajona como proceso de globalización, y también en los enfoques críticos como proceso de transnacionalización.

Evidentemente, estas denominaciones diversas ponen de manifiesto que existen diferencias importantes a la hora de comprender la naturaleza de este proceso de cambio, característico de nuestra época.

Así, sin entrar en mayores profundizaciones conceptuales, cuando hablamos de mundialización, lo que tratamos de subrayar preferentemente es la importancia determinante de la naturaleza económica y política del fenómeno; es decir, ponemos el acento en las fuerzas expansivas de la economía y de la política internacionales.

Por otra parte, el término globalización, más habitual como hemos dicho en el pensamiento anglosajón, aunque no excluye el planteamiento anterior –basado sobre todo en la economía como fuerza más destacada del proceso–, resalta especialmente dos aspectos: por un lado, el fenómeno del acortamiento de las distancias y el desbordamiento de los marcos geográficos tradicionales (el Estado nacional o las naciones) que se produce fundamentalmente por medio de la revolución tecnológica en curso (tanto en los transportes como en la comunicación); y, por otro, la creciente generalización de una autoconciencia cada vez más extendida de una visión de nuestro mundo entendido como una unidad interdependiente. Nos referimos, por tanto, a los diversos enfoques sobre los problemas globales: la ecología, el armamentismo, la demografía, la salud mundial, etc. De la primera concepción a la segunda existiría un desplazamiento de los ejes económicos y políticos a los físicos (la ruptura de las distancias) y psicológicos.

Por último, el término transnacionalización hace referencia al papel predominante que han adquirido las modernas empresas industriales y de servicios en el espacio internacional. Aquí lo que se desea subrayar es la posición de dominio estructural y los desafíos que suponen las modernas compañías transnacionales para los estados nacionales, tanto en la esfera económica, política como cultural.

Cada uno de estos enfoques permite una forma particular de comprender el proceso actual de integración y de interdependencia que se está produciendo a escala planetaria. En realidad este proceso de integración e interdependencia, como han señalado oportunamente los historiadores, no es un fenómeno nuevo, sino una fase avanzada de un proceso de larga evolución que había comenzado hacia 1500, con la conquista de América por España, y que guardaría una línea de continuidad con el fenómeno actual. Después de la Segunda Guerra Mundial este proceso de mundialización se ha desarrollado de manera muy rápida por medio de los grandes vectores de integración como son la economía, la política internacional y la tecnología.

En términos generales podemos tomar estos tres puntos de vista no de forma excluyente sino complementaria, y considerar el fenómeno de la mundialización como resultado, en primer lugar, de unas poderosas dinámicas históricas que tienden a la cohesión del espacio, pero al mismo tiempo como un fenómeno con rasgos nuevos de autoconciencia para la humanidad, en el que se pone en evidencia la superación de las distancias y las fronteras tradicionales, y cuya metáfora plástica podría estar ejemplificada por una fotografía de nuestro mundo tomada desde el exterior, desde un satélite o un planeta cercano, la cual nos permite descubrir una nueva identidad e interdependencia de la tierra como planeta azul. Sin embargo, es preciso también no dejar de lado la consideración de los riesgos que supone una integración del planeta, producida de manera desigual y jerarquizada, con grandes zonas o agrupamientos de naciones vinculadas por medio de estructuras de dominio y desigualdad.

Planteado este marco notoriamente ecléctico e integrador, pienso que el fenómeno de mundialización que he delineado es todavía un proceso en construcción y de larga duración. Si atendemos a la integración que observamos a nuestro alrededor, podríamos afirmar que estamos asistiendo todavía a una fase previa, caracterizada por lo que podríamos denominar la configuración de grandes espacios o zonas geoeconómicas.

En mi opinión, este es el rasgo característico que ha predominado en la creación de espacios como el que representa la Comunidad Europea primero y ahora Unión Europea. Sobre todo y en particular se trata de un mercado homogéneo e integrado, previsto para 340 millones de consumidores, en el que se producirá más del 20 por ciento del PIB mundial y cerca del 35 por ciento del comercio internacional.

[SUBIR](#)

El caso de la Unión Europea no es único, sino el ejemplo más avanzado de esta tendencia de integración de espacios y economías nacionales. Dentro de ésta, debemos considerar también procesos similares como el que se está produciendo en el Atlántico Norte y que vincula a Canadá, Estados Unidos y México, y que ha dado lugar a un mercado para 360 millones de habitantes, diseminado en un territorio de 21 millones de kms².

En este mismo sentido, otros procesos similares se encuentran en fase avanzada. En el Sur del continente americano, se ha acelerado la integración de los países meridionales en torno al núcleo que forman Brasil y Argentina, en el que participan también Uruguay y Paraguay. En el Pacífico, parece claro que Japón fomentará un espacio parecido con los países más dinámicos de la región, entre los que se

encuentran sorprendentemente Australia, que ya posee más tráfico comercial y de servicios con Japón que con la su antigua metrópoli, Inglaterra. Y aunque es un caso diferente, podríamos considerar esta tendencia válida en el proceso de reestructuración que se está produciendo en la desaparecida Unión Soviética, donde se desea sobre todo asegurar un mercado homogéneo y sin fronteras nacionales.

Esta nueva forma de integración de economías y espacios nacionales se realiza bajo la fuerza directora y expansiva de la economía mundializada, y exige una redefinición de los sistemas de comunicación, que conforman las redes de interconexión de un sistema cada vez más internacionalizado. Los actores principales que pueden operar en estos espacios son las compañías transnacionales.

En el seno de estos macroespacios, la comunicación en un sentido amplio, entendida como soporte y contenido, constituye un elemento central: diseña las nuevas redes, los nuevos servicios, el consumo, produce y difunde la información y la cultura, es agente de industrialización, modernización y desarrollo, etc. La comunicación es, por tanto, el elemento que enlaza los macroprocesos con la dinámica global del sistema. La comunicación es pues el tejido, el nexo, que permite una articulación flexible entre las dinámicas de lo local, lo nacional, lo regional y lo mundial.

Hasta aquí hemos expuesto la lógica o la tendencia globalizadora de la dinámica de mundialización en la que nos encontramos insertos. Me gustaría señalar a continuación las que considero que son las principales fuerzas de transformación que operan sobre el sistema de los medios de comunicación.

En concreto me voy a referir a los tres grandes vectores de transformación que inciden en el sector de los medios. Estos son:

- 1) la dinámica de innovación tecnológica;
- 2) la dinámica económica de concentración en el sector de los medios; y
- 3) la dinámica de transformación normativa o desregulación.

LA DINÁMICA TECNOLÓGICA

El primero de estos vectores de cambio proviene del avance espectacular de la tecnología en el dominio de la información. Lo que se ha venido denominando de forma imprecisa durante los años 70 y 80 como la revolución de las tecnologías de la comunicación, es hoy una realidad que está incidiendo de forma notable sobre el sistema de los medios de comunicación y en la articulación de macroespacios regionales como es la Unión Europea.

De todos es sabido que el campo de la información –en un sentido amplio, más allá del restrictivo de noticia de actualidad, y entendido como la recopilación, el procesamiento y la transmisión de toda clase de información y comunicación– se ha convertido en un recurso estratégico, cuya incorporación a la esfera de la producción ha permitido a diversos autores, como F. Machlup, M. Porat o D. Bell, interpretar las sociedades avanzadas como sociedades de información.

Las telecomunicaciones –los satélites y el cable, de forma más específica– y los terminales interactivos, basados en la tecnología de los ordenadores, son algunas de estas nuevas tecnologías que darán plena forma a las redes que conformarán un nuevo espacio integrado en los macroespacios regionales.

Por otra parte, la dinámica tecnológica ha puesto en cuestión algunos de los principios sobre los que se asentaba hasta ahora la dinámica de desarrollo de algunos medios de comunicación. Por ejemplo, la noción de escasez o de precariedad del espectro radioeléctrico sobre el cual se había establecido la primacía del monopolio público en las emisiones de radio y televisión. Los nuevos satélites de comunicación y las nuevas redes de telecomunicación por cable y por fibra óptica han transformado estas concepciones, volviéndolas completamente obsoletas, a la vez que han planteado un importante debate, de carácter político-cultural, en torno a la forma en que se debe gestionar y desarrollar la nueva tecnología.

Además –desde un punto de vista comunicativo-cultural–, la tecnología de los satélites ha hecho desaparecer conceptos tan arraigados como son las fronteras tradicionales. En el mismo sentido, los desarrollos de la fibra óptica abren unas posibilidades para nuevos usos sociales, prácticamente infinitas.

La nueva tecnología, que ha sido uno de los grandes temas internacionales de investigación durante la década de los 80, constituye uno de los principales vectores de cambio para todo el sistema de medios de comunicación. Sin embargo, la dialéctica entre la innovación tecnológica, el sistema político y los medios de comunicación, es todavía hoy un campo de debate y un reto, como se ha dicho, político cultural.

LA DINÁMICA ECONÓMICA

El segundo vector de cambio que hemos señalado es el económico y se encuentra estrechamente vinculado al anterior. Ambos crean de manera conjunta lo que podemos denominar la dinámica técnico-industrial, característica de las modernas sociedades desarrolladas.

La innovación tecnológica ha creado nuevas expectativas para las fuerzas económicas en las sociedades más desarrolladas. En particular el cable y el satélite han hecho posible que en los últimos años se haya desencadenado una tendencia favorable a las denominadas soluciones de mercado y a la consiguiente desregulación en el sector de los medios. En parte, esta tendencia se ha visto estimulada tanto por las expectativas crecientes como por nuevas demandas de consumo que se han concretado en el sector del audiovisual.

De esta manera, los empresarios con deseos de invertir en el desarrollo de nuevos servicios, a través de las nuevas formas de distribución de mensajes, han fomentado una aceleración de la competición comercial en todo el amplio sector de los medios de comunicación. La creación de nuevos públicos o audiencias y la atracción de publicidad forman parte de este fenómeno.

 SUBIR 

Durante la última década, la dinámica de aceleración comercial en el sector de los medios ha ganado una nueva etapa en el proceso de concentración empresarial. Esta tendencia es la que ha propiciado el

surgimiento, o la mayor dimensión, de los grandes grupos de comunicación o conglomerados multimedia mundiales. Los nombres de Bertelsmann, Hachette, Murdoch o Berlusconi ilustran esta tendencia en Europa, obsesionada por establecer un ranking de las diez primeras compañías de comunicación.

La competencia, la apertura de nuevos mercados y la toma de posiciones ante el proceso de mundialización que hemos descrito, caracterizan la nueva fase de concentración y privatización en los medios europeos. El objetivo principal para cualquier empresa es el de alcanzar una dimensión crítica, que le permita poder afrontar los retos de la geoeconomía mundializada.

Por lo demás, esta dinámica de expansión y de racionalización comercial que se produce en los procesos de producción, distribución y consumo de información y entretenimiento está poniendo en cuestión una de las bases de la democracia liberal, la que se sustenta en la libre expresión de ideas y la opinión pública plural, que se encuentra afectada y restringida por el actual proceso de concentración empresarial.

Es éste un fenómeno que se desarrolla en todos los sectores, desde la prensa a los medios audiovisuales. La necesidad de obtener economías de escala, controlar la distribución y atraer la publicidad es el motor que ha favorecido las recientes adquisiciones, fusiones y pactos. El papel estratégico de las nuevas redes –los nuevos canales de distribución y las redes integradas de banda ancha no escapan a esta problemática. La reciente fusión de Bell Atlantic (telecomunicaciones) y TCI (televisión por cable) ilustran la vigencia de esta tendencia, así como la intención de Viacom Inc. de apoderarse de Paramount Pictures.

LA DINÁMICA DE DESREGLAMENTACIÓN

En tercer lugar y por último, hemos de señalar un importante vector de desreglamentación o –mejor aún– nueva reglamentación que emerge ante esta nueva situación. La dinámica de transformación normativa, impulsada por la nueva situación del mercado, intenta adecuar las expectativas de las empresas de los medios al juego del libre mercado, bajo criterios de carácter neoliberal.

En algunos sectores, esta dinámica de desreglamentación supone una línea de cambio de actuación respecto a los principios que fundamentaron desde sus inicios la creación de ciertos medios. Por ejemplo, en el caso del audiovisual europeo, las nuevas reglamentaciones han transformado la hegemonía que habían mantenido hasta ahora los servicios públicos de radiodifusión y televisión, y que suponían una garantía para la difusión de ideas y opiniones independientes en la sociedad, así como un mecanismo de acción cultural y educativa independiente.

De esta manera, una concepción basada en el interés público o general, y fundamentada en las expectativas de participación que existen en las diferentes sociedades nacionales y en las comunidades locales por sus formas de comunicación pública, está en franco retroceso, frente a las presiones de privatización que emergen por todas partes, en favor de los desafíos industriales y comerciales puestos en juego.

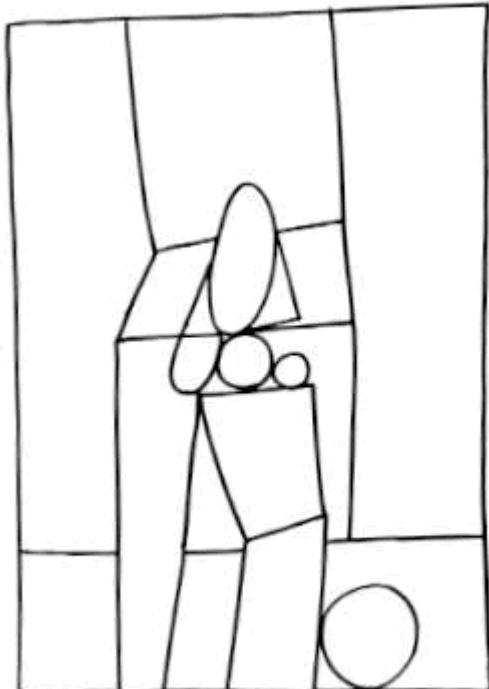
Bajo la presión que ejercen hoy las fuerzas que orientan el mercado, asistimos a la expansión de una compleja política de desreglamentación, que se desarrolla bajo la cobertura de la ampliación de la oferta comunicativa, y relega a un segundo plano los temas culturales y educativos –fundamentales para la vitalidad de las diferentes culturas nacionales y sus identidades–, los temas del pluralismo y la participación social –que se han definido durante largo tiempo como los componentes esenciales de la democratización y el acceso a los medios–; así como, y por último, los de la soberanía o la autonomía nacional.

Las nuevas realidades tecnológicas y el mayor consumo relativo de medios no parecen llevar aparejada una consecuente democratización comunicativa y cultural, una mayor calidad de los productos ni tampoco la interactividad que se contemplaba con la introducción de las nuevas tecnologías, a principios de la década pasada. Son, por tanto, los debates del mañana, en el seno de la nueva integración mundial, y elementos de constante vitalidad política, en la relación dialéctica que siempre ha existido entre los medios de comunicación y su potencial sociocultural.

En la medida en que las nuevas tecnologías han fragmentado el concepto tradicional de público nacional, las oportunidades para nuevas actividades empresariales no van a dejar de aumentar y diversificarse.

De la evolución de estas fuerzas y de la actuación de la reglamentación política que se impulse –que ya no es sólo nacional–, dependerá en gran medida la forma que adopte la evolución del sistema de los medios de comunicación.

Lo que caracteriza hoy a este sector, frente a un reciente pasado de relativa estabilidad, es:



OSCAR LAGUNA.

SUBIR

1) La incertidumbre y el riesgo como nuevas variables asentadas en el sector, desde un punto de vista empresarial.

2) La búsqueda de un nuevo equilibrio consensuado en la tensión creciente entre el sector público y el privado, desde un punto de vista social.

3) La debilidad del poder político para ordenar el sector y para establecer políticas de comunicación que dinamicen el sector, desde un punto de vista político.

BELL, D. 1973, La sociedad postindustrial, Ariel, Barcelona.

BRAUDEL, F. 1985, La dinámica del capitalismo, Alianza, Madrid.

1988, Una lección de historia, FCE, México.

CHARON, J.M. 1991, L'Etat des médias, La Découverte, París.

KIDRON, M y SEGAL, R. 1992, Atlas du nouvel état du Monde, Autrement, París.

KRIPPENDORFF, E. 1985, El sistema mundial como historia, FCE, México.

KUMAR, K. 1980, Transnational Enterprises: Their impact on Third World Societies and Cultures, Westview, Boulder.

LEE, Ch-Ch. 1980, Media Imperialism Recorsidered, Sage, Londres.

MACHLUP, J. 1980, Knowledge, Princeton U.P., Princeton.

MCHANAY, F.G. 1986, "Cultural Industries in International Perspective", en B. DERVIN y M.J. VOIGT (Eds.) Progress in Communication Sciences. Ablex, Nueva Jersey.

MATTELART, A. 1993, La comunicación-mundo, Fundesco, Madrid.

MATTELART, A. y PIEME, J.M. (Eds.) 1982, Industrias culturales. El futuro de la cultura en juego, UNESCO, París.

MERLE, M. 1991, Sociología de las relaciones internacionales, Alianza, Madrid.

MIGUEL, J.C. 1993, Los grupos multimedia, Bosch, Barcelona.

MOWLANA, M. 1985, Global Information and World Communication, Logman, Nueva York.

MURCIANO, M. 1987, "La investigación de la comunicación internacional", en Análisis, núm. 10/11.

1992, Estructura y dinámica de la comunicación internacional, Bosch, Barcelona.

PILATI, A. (Ed.) 1993, Mind. Media Industry in Europe, J. Libbey, Londres.

POOL, I. de S. 1983, Technologies of Freedom, Harvard U.P., Cambridge.

PORAT, M.U. 1978, "Global implications of the information Society", en Journal of Communication, núm.

1.

ROBERTSON, R. 1985, "Modernization, globalization and the problem of culture in world-systems theory", en Theory, Culture & Society, núm. 2.

1992, "Globality and modernity", en Theory, Culture & Society, núm. 2.

SUSSMAN, G. y LENT, J.A. (Eds.) 1991, Transnational Communications, Sage, Londres.

TOMLINSON, J. 1991, Cultural Imperialism, Pinter, Londres.

VASEUR, F. 1992, Les médias du futur, PUF, París.

WALLERSTEIN, I. 1979, El moderno sistema mundial, Siglo XXI, Madrid.

1988, El capitalismo histórico, Siglo XXI, Madrid.

 SUBIR 