

**Francisco GUTIÉRREZ CARBAJO**

(UNED)

## **GLOBALIZACIÓN EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN**

### **LOS DOMINIOS DE LA GLOBALIZACIÓN.**

El estatuto teórico de la globalización, en el que subyacen cuestiones gnoseológicas y epistemológicas no ajenas a la semiótica y a la teoría de la comunicación, parece que se lo hayan apropiado estos últimos años las ciencias sociales. Se vienen considerando, así, entre sus tribunas de presentación y elaboración revistas como *International Sociology and Theory, Culture & Society*, y entre sus estudiosos más destacados, autores como Robertson, Giddens, Albrow y Beck.

Robertson (1992: 8) en su trabajo sobre la globalización como teoría social y cultura global, observa que el fenómeno “se refiere tanto a la comprensión del mundo como a la intensificación de la conciencia del mismo como un todo”. Es en este marco, según García Blanco (1999: 25), en el que adquiere todo su relieve el concepto de “cultura global”, y en el que pueden inscribirse las investigaciones pertenecientes al ámbito anglosajón de los denominados *cultural studies*, que emplean dicha denominación con una orientación semejante a la que se le asignaba en la antigua distinción naturaleza/ cultura, o con la significación de “*software* humano general”, en palabras de Pieterse (1995). Según Robertson, de la misma forma que el concepto de nacionalismo sólo pudo desarrollarse de forma paralela a la de internacionalismo, los fundamentalismos actuales serían una consecuencia de la globalización. Si estos presupuestos parecen discutibles, resulta más interesante su teoría del “contexto global” como un sistema sociocultural que se origina de la comprensión de culturas, sociedades,

organizaciones y movimientos nacionales y transnacionales, etc., el cual llega al punto de imponerles a todos ellos crecientes constricciones, pero también tiene la capacidad de autorizarlos diferencialmente (Robertson, 1992: 61). Robertson no suscribe la tesis de Giddens (1993), según la cual la trama argumental de la globalización está en estrecha conexión con el fenómeno de la modernidad, ya que la primera arrancaría en Europa nada menos que a partir del declive de feudalismo. Reconoce, no obstante, que la modernidad ha creado los fundamentos para la expansión universal de ideas y valores, decisivos en el desarrollo actual de la globalización. Martín Albrow (1996) en su libro *La Edad Global* sí pone en relación la modernidad con el proceso globalizador. La modernidad, según Albrow, ha neutralizado emocionalmente nuestras relaciones con la naturaleza, la ha convertido en un mero ensamblaje de objetos y nos ha abocado a la globalización. A este punto se ha llegado a través de múltiples caminos, entre los que destacan la cobertura del planeta por el sistema interestatal y la unificación de los mercados mundiales. Para Beck (1998), que también relaciona esta situación con la modernidad, la globalidad significa que la unidad de Estado nacional y de sociedad nacional se derrumba, ya que hoy aparecen nuevos tipos de relaciones de poder y competencia, conflictos y coincidencias entre unidades, actores, identidades, espacios sociales y procesos de carácter transnacional.

Un aspecto igualmente relacionado con la modernidad es el de la globalización o no de la cultura, cuestión desarrollada –como algunas de las anteriores por García Blanco (1999: 47-52) –, y a la que ha prestado una singular atención en sus diversos trabajos Luhman (1992, 1995 y 1998). Un repaso a las elaboraciones actuales del concepto de cultura pone de manifiesto que el campo que se ha pretendido cubrir es demasiado extenso, ya que abarca desde los fundamentos simbólicos de la acción hasta la totalidad de los artefactos construidos por el hombre. Para algunas de las últimas investigaciones de las ciencias sociales, la cultura representa un proyecto del mundo que incluye tanto la historia como las diferencias regionales o nacionales en calidad de material comparativo (García Blanco, 1999: 47). Según Luhmann, la cultura es la memoria de los sistemas sociales, o, dicho de otro modo, es la “forma” provista de sentido de la recursividad comunicativa. Acentuado este aspecto de la comunicación, la cultura es definida como “una perspectiva para la observación de observadores”

(Luhmann, 1995: 54). Esta concepción puede llevar a concluir que resulta imposible hablar de una cultura global en una sociedad como la actual, considerada un sistema sin centro ni vértice. Otros investigadores como luego se verá –pertenecientes sobre todo al campo de la teoría de la comunicación- sí encuentran centro y vértice en la cultura global, o al menos han señalado centros de poder que intentan dirigir o terminar con la que puede considerarse cultura actual. Albrow, Eade, Dürschmid y Washbour (1997:29) estiman que “la universalidad de la cultura es alcanzada, e igualmente destruida, por la particularidad de las *mega-stars* y los eventos e imágenes de los medios globales”, y concluyen que “en este sentido puede no ser exagerado hablar del final de la cultura”.

Tanto en el ámbito cultural como en otros campos, una parte de las agencias que actúan en el ámbito global son instituciones formadas por la cesión de la soberanía de ciertos Estados. Esto lleva a identificar globalización con interestatalización (Pérez-Agote Poveda, 1999: 63-65), aunque lo global no consista sólo en las relaciones entre Estados. En el universo de las agencias globales, como ha demostrado, entre otros, Borja y Castells (1997) nos encontramos con ciudades, organizaciones no interestatales, compañías multinacionales, etc. Pérez-Agote sostiene que la globalización es “anómica”, en el sentido que entiende Merton (1980) este concepto, es decir, “como quiebra de la estructura cultural, que tiene lugar en particular cuando hay una disyunción aguda entre las normas y los objetivos culturales y las capacidades socialmente estructuradas de los individuos del grupo para obrar de acuerdo con aquellos...”. Desde este punto de vista, la globalización supone para el individuo que las decisiones que le afectan directamente provienen de instancias que muchas veces no conoce. Los medios de comunicación de masas, globalmente articulados, le ponen en contacto con un mundo total. Su conocimiento ya no está ligado a sus afectos, aunque algunos propongan una ilusión de afectos ciberespacializados. El individuo conoce más de lo que siente y experimenta emocionalmente. Cuando creíamos que conocimiento y sentimiento se habían sincronizado en el territorio de la identidad política, la institución que hacía posible esta creencia ha entrado en crisis de identidad. La ecología nos ha hecho conscientes de la limitación de los recursos y del espacio. El sistema global de relaciones nos pone delante de la necesidad de una nueva alteridad –difícil de imaginar-

en la que basar nuestra identidad global (Pérez-Agote Poveda, 1999: 66-67). Puede suceder, en esta aldea global, que el individuo se sienta perdido en el espacio; lo que parece evidente, desde la perspectiva epistemológica y semiótica, es que la globalización ha modificado la concepción de la articulación espacio-temporal. En la era de la globalización y de la información, la espacialidad es la dimensión que organiza el tiempo (Castells, 1997). Que vivimos en la “era del espacio” ya fue adelantado por Foucault (1986: 22), y Jameson (1996: 287), por su parte, afirmó que la cultura postmoderna es “de alguna manera, más espacial que las demás”. Jameson señala los rasgos de este nuevo ciberespacio a través de un recorrido por la arquitectura moderna, ciberespacio que, como puntualiza Margarita Barañano (1999: 10-11), “es ante todo la red global en la que se despliega el capitalismo tardío multinacional, inseparable de la cultura, ahora también global”. Estamos en un proceso de expansión, y cuando ésta roza la globalización, el espacio alcanza su máxima abstracción y desterritorialización. Los estudios sobre la globalización han de ocuparse de esta red de flujos abstractos y del modo cómo estos se imbrican con la creciente reflexividad acarreada por la expansión de la *destradicionalización* (Barañano, 1999: 122).

Desde esta perspectiva de la reflexividad, los citados Giddens y Beck han intentado alejarse de los tratamientos unilaterales de la globalización. El primero –como ya se ha apuntado- la considera una consecuencia de la modernidad, un resultado de la intensificación del distanciamiento y del desanclaje espacio-temporal. De ahí la multidimensionalidad de la globalización, derivada del carácter del mismo signo de la propia modernidad. La globalización no se reduce a los aspectos económicos ni se agota en el “globalismo”, tal como Beck (1998: 26) también ha coincidido en señalar. Por el contrario, este proceso supone, entre otras cosas una profunda reformulación de las identidades personales y colectivas, con importante consecuencias en el ámbito cultural. Para estos autores, las naciones poderosas en el nuevo contexto global ven en muchos casos incrementada su influencia, al tiempo que se convertirían no sólo en factores de fragmentación sino también en elementos de unificación. De ahí el término de “nación cosmopolita” con el que Giddens (1998: 130) intenta explicar las transformaciones de esta institución en el nuevo contexto de “ciudadanía global” y de “soberanías múltiples”.

En este contexto, la globalización ha desmontado epistemológicamente el concepto de *cronotopo*, con la propuesta de una “simultaneidad sincrónica” (Beck, 1998) o de un “tiempo atemporal” (Castells, 1998: 131) y la de un espacio desterritorializado. Ante esta situación, investigadores como Margarita Barañano (1999: 127) formulan preguntas como la siguiente: “¿Pueden los lugares mantener su identidad –una nueva identidad *topopoligámica*– en este nuevo contexto de hibridación de los rasgos propios con los de otros muchos lugares y de apertura a influencias globales, procedentes de muchas localidades distintas a aquéllas en las que radican?”. En las formulaciones de algunos teóricos de la información pueden encontrarse respuestas a esta pregunta (o interrogaciones parecidas).

### **¿HOMOGENEIZACIÓN O IMPERIALISMO DE LA COMUNICACIÓN?**

Aunque las ciencias sociales se han mostrado muy activas estos últimos años en el debate las cuestiones anteriormente enunciadas, el concepto de globalización, o del *tecnoglobalismo* como prefiere denominarlo Mattelart (2002: 95), cuenta con una larga historia y ha afectado en el transcurso del tiempo a los retos de ese fenómeno que los norteamericanos llamaban “la conquista de los corazones y de las almas” y los soviéticos “la guerra ideológica”. Entre sus antecedentes no pueden obviarse los estudios sobre la información de McLuhan y su tesis de la “aldea global”, tomada a su vez de la propuesta de “planetización” de Theilhard de Chardin, así como los trabajos de los años sesenta de Carston (1966) sobre la sociedad mundial o de Moore (1966) acerca de la sociología global. Aparte de teorías enunciadas, me interesa resaltar ahora cómo la noción ha vuelto a rebrotar con fuerza en varios foros, entre ellos en el de la administración norteamericana, en la que el ex-vicepresidente Albert Gore, a propósito de las “autopistas de la información” hizo especial hincapié en la idea de “aldea global” como “la gran familia humana”. Contra ella ya mostró su disgusto Roland Barthes en *Mitologías*, tal hipótesis parece estar presente desde el descubrimiento de América hasta Nicholas Negroponte o Bill Gates. Otro de los precursores del concepto de globalización sería Zbigniew Brzezinski, con su noción de revolución tecnetrónica en la que se postula una sociedad global. Esta tesis como la de McLuhan no pueden

desligarse, según Mattelart, de los discursos sobre los crepúsculos o los finales, expuestos en libros como *The end of ideologies* (1962), de Daniel Bell. Subyace, por otra parte, en estas estrategias, la defensa de lo que ya en los años sesenta Habermas llamaba “la libertad de colonizar la esfera pública”. Frente a estos intentos, ejemplificados en actuaciones como el Acuerdo Multilateral sobre Inversiones (AMI), se ha adoptado una actitud de resistencia, como se refleja en *Le Monde Diplomatique* desde hace varios años.

Estudiosos de las teorías de la comunicación no dudan en considerar los medios globales como los nuevos misioneros del capitalismo corporativo (Herman-McChesney, 1999), y consejeros y ex-consejeros de la administración norteamericana se atreven a señalar y a concretar a quien le compete liderar esta alta misión. Así, Richard Hass, director de estudios de política exterior de la Brookings Institution y antiguo consejero especial del presidente Bush padre, en su libro *The Reluctant Sheriff* (El sheriff a su pesar) considera que le corresponde precisamente a Estados Unidos el papel del sheriff planetario. Atendiendo a su código de conducta –y en contraste con el policía- el sheriff parece estar ocupado sólo a tiempo parcial. A semejanza del imaginario del *western*, el sheriff planetario, como explica Herbert I. Schiller (2002: 119), “trabaja sólo cuando se hace necesario organizar su influencia contra los poderes recalcitrantes –los *estados parias* en su jerga–, o dicho de otra manera, contra zonas o grupos que no aceptan la orden impuesta por Washington. Entonces el sheriff reúne a un destacamento de *estados voluntarios* para que le ayuden a restablecer el orden”. En esta concepción, que goza de amplio consenso en Estados Unidos, la Brookings Institution está considerada como un “tanque de ideas”, centrista, homogeneizador, y la política exterior se reduce a la movilización de milicias. Pero a diferencia de los *westerns*, en los que los problemas pueden coger desprevenido al *sheriff* del lugar, en el escenario internacional los conflictos difícilmente pueden sorprender al gran *sheriff* planetario. No faltan voces que lo consideran como uno de los provocadores directos o indirectos de los mismos.

Insistiendo en el liderazgo y en el mesianismo norteamericanos, Joseph S. Nye y William A. Owens, con responsabilidades en los últimos años del siglo XX en la Secretaría de Defensa y en el Comité conjunto del Estado Mayor estadounidense

subrayaron la “decisiva ventaja de América en materia de Información”: “El país en la vanguardia de la información será más poderoso que ningún otro (...) En el futuro previsible, ese país será Estados Unidos” (Nye-Owens, 1996). Y si la supremacía nuclear era la *conditio sine qua non* para dirimir las cuestiones de antaño, en la era de la información –según los citados autores- será la supremacía en esta materia la que desempeñará dicho papel. Sus predicciones de que en el siglo XXI Estados Unidos alcanzarán esta preeminencia ya pueden darse por cumplidas. Los medios de comunicación constituyen la nueva moneda del reinado internacional y la potencia norteamericana se haya mejor situada que las demás naciones para manejar sus recursos materiales y operativos a través de la información. Otro analista político, David Rothkopf, director general de *Kissinger Associates* y uno de los responsables de la administración Clinton, en su trabajo *¿Elogio del imperialismo cultural?*, se expresa en términos parecidos: “Para Estados Unidos, el objetivo central de una política exterior en la era de la información debe ser ganar la batalla de los flujos de la información mundial, dominando las ondas, lo mismo que Gran Bretaña dominaba en otros tiempos en los mares” (Rothkopf, 1997).

La actual administración de Bush ha elevado a sus máximas cotas el poder de la información no sólo como auxiliar de la estrategia política, sino también como arma operativa fundamental. Esto ha incrementado la importancia otorgada en los últimos años al papel del cine, la televisión, los multimedia, la teleinformática y, en general, los medios de comunicación, en el debate internacional sobre la globalización.

Alain Touraine a comienzos de la última década del siglo XX estimaba que la globalización podía percibirse como un proceso ideológico para imponer una “cultura global” al resto del mundo. Dicha *cultura global* provendría del modo de vida de los Estados Unidos, que al extender su cine, sus usos sociales y algunos de sus productos de consumo más característicos a todos los continentes, estaría generalizando un auténtico proceso de homogeneización. A esta política identificadora contribuiría poderosamente la sociedad de redes. El último informe de la Unión Internacional de Comunicaciones ha constatado el avance del Internet junto con el de la telefonía móvil; y si en la valoración de ese desarrollo no coinciden Europa y Estados Unidos, el citado informe pone de manifiesto que mientras los portales no aumentan sus ganancias, sí lo hacen los

operadores, debido a que son ellos quienes controlan las redes por donde fluye el tráfico de Internet. Por otra parte, los estudios y encuestas han demostrado que la homogeneización supuestamente imparable no ha confirmado hasta la fecha las afirmaciones construidas en torno a la amenaza del “pensamiento único”. Sin olvidar la afirmación de Ulf Hannerz, según la cual los fenómenos culturales de nuestro tiempo se desarrollan en un “espacio ecuménico global de interacción e intercambio cultural permanente” (Hannerz, 1996: 107), Lourdes Arizpe y Guiomar Alonso (2000) sostienen que existe una gran divergencia en cuanto a los efectos de la globalización sobre la cultura, ya que otros autores afirman que los procesos globales están produciendo nuevas diferencias que se expresan en formas cualitativamente distintas a las de las décadas anteriores. Este es el caso de Néstor García Canclini (1999) cuando habla de globalización imaginada o de Paul Streeten cuando afirma que en el terreno económico la percepción de que ha ocurrido una globalización o integración es considerablemente mayor a lo que ha sucedido en realidad; y esto mismo es predicable de los procesos culturales. Tales presupuestos pueden valorarse como una vía intermedia entre los que defienden que nunca se borrarán la propia identidad cultural y los que ven como una determinación inevitable el proceso de homogeneización. En esta tercera vía puede inscribirse la tesis de Featherstone (1990: 10) de que “la variedad de respuestas al proceso de globalización sugiere claramente que hay pocas posibilidades de que (surja) una cultura global unificada, en vez de culturas globales en plural”, y no faltan autores, como el citado García Canclini que resaltan lo positivo de los procesos de internacionalización o transnacionalización: “Intensificar los intercambios de arte, literatura, cine y televisión de calidad, que presenten las trayectorias de cada sociedad, puede contribuir a liberarnos de los estereotipos, de uno y de otro lado, y a pensar juntos en lo que es posible hacer en nuestras sociedades, y entre ellas, para que sean menos desiguales, menos jerárquicas y más democráticas” (García Canclini, 1999).

Claros divergencias con las tesis expuestas presenta la doctrina francesa de la “excepción”, basada en el principio de que la cultura –y dentro de ella, el audiovisual– tiene un valor intrínseco que es necesario mantener y proteger, no sólo para beneficiar la producción y diversidad artística, sino también para defender la identidad nacional y la soberanía cultural. En otros foros, además del francés, cuestiones como la participación

y actividad de las audiencias de los medios y usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación se han convertido en el eje de discusiones teóricas y reformulaciones metodológicas que ponen en cuestión la tensión entre libertades y sujeciones simbólicas de los sujetos respecto de sus experiencias y prácticas culturales. Así en el marco del Foro Social Mundial de Porto Alegre (27 y 28 de enero de 2001) se consideró que las transformaciones operadas por la revolución digital en el mundo de la comunicación han determinado que ésta se constituya en un pilar fundamental del proceso de globalización. Por su importancia estratégica, los medios de comunicación se han convertido en el sector económico de punta, caracterizado por la tendencia a la concentración monopolista, animada por la fusión de los grandes grupos que son los principales actores de la globalización. Como resultado de esta dinámica, en la estructura del poder mundial los conglomerados que controlan el mundo de la comunicación se han constituido en el poder que garantiza la hegemonía ideológica del ordenamiento liberal.

El dirigismo imperialista de la comunicación lleva aparejados, en términos de Paul Virilio la vigilancia y la delación generalizada: “El eco global de la información, necesario en la era del gran mercado planetario, se parece así en muchos aspectos a las prácticas y la explotación de la información militar, así como a la propaganda política y a sus excesos. “Quien sabe todo no tiene miedo de nada”, pretendía ayer el ministro nazi de propaganda Joseph Goebbels. Ahora con la puesta en órbita de un nuevo tipo de control panóptico, que verá todo o casi todo, ya no habrá nada que temer de los competidores inmediatos” (Virilio, 2002: 76). A las sociedades de reclusión, denunciadas por Michel Foucault, suceden, según Virilio, las sociedades de control anunciadas por Gilles Deleuze. Cuanto más se encoge el mundo por el efecto relativista de las telecomunicaciones –escribe Virilio (2002: 79)–, más violento se hace el enfrentamiento, con riesgo de un *crash* económico y social que no sería más que la prolongación del *crash* visual de ese “mercado de lo visible”, en el que la burbuja virtual de los mercados financieros (interconectados) es siempre sólo la consecuencia fatal de esta burbuja visual de una política que se ha vuelto, a la vez, panóptica y cibernética”. Para Paul Virilio parece claro que en la era de la interconexión global, nuestro desequilibrio se inspira con mucha precisión en las pantallas de Wall Street, de

la misma forma que en esta época de crisis ecológicas todas las miradas están pendientes de aquellos centros de control y dominio instrumental que podrían intentar no incrementarlas. Las crisis ecológicas son las más globalizadoras ya que afectan a humanos, animales y plantas, y cuando en torno a ellas se ha despertado una conciencia cosmopolita como la de la Cumbre de la Tierra (Johannesburgo, agosto-septiembre de 2002), encaminada a lograr un desarrollo sostenible –armonioso con el medio ambiente, y contra la pobreza- el presidente de los Estados Unidos decide no acudir a ella. ¿Hacia donde camina la globalización y cuáles son las claves de este complejo proceso? Son preguntas a las que hoy resulta muy difícil responder, y a las que sólo podemos añadir nuevas interrogantes, planteadas ahora desde la teoría de la información y la propia semiótica.

### **GLOBALIZACIÓN E INFORMACIÓN.**

Entre los objetivos de la administración estadounidense, como se ha expuesto con anterioridad por boca de uno de sus responsables, destaca el intento de dominar los flujos de la información mundial. Es el verdadero poder en la *sociedad red*, caracterizada, según Manuel Castells, por una nueva economía, la economía informacional/ global y por una nueva cultura, la cultura de la virtualidad real. En el informacionalismo, como escribe el mismo Castells (1998: 114), “la generación de riqueza, el ejercicio del poder y la creación de códigos culturales han pasado a depender de la capacidad tecnológica de las sociedades y las personas, siendo la tecnología de la información el núcleo de esta capacidad”. Estamos ante una nueva forma de capitalismo, el capitalismo informacional, que se basa en la producción inducida por la innovación y la competitividad orientada a la globalización, para generar riqueza y para apropiársela de forma selectiva. Las divisiones sociales fundamentales de esta Era de la Información son: la fragmentación interna de la mano de obra entre productores informacionales y trabajadores genéricos reemplazables, la exclusión social de un segmento significativo de la sociedad compuesto por individuos desechados y la separación entre la lógica de mercado de las redes globales de los flujos de capital y la experiencia humana de las vidas de los trabajadores (Castells, 1998: 127). Las batallas de poder son las batallas culturales y se libran primordialmente en los medios de

comunicación y por los medios de comunicación, pero estos no son los que ostentan el poder: “El poder, como capacidad de imponer la conducta, radica en las redes de intercambio de información y manipulación de símbolos, que relacionan a los actores sociales, las instituciones y los movimientos culturales, a través de iconos, portavoces y amplificadores intelectuales” (Castells, 1998: 129). La tecnología informacional comprime el tiempo, desterritorializa el espacio y priva de su verdadera dimensión a la historia: “Al recluir al poder en el espacio de los flujos, permitir al capital escapar del tiempo y disolver la historia en la cultura de lo efímero, la sociedad red desencarna las relaciones sociales, induciendo la cultura de la virtualidad real (...) En el paradigma informacional ha surgido una nueva cultura de la sustitución de los lugares por el espacio de los flujos y la aniquilación del tiempo por el tiempo atemporal: *la cultura de la virtualidad real*” (Castells, 1998: 131-132). Esta es, en síntesis, la estructura de la Era de la Información, que Castells denomina *sociedad red*, porque está compuesta por redes de producción, poder y experiencia, capaz de construir una cultura de la virtualidad en los flujos globales que trascienden el espacio y el tiempo.

En relación con la globalización y la información, Wolton (1991) ya se había referido a un espacio público mediatizado, como espacio simbólico en el cual se confrontan y se organizan las opiniones; y en cuanto al tiempo observa que el sistema de la información acentúa el valor de “el directo”, matizando que entre el tiempo de la tecnología y el tiempo de los medios es cada vez más difícil preservar el tiempo social.

A su vez Mauro Wolf (1997: 244) hace ver que en la era de la globalización o de la información, los medios desempeñan un doble papel: están en la esfera social, formando parte integrante de la misma, y al mismo tiempo la definen, reproduciendo y estableciendo los criterios de visibilidad y relevancia social de los fenómenos colectivos. En esta planetarización del sistema los medios son el instrumento de internacionalización de las conductas colectivas. La circulación de informaciones unifica potencialmente el sistema mundial, y al mismo tiempo mundializa los problemas y los terrenos en los que nacen los conflictos. La globalización puede generar procesos de imitación de las conductas presentadas por los medios o procesos de afirmación de la propia identidad. La radicalización de este segundo proceso constituiría la otra cara de la aldea global: la proliferación de “tribus” fragmentadas y difusas (Wolf, 1997: 249).

En el marco de la antiglobalización se han construido las “estéticas de la resistencia”, se ha reescrito, gracias a ciertos filmes, la historia colonial, se han filmado los documentales combativos del Tercer Cine, se han llevado a cabo, con gramática jocosa, subversiones carnavalescas, se ha utilizado el sincretismo como estrategia artística, y frente a los discursos dominantes, se ha desplegado una especie de *jiu-jitsu* mediático, ejemplificado esto último en películas como *Babakiueria* (1898), de Don Featherstone o *Isle of Flowers* (1990) de Jorge Furtado (Shohat-Stam, 2002: 249-315). Los medios pueden tender a la homogeneización cultural pero también hacen visibles las desigualdades y la fragmentación social: no sólo contribuyen a incrementar de manera significativa los intereses en torno a los grupos, instituciones y movimientos sino también a ver representados y discutidos esos intereses en el espacio público mediatizado. Otra muestra de influencia de los medios aparece ejemplificada en el título del libro de Ignatieff, *La necesidad de los otros* (1984). Los medios son eficaces defensores de los intereses de quien los manipula, pero a su vez pueden promover actitudes de defensa y de movilización. Ignatieff lo ha explicado con claridad por lo que se refiere a la televisión: “Por un lado la televisión ha contribuido a derribar las barreras de nacionalidad, religión, raza, geografía que subdividían en otro tiempo nuestro espacio moral de las personas que éramos responsables y aquellas que estaban más allá de nuestro alcance. Por otra parte, nos transforma en guardianes del sufrimiento de los otros, en turistas en el paisaje de su angustia, nos pone cara a cara con su destino, escondiendo al mismo tiempo las distancias sociales, económicas, morales que nos separan. Esto es un enredo de efectos contradictorios que se anulan unos a otros” (Ignatieff, 1988:268). Los medios contribuirían de esta forma a la defensa de los derechos humanos, a construir, como diría Ignatieff una “política de especie”, que remite a una opinión pública global, mundial. Por otra parte la globalización de la información en la producción y en la difusión no significa que estemos condenados a la aldea global. La globalización no excluye la localización, la implica. Frente a los flujos comunicativos globales, universales, continuamos siendo parte de una cultura, generamos la experiencia de lo social a partir de una identidad específica, situada, aunque esta cultura local cada día se vea más afectada por la presencia constante de los flujos globales. Cuanto más se amplía la gama de los mensajes que recibimos, como

observa Wolf (1997: 253), más importancia adquiere el anclaje, la referencia a sistemas de interpretación y de identidades culturales que nos son familiares; pero al mismo tiempo, tales sistemas no salen indemnes respecto a la dilatación de los confines, a la alteración del significado de la relación entre local/ global. Si de una parte no es casual que no se haya hablado tanto de identidad cultural como en los últimos años en los cuales los flujos comunicativos de los medios franquean sin dificultad las fronteras, por otro lado tampoco es casual que las mismas fronteras y los espacios de las identidades culturales no puedan ya definirse en términos de referencia tradicional.

Sin intentar definir cuál sea el papel exacto de los medios en el proceso de la globalización, no hay duda de que contribuyen a presentar “la coexistencia de visiones incompatibles y la persistencia de movimientos contradictorios”. La cuestión se problematiza cuando se produce la concentración de los mismos y la unidireccionalidad de los mensajes o de los textos. Por otra parte los medios construyen un tipo de gramática en la que la semiótica interpretativa, en palabras de Mannetti (1995), no siempre logra desvelar ni descubrir al verdadero enunciador empírico. La comunicación que se establece a través de los medios moviliza los *efectos de realidad*, fundamentales para instaurar la creencia y la persuasión, e introduce las imágenes o simulacros del enunciador y del enunciatario, así como el simulacro del intercambio comunicativo. El hecho de que el destinatario acepte una comunicación está íntimamente ligado a la credibilidad que el emisor consiga transmitir. En este sentido, Mannetti reproduce un texto de Patricia Magli y Maria Pia Pozzato, en el que se resume el cuadro de la comunicación en la teoría greimasiana: “La comunicación no se entiende como un simple hacer informativo sino que, siguiendo las huellas de la filosofía del lenguaje anglosajona, se trata de un verdadero y propio *acto*, de una actividad que transforma a los actantes de la relación intersubjetiva; es una acción que un hombre ejerce sobre otro hombre. El concepto de intercambio, así como el de estructura polémica y de contrato, no hacen de este lugar un terreno pacífico, sino un espacio de lucha, de adquisiciones, de reconocimientos. La eficacia comunicativa no consiste tanto en la *comunicación recibida* cuanto más bien en la *comunicación asumida*, en el sentido de adhesión ‘íntima y total’. Si asumir la palabra del otro implica, en cierto modo, creérsela, entonces se trata de un *decir para ser creídos*” (Mannetti, 1995: 80-81). De ahí la

necesidad que tiene el enunciador empírico de introducir en el texto imágenes que sean correctas (en el sentido de creíbles) para el enunciatario empírico. No interesa tanto descubrir la identidad ni el rostro *real* del responsable de su elaboración y difusión, ni tampoco se aclara mucho afirmando que la responsabilidad y el control residen en las propias “redes de intercambio de información y manipulación de símbolos”. No parece que haya en este punto una intención clara de contribuir a la cultura de la certeza y de verificabilidad sino más bien a la cultura de la sospecha, tan importante en el universo de la globalización, y a cuya construcción tampoco son ajenos los medios de comunicación. Es más: su presencia resulta inevitable en cualquier estrategia que se siga.

## Referencias bibliográficas

- ALBROW, M. (1996). *The Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- ALBROW, M., EADE, J., DÜRRSCHMIDT, J., y WASHBOURNE, N. (1997). «The Impact of Globalization on Sociological Concepts: Community, Culture and Milieu». En EADE, J. (1997). *Living the Global City. Globalization as Local Process*. Londres: Routledge, 20-36.
- ARIZPE, L.-ALONSO, G. (2000). *Cultura, comercio y globalización*. París: Proyectos sobre políticas culturales en la UNESCO.  
<http://168.96.200.17/ar/libros/mato2/arizpealonso.pdf>
- BARAÑANO CID, M. (1999). «Postmodernismo, modernidad y articulación espacio-temporal global: algunos apuntes». En *Globalización, riesgo, reflexividad*. Ramos Torre, R.- García Selgas, F. (eds.), 105-135, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- BECK, U. (1998). *¿Qué es la globalización?* Barcelona: Paidós.
- BORJA, J., CASTELLS, M. (1997). *Local y global*. Madrid: Taurus.
- CARLSTON, K. S. (1966). *Law and Organization in World Society*. Urbana (Ill): University of Illinois Press.
- CASTELLS, M. (1997). *La sociedad red*, 1 vol. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid; Alianza Editorial.
- \_\_\_\_ (1998). «Entender nuestro mundo», *Revista de Occidente*, 205, 113-145.
- FEATHERSTONE, M., LASH, S., y ROBERTSON, R. (1995). *Global Modernities*. Londres: Sage.
- FOUCAULT, M. (1986). «Of Other Spaces», *Diacritics*, 16, 22-27.
- GARCÍA BLANCO, J. M. (1999). «De la mundialización y la globalización al sistema de la sociedad mundial». En Ramos Torre, R. y García Selgas, F. (eds.) *Globalización, riesgo, reflexividad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 21-55.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999). *La Globalización Imaginada*. México: Paidós.
- GIDDENS, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- \_\_\_\_ (1998). *The Third Way. The Renewal of Social Democracy*. Cambridge: Polity: Press.
- HANNERZ, U. (1996). *Transnational Connections*. London: Routledge.

- HERMAN, E. y McCHESNEY, R. (1999). *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.
- IGNATIEFF, M. (1984). *I bisogni degli altri*. Bologna: Il Mulino.
- \_\_\_\_ (1988). «L'etica della televisione», *Comunita*, n. 189-190 (1988).
- JAMESON, F. (1996). *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta.
- KLEIN, N. (2001). *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.
- LUHMANN, N. (1992). *Beobachtungen der Moderne*. Opladen: Westdeutscher.
- \_\_\_\_ (1995). «Kultur als historisches Begriff», *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, 4, 31-54.
- \_\_\_\_ (1998). *Complejidad y modernidad, o de la unidad a la diferencia*. Madrid: Trotta.
- MANNETTI, G. (1995). «Los modelos comunicativos y la relación texto-lector en la semiótica interpretativa». En GRANDI, R. (1995). *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Boxee.
- MATTELART, A. (1993). *La comunicación-mundo*. Madrid: Fundesco.
- \_\_\_\_ (2002). En RAMONET, I. (ed.) (2002). *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*. Barcelona: Icaria.
- MOORE, W. E (1966). «Global Sociology: The Word as a Singular System», *American Journal of Sociology*, 71, 457-482.
- NYE, J.S., OWENS, W. A. (1996). «America's Information Edge», *Foreign Affairs*, marzo-abril de 1996.
- PÉREZ-AGOTE POVEDA, A. (1999). «Globalización, crisis de Estado y anomia. La teoría social visita Europa». En *Globalización, riesgo, reflexividad*, 57-72, Ramos Torre, R. y García Selgas, F. eds. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- PIETERSE, J. N. (1995). «Globalization as Hybridization». En Featherstone, M., Lash, S., y Robertson, R. (1995). *GlobalModernities*. Londres, Sage, 45-68.
- RAMONET, I. (ed.) (2002). *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*. Barcelona: Icaria.
- RAMOS TORRE, R. y GARCÍA SELGAS, F. eds. (1999). *Globalización, riesgo, reflexividad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ROBERTSON, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Londres: Sage.

- ROTHKOPF, D. (1997). «In Praise of Cultural Imperialism?», *Foreign Policy* (1997), nº 107.
- SCHILLER, H. I. (2002). «El ciberespacio. Nueva arma del imperialismo». En Ramonet, I. (ed.) (2002). *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*. Barcelona: Icaria, 117-132.
- SOHAT, E. y STAM, R. (2002). *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- VIRILIO, P. (2002). «Videovigilancia y delación generalizada». En Ramonet, I. (ed.) (2002). *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*. Barcelona: Icaria, 73-80.
- WOLF, M. (1997). «Las influencias discretas», *CIC, Servicio de Publicaciones UCM*, 3, 243-256.
- WOLTON, D. (1991). «Les contradictions de l'espace public médiatisé», *Hermes*, nº 10.