

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

"La Nueva Sociedad del Espectáculo: los Media y el Mercado de la Experiencia"

**Junio - Julio
2004**

Número 39

**Coordinación: Juan Miguel Aguado,
César San Nicolás y Pedro Hellín**

Introducción

En un contexto dominado por la espectacularización de las experiencias expresivas de los destinatarios colectivos de la comunicación social, son las industrias culturales las responsables de haber redefinido la dimensión conceptual inherente al concepto...

El Paradigma Mercantil en la Generación de la Cultura Mediática: Experiencia Vs. Consumo

**Antía López y Enrique Castelló
(España)**

Comencemos por examinar una noción de cultura señera elaborada desde el territorio de las teorías de la comunicación: nos referimos a esa cuya autoría corresponde a Abraham Moles (1985), quien define la cultura en los términos del producto residual –vestigio, sedimento, poso– de una comunicación...

Media Culture and the Triumph of the Spectacle

Douglas Kellner (EUA)

During the past decades, the culture industries have multiplied media spectacles in novel spaces and sites, and spectacle itself is becoming one of the organizing principles of the economy, polity, society, and everyday life. The Internet-based economy has been developing hi-tech spectacle as a means of promotion, reproduction, and the circulation and selling of...

El Mercado de la Identidad Corpórea y sus Contornos Emocionales

Joaquín Guerrero (España)

El término angustia refiere múltiples connotaciones semánticas. Lo cierto es que la angustia, unas veces entendida como *angustia vital*, otras como *angustia existencial* o como *angustia neurótica* ha presidido un número casi inabarcable de obras literarias, artísticas y científicas. Ha sido una cuestión ampliamente debatida y...

El Sujeto Residual en el Escenario Mediático

Gonzalo Lucas (España)

El presente trabajo pretende analizar el papel desempeñado por los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas como un fenómeno social en el más amplio sentido del término. Toda aproximación a dicho fenómeno debe mostrarse sensible a cualquier ámbito de la vida: desde las mismas investigaciones científicas...

**Terrorismo Espectacular:
Estructura en Red y Representación de
la Violencia**

**Ma. de los Ángeles Martínez y Antonio
Gómez (España)**

La violencia mediática es hoy tan frecuente que cualquier atrocidad imposible de soportar en nuestra vida cotidiana se hace tolerable e incluso indiferente si llega a nosotros a través de los medios de comunicación. Esta aparente paradoja solo es concebible en una sociedad como la nuestra...

**Tecnocultura y Juventud en la
Comunicación Publicitaria**

Miguel Nicolás (España)

La irrupción en las sociedades occidentales de tecnologías como el teléfono móvil, los videojuegos o Internet, conlleva, a su vez, la construcción de narrativas que orienten el sentido de la práctica de las mismas. La promoción por situar cada una de estas tecnologías en un nicho de mercado promueve la aparición de experiencias sociales que no difieren...

**La Comunicación Web como Nuevo
Entorno del Entretenimiento Musical**

José Luis Campos (México)

La búsqueda de métodos para estudiar la comunicación audiovisual en Internet como fenómeno social y cultural, es una discusión que en el ámbito de la investigación podemos encontrar una gran diversidad de enfoques, con distintos grados de rigor científico. A lo largo de los últimos años de investigación y debate han ido afinándose...

**De la Prensa a los Grandes Medios de
Comunicación: el Nacimiento de las
Masas Incorpóreas**

Antonio Parra (México)

Un todavía reciente libro de José Miguel Marinas, *La fábula del bazar*, alumbra la cuestión de los orígenes, no tan recientes, de esa espectacularización actual del consumo, que incluye, por supuesto, el consumo cultural: podríamos decir más bien que la cultura y el ocio son objetos...

**El Poder en el Cuerpo. Subjetivación,
Sexualidad y Mercado en la «Sociedad
del Espectáculo»**

Rafael Vidal (España)

Al tratar de abordar de manera crítica la actual resurrección de la *corporeidad* como objeto de estudio historiográfico, dirigiendo, así, una «llamada de atención sobre la presencia suprimida del cuerpo – ignorada u olvidada demasiado a menudo– dentro de muchas otras ramas más prestigiosas del saber académico»

**La Superestructura-Media: una
Introducción**

Antonio Caro (España)

El objeto del presente trabajo es fundamentar y exponer una nueva visión de los *mass-media* –utilizando esta expresión anglosajona en lugar de su ambigua e imprecisa adaptación al castellano “medios de comunicación de masas”– entendidos, conforme a la terminología marxista, como *superestructura-media*: esto es, como dispositivo de carácter epifenoménico...

ARTÍCULOS VARIA

Alta Definición, Cine, Audiovisión y Renovados Dilemas entre Arte y Tecnología

José Rojas (Cuba)

Uno de los debates actuales a propósito del impacto cultural de la innovación tecnológica de los medios, versa sobre si la comunicación digital contribuye a la democratización de la sociedad en la medida en que facilita el acceso a ciertos...

A propósito de la Violencia en el Argot

Laura Hernández (México)

El argot es uno de los nombres que ha tomado un lenguaje que se ha relacionado con los maleantes y los malvivientes. Digamos que es una especie de lenguaje blasfemo, puesto que está excluido del espacio institucional. Es un lenguaje de la calle y, en ese sentido, está integrado a lo que...

El Rescate del Informe Mc Bride y la Construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información

Javier Esteinou (México)

Con motivo de la celebración internacional del XXV aniversario del Informe MacBride, es conveniente reflexionar sobre las aportaciones y repercusiones que provocó para evaluar que tanto se cumplió el espíritu de tan trascendente propuesta...

La Nueva Dimensión de Comunicación Empresarial en el entorno de los Activos Intangibles

Ma.Victoria Carrillo y Juan Tato (España)

Trabajar en comunicación, es saber que no se trata de una ciencia exacta, es una joven ciencia en donde uno más uno pueden ser dos... o quizá no; y también es saber que tanto en el terreno empresarial como...

Sistemas y Tecnologías de Información en las Micro y Pequeñas Empresas

Lordes Orozco (México)

Empezar un negocio no es una tarea fácil, hay que llevar a cabo múltiples tareas antes que si bien uno puede realizar solo, definitivamente otras no. ¿Motivos? Falta de tiempo, conocimiento, personas, etc. Eso es lo de menos, lo que si podemos asegurar es que en...

Fotografía y Momento Digital

Jacob Bañuelos (México)

En alusión al "momento decisivo", concepto atribuido a Henry Cartier-Bresson, el fotógrafo Pedro Meyer distingue el "momento digital", para enunciar las cualidades del trabajo fotográfico digital contemporáneo, raíz que nos da pie a para distinguir las etapas del trabajo de producción fotográfico digital.

Cuatro Caminos en la Búsqueda del Conocimiento

Alejandro Ocampo (México)

Aunque oficialmente acuñado y delimitado por Descartes, la idea de una metodología o forma o manera para conocer la realidad subyace a todas las epistemologías precartesianas y es que, en medio del debate de cómo es el mundo y cómo se percibe, existe un presupuesto, una especie de ancla sobre la...

Nociones de Imagen Pública

Citlalic Peralta (México)

En años recientes la imagen pública se ha convertido en un área de oportunidades para académicos, investigadores y profesionales de las Ciencias de la Comunicación. Para las personas, personajes, empresas, instituciones, partidos, organizaciones es muy importante reparar en la importancia de su imagen...

El Concepto del "Cambio" en el Discurso Político a Cuatro Años de la Alternancia

Alvaro de Gasperín (México)

Considerado como uno de los discursos menos vinculados a la ética dado su eminente carácter persuasivo y de convencimiento -cuyos límites con la manipulación son prácticamente imperceptibles- el discurso político se ha planteado actualmente en los diversos sectores del análisis...

Estudiantes Espectadores y Constructores

Jerónimo Rivera, John Osorio y Uriel Sánchez (Colombia)

"Las imágenes hablan por sí solas" y "una imagen vale más que mil palabras" son algunas de las ideas más frecuentes cuando se trata de definir la relación que existe entre el espectador y la imagen que mira. Esta visión ha sido revisada e incluso refutada por autores como...

Fuera del Olimpo

Carlos Fara (Argentina)

La baja en la popularidad del presidente Kirchner lo puso ya fuera del templo de los intocables. Pero algo de esto ya se había anticipado en diciembre. Así denominamos la columna que salió publicada por este medio en enero, con motivo de los resultados de nuestra medición de opinión pública de diciembre.

Hermenéutica de la Cura de Sí Novohispana en el Siglo XVI

Armando Barrañón (México)

Reconstruir el significado del "cuidado de sí" característico de la mística novohispana, promovida en la Nueva España por los religiosos, a partir del análisis de las crónicas y el arte indocristiano, implica un estudio hermenéutico de las crónicas...

El Abuso de los Medios Audiovisuales e Informáticos como Herramientas Didácticas

Ixchel Castro (México)

Si repasamos la historia de los medios audiovisuales en México, podemos observar los diversos métodos creados por los misioneros para salvar el problema de la comunicación, intentaron evangelizar mediante señas y gestos, después mediante ideogramas y pictogramas hasta llegar a la pintura en grandes lienzos.

Vedettismo de los Creativos en la Comunicación Publicitaria

Norberto Álvarez-Debans (Argentina)

La creación del contenido del mensaje publicitario es propia de los creativos. Transferir luego este mensaje al público objetivo, a través de los soportes mediáticos, es labor de los planificadores de medios. Seleccionar los soportes, crear el mix de medios pertinente y la estrategia de la acción, es la otra mitad en la...

Sistemas y Tecnologías de Información en las Micro y Pequeñas Empresas

Lourdes Orozco (México)

Empezar un negocio no es una tarea fácil, hay que llevar a cabo múltiples tareas antes que si bien uno puede realizar solo, definitivamente otras no. ¿Motivos? Falta de tiempo, conocimiento, personas, etc. Eso es lo de menos, lo que si podemos asegurar es que en algún punto del camino nos perdemos y a veces el no...

Biotecnología y Desarrollo Económico

Ezequiel Tamborini (Argentina)

A mediados de la década del '90 funcionarios del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) comenzaron a observar con preocupación el aumento de las exportaciones de soja realizadas por Brasil y la Argentina. En 1990/91 ambos países sudamericanos exportaron en conjunto...

Reflexiones sobre la Inseguridad en México

Aurora González (México)

La marcha contra la delincuencia, que se llevó a cabo el domingo 27 de junio, muestra la solidaridad del pueblo mexicano frente a una situación adversa, sin embargo, difiere del movimiento realizado por la sociedad ante los terremotos de 1985, cuando la gente salió a actuar: apoyó proporcionando maquinaria, quitando...

Interconexión entre Redes de Internet Latinoamericanas: Brasil y México

Carlos Silva (México)

A pesar de los esfuerzos de los países latinoamericanos por hacer más eficientes sus redes de Internet, los Estados Unidos continúan siendo el principal polo del tráfico de la región. En el mediano y largo plazo, los mercados latinoamericanos de Internet estarán más...

Espectacularidad y Surrealismo en la Política Mexicana. De Fábula. De Kalimán "el hombre increíble" a Súper López Obrador "el indestructible político"

Octavio Islas (México)

A mediados de la década de 1930, los sectores más conservadores de la sociedad estadounidense llegaron a señalar a los "cómicos" como principales causantes de la delincuencia urbana.

SECCIONES

Romance Americano

Marta de Arévalo (Uruguay)

Mi abuelo vino del norte,
mi padre nació en Achar
y el ancestro de mi abuelo
vino cruzando la mar.
Mi abuela, aún la recuerdo,
reposada dignidad,
estirpe de fundadores
desde su Melo natal.

Colección de Cuentos

Marisa Avogadro (Argentina)

Le di un beso: ichuic! Y di un saltito para atrás. Me miró fijo a los ojos con sus ojitos color miel y muy brillantes. Los míos no los veía, mas imaginaba que brillaban igual. Llegaba a sentir la suavidad de su pelo gris u su olor a hierbas silvestres. Todo el paisaje hoy me parecía diferente.

Carandirú y el Inframundo de la Denuncia Brasileña

Alan Mclane (México)

El presentir un rumor a muerte que corre lentamente, que se acelera al compás de las detonaciones de metralhas por los pasillos y sobre todo, presentir que las miles de historias humanas se irán impregnando de un hedor a sangre, es uno de los...

Un Latinajo Perverso

Hildegard Allbrecht (México)

Quiero aprovechar este hermoso atril para desearles desde aquí todo lo mejor para este nuevo año. También desde aquí exhorto -a los implicados- a agregar a sus buenos propósitos de año nuevo uno que a continuación les voy a explicar. Se trata del uso adecuado de un sencillo vocablo que bien empleado nos es muy útil pero...

Platos Rotos: Muertos los Pájaros

Paloma Petschen (España)

Sara, la madre de Melisa, se pasó la vida metiéndole pájaros en la cabeza a su hija y haciéndole creer que éstos volaban. Primero se los traía, sujetos firmemente entre sus manos, impidiéndoles escapar, y después le describía el batir de sus alas. Ella no podía verlo, si los agarraba como a...

Las Brujas del Desierto de Catorce

Jorge Cortés (México)

Real de Catorce es un emplazamiento minero semi abandonado enclavado en la montaña de los cuatro ecos, en el estado mexicano de San Luis Potosí, al pie de este monte se extiende una amplia franja desértica poblada por matorral bajo y cactus que recibe por extensión el nombre de El Desierto de Catorce.

Roces

Juan Carlos Bonilla (México)

De libertad, amor y fugas están hechos los sueños, de miradas, sentimientos y culpas, está hecha la piel. Ahora, tal como no se esperaba, de junta recreo mi vida, y si tuviera que entrevistarlos, seguramente lo haría en ese lugar de algarabía, con paredes pintadas de brisa mágica, mesas de ceniza fundida y sillas de estorbo vacilador.

Demonio de la Urbe

José Luis Campos (México)

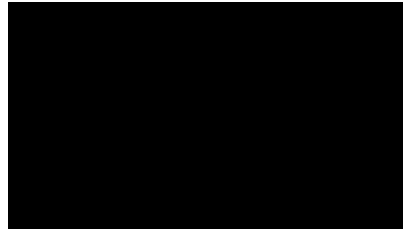
Demonio de la urbe baja de las nubes
pues siempre que te subes parece que va a llover
las gotas agridulces que siempre nos escupes
manchan a transeúntes sin dar tiempo de correr

Recordando a Eduardo Chillida desde Latinoamérica

Iñigo Sarriugarte (España)

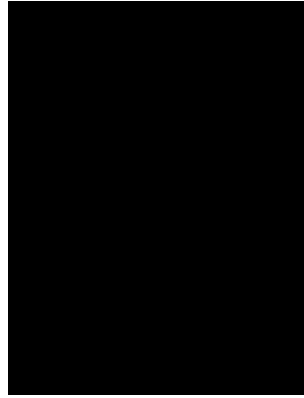
El día 19 de agosto de 2004 se cumple el segundo aniversario del fallecimiento del escultor vasco Eduardo Chillida a la edad de 78 años. Nuevamente, por estas fechas, más que nunca se vuelve a recordar su figura con nostalgia y cierta tristeza por el vacío que dejó en la escultura contemporánea.

**Espacio
Alternativo**
Jeremy Underwood
(Estados Unidos)



Interpuesto

**Octavio Islas
(México)**



Plano Focal

**Antonio Herrera
(El Salvador)**

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

El Rescate del Informe Mc Bride y la Construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información

Número Actual

**Junio - Julio
2004**

Por [Javier Esteinou](#)

Número 39

Con motivo de la celebración internacional del XXV aniversario del Informe MacBride, es conveniente reflexionar sobre las aportaciones y repercusiones que provocó para evaluar que tanto se cumplió el espíritu de tan trascendente propuesta político-cultural sobre las directrices de comunicación para las sociedades contemporáneas del siglo XX. Para ello, es necesario recuperar el caudal de ideas y alternativas que aportó en los años 80s. aquel importante debate pionero a escala mundial para intentar crear un *Nuevo Orden Mundial de la Comunicación*.

Ante ello, es necesario recordar que en 1980 el irlandés Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional y premio Lenin y Nobel de la paz, preparó la propuesta denominada *Informe MacBride* con el fin de estudiar los principales problemas de la comunicación y que fue aceptado por consenso en la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado. Durante el proceso de gestación del *Informe MacBride*, la UNESCO fue escenario de fuertes tensiones entre países partidarios y detractores por intentar promover políticas nacionales de comunicación, hasta el extremo de convertirse en un factor clave para comprender la posterior salida de los Estados Unidos y el Reino Unido de la UNESCO. Estas posiciones se aglutinaron en relación a dos conceptos antagónicos durante décadas y continúan hasta la actualidad: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) v.s Libre Flujo de la Información (*free flow of information*).

Examinando la vigencia de los planteamientos formulados hace 25 años por el Informe MacBride; hoy podemos decir al principio del siglo XXI, que dichos postulados no se han satisfecho y siguen siendo plenamente vigentes para la agenda política, cultural e informativa de la sociedad del nuevo milenio, especialmente, cuando hoy se discute en Ginebra y el Túnez, en la UNESCO el proyecto de elaboración de la nueva Sociedad de la Información. En consecuencia, su marco y visión comunicativa de la sociedad, en la mayor cantidad de los rubros propuestos siguen pendientes de construirse y deberá

ser una directriz central que tendrán que rescatar el corazón de los proyectos de cultura y comunicación contemporáneos para construir naciones y comunidades humanas más equilibradas.

Dentro de los muchos planteamientos que formuló hace más de dos décadas el *Informe MacBride*, destacan, entre otros, por su importancia vertebral para ser retomados en la actualidad, particularmente después de que los Estados Unidos se volvió a incorporar a la UNESCO el 1 de octubre de 2003; los siguientes 5 aspectos: La unidireccionalidad de la comunicación, la concentración vertical y horizontal, la transnacionalización, la alineación informativa y la democratización de la misma.

En cuanto a la unidireccionalidad de la comunicación, el *Informe MacBride*, señaló que "la comunicación es un intercambio permanente entre interlocutores iguales o al menos recíprocamente responsables. La comunicación basada en un intercambio y un diálogo libres, no solamente es más auténtica y más humana, sino que además constituye una mejor salvaguarda de la armonía social" [1](#).

Sin embargo, también existe la circulación de la información que es vertical en lugar de horizontal y se efectúa, en parte, en una sola dirección, de arriba abajo. Esta concepción de la comunicación tiende a eclipsar el objetivo, igualmente importante que consiste en fomentar el acceso y la participación del público. En éste modelo el hombre y la mujer corrientes se sienten excluidos y piensan que la destreza y el material profesional son condiciones indispensables para la comunicación.

La comunicación de tipo estrictamente vertical caracteriza a las sociedades que se basan en un sistema de estratificación social rígido, jerárquico y selectista. Los sistemas de información muy centralizados y rigurosamente controlados de circulación vertical, dirigida de arriba abajo, están admirablemente adaptados a las sociedades que reprimen la disensión y la discrepancia con respecto a la política oficial y a los que imponen unos modos de comportamiento.

En las sociedades adelantadas, la circulación vertical produce un volumen considerable de información. Pero esta información suele ofrecerse sin discernimiento, sólo va dirigida a un público preciso y definido y no ha sido concebida en función de exigencias y necesidades humanas. Por ello, se ha hablado de una carga excesiva de información, que puede convertirse en fuente de confusiones mentales, alineación, repliegue en uno mismo y pasividad.

En la actualidad esta realidad que se describió hace 25 años sigue existiendo con las mismas características en el terreno comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que desde más de dos décadas recomendó el *Informe MacBride*, para evitar la verticalidad de la comunicación, y que al respecto señaló que para transformar esta situación, es necesario acelerar la participación creciente de un mayor número de personas en las actividades de comunicación, para facilitar el progreso de las tendencias a la democratización de todo el proceso de comunicación y una expansión de las corrientes de información pluridireccionales, procedentes de una multitud de fuentes: hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente [2](#).

En cuanto a la concentración vertical y horizontal de la comunicación, el *Informe MacBride*, señaló que "la industrialización tiende a estimular la concentración de la comunicación mediante la formación de monopolios u oligopolios en materia de acopio, almacenamiento y difusión de la información. La concentración actúa en tres

direcciones: a) integración horizontal y vertical de empresas que actúan en el sector informativo y recreativo; b) participación de empresas pertenecientes a ramas industriales diferentes e interesadas por la expansión de los medios de comunicación social (cadenas de hoteles o de restaurantes, compañías aéreas, constructores de automóviles o empresas mineras interesadas por la prensa, producción de películas e incluso por el teatro); y c) fusión e interpenetración de diversas industrias de la información (creación de grandes conglomerados que abarcan múltiples medios de comunicación social).”[3](#).

Aunque a veces se debe a razones o presiones políticas, en los principales sectores de la comunicación, “la concentración viene provocada sobretudo por las condiciones que rigen la obtención de beneficios en los mercados nacionales y mundiales, y por la circulación de capitales. La concentración se deriva de varios factores, como son: a) las tendencias fundamentales de las economías de mercado; b) las tendencias a la homogenización de la información, de los mensajes y del contenido; c) las presiones económicas derivadas de los cambios técnicos en materia de edición y distribución; d) la presión de la competencia para obtener ingresos derivados del tiraje y la publicidad; e) la competencia entre los diferentes medios de comunicación social; f) la uniformización de los “productos culturales”; g) la existencia de periódicos que no responden a una necesidad económica o social precisa; h) el aumento de los gastos de producción y la reducción de los ingresos publicitarios; i) la fusión organizada de periódicos; j) los acuerdos administrativos, las medidas de fomento financiero, y las normas fiscales que van en detrimento de las empresas independientes; k) los procesos recesivos generales; y m) la inexistencia de nuevos recursos financieros” [4](#).

En los países industrializados, la concentración sigue rumbos muy diversos, como son: a) apropiación creciente de los medios de comunicación social por el sector privado; b) extensión de distintas empresas en diferentes campos (noticias, productos culturales, producción de medios de programación y fabricación de material destinado a la industria de la comunicación); c) aumento del número y de la importancia de las cadenas de periódicos; d) concentración de diarios y de diversas publicaciones periódicas diarias, semanales, mensuales en mismo editor; e) fusión de periódicos y de sociedades de distribución; f) control de la prensa por industrias o bancos; g) fusión de la prensa con otros órganos de información; y h) importancia creciente de las actividades de los medios de comunicación social dominantes”[5](#).

Dicha realidad que se expuso hace más de dos décadas sigue existiendo con las mismas características en el actual mapa comunicativo nacional e internacional. Por ello, es conveniente adoptar las medidas que recomendó el Informe *MacBride*, para evitar la concentración de la comunicación, y que al respecto señaló que “es necesario tomar medidas jurídicas eficaces para: a) limitar la concentración y la monopolización; b) conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidos en la legislación y en la política de desarrollo nacionales; c) invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando esta aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; d) reducir la influencia de la publicidad sobre la redacción y los programas de radiodifusión; y e) perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y la autonomía de los órganos de información en materia de gestión y de política de redacción, independientemente que sean privados o públicos”[6](#).

En cuanto a la transnacionalización de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que “en el plano internacional los modelos de comunicación se parecen mucho a los demás

que se aplican en los demás sectores de la vida económica. El fenómeno de la *transnacionalización* ha afectado prácticamente a todo el sector de la comunicación, de forma que la producción, los servicios y los mercados periféricos son controlados mayoritariamente por los centros hegemónicos”⁷.

En resumen, “la industria de la comunicación está dominada por un número relativamente pequeño de empresas que engloban todos los aspectos de la producción y la distribución, están situadas en los principales países desarrollados y sus actividades son transnacionales. La concentración y la transnacionalización son consecuencias, quizás inevitables, de la interdependencia de las diferentes tecnologías y de diversos medios de comunicación, del costo elevado de la labor de investigación y desarrollo y de la aptitud de las firmas más poderosas cuando se trata de introducirse en cualquier mercado. Estas tendencias existen en muchas industrias, pero la comunicación constituye un sector especial. Los medios de comunicación transnacionales ejercen una influencia capital sobre las ideas y las opiniones, sobre la evolución, para bien o para mal, de todas las sociedades. De ésta manera, a las empresas transnacionales les incumbe una responsabilidad especial en el mundo actual, ya que su posición dominante en materia de información hace de ellas un elemento de la estructura que determina el desarrollo de los modelos económicos y sociales y la sociedad tiene derecho a insistir que la asuman”⁸.

Esta realidad diagnosticada internacionalmente hace 25 años por el *Informe McBride* continúa existiendo en la actualidad de manera ampliada a todos los niveles comunicativos. Por ello, con miras a contribuir a salvaguardar la democracia interna y a fortalecer la independencia nacional es necesario considerar las siguientes 5 alternativas para fortalecer las políticas de comunicación en los países desarrollados:

Primero, es necesario formular una política cultural nacional encaminada a fomentar la identidad y la creatividad culturales, recurriendo a los medios de comunicación social como sus instrumentos de apoyo. Semejante política debe incluir directrices que salvaguarden el desarrollo cultural nacional, al mismo tiempo que faciliten el conocimiento de las demás culturas. Cada cultura realza su propia identidad comparándose con las demás.

Segundo, las políticas de comunicación y cultura deberían de facilitar el acceso a los medios de comunicación social, tanto de los creadores como de diversos grupos que están en la base de la sociedad, para que puedan expresarse y hacer oír su voz; lo cual constituiría una base de dialogo cultural permanente entre las diversas comunidades.

Tercero, se requiere formular directrices compatibles entre el contenido de la publicidad, los valores y actitudes que fomenta; y los proyectos de identidad y desarrollo de las sociedades donde actúan.

Cuarto, ciertas restricciones de la concentración de los recursos pueden ser de interés público. Por ello, un requisito indispensable es que el público pueda conocer las estructuras de propiedad de los medios de comunicación social.

Y quinto, debe formularse normas básicas, directrices o un código de conducta relativos a las actividades de las empresas transnacionales para velar que no descuiden o no coloquen en peligro los objetivos nacionales y los valores socioculturales de los países que las acogen. A éste respecto la Comisión Sobre las

Empresas Transnacionales de las Naciones Unidas debería dedicar especial atención a las implicaciones de las actividades de éstas empresas en los campos de la comunicación, la información y la cultura”[9](#).

Con la aplicación de estas medidas y otras más, se podría balancear el desmedido peso ideológico y educativo que ejercen las empresas transnacionales sobre las estructuras culturales y sociales de la periferia donde actúan.

En cuanto a la alineación informativa, el Informe *MacBride*, destacó que “al mismo tiempo que prolifera el desarrollo de las comunicaciones en los últimos años poniendo al mundo exterior al alcance de millones de personas que antes vivían en comunidades aisladas; ahora surgen dos preocupaciones centrales. Primero, el desarrollo de la comunicación puede convertirse en una amenaza para la calidad de la cultura y de los valores que ésta encarna. Segundo, la apertura indiscriminada a nuevas impresiones transmitidas por los medios de comunicación de masas, aleja al público de su propia cultura”[10](#).

En éste sentido, debido a la “rapidez y al impacto de la explosión de la comunicación social se han observado efectos nocivos. La concepción de la realidad de mucha gente queda oscurecida o deformada por mensajes de los medios de comunicación social. El rápido aumento del volumen de información y distracciones ha traído consigo un cierto grado de homogenización de las diferentes sociedades, al paso que paradójicamente los individuos pueden quedar mas radicalmente cortados de la sociedad en que viven, debido a la penetración de los medios de difusión en sus vidas. La introducción de nuevos medios, en particular de la televisión, en las sociedades tradicionales ha zarandeado las costumbres seculares, las prácticas culturales ancestrales, las aspiraciones sociales y los modelos económicos. Con mucha frecuencia lo benéfico de la comunicación moderna que difunden deformaciones y distracciones insólitas producidas en las ciudades, conllevan influencias negativas que perturban el orden social. En casos extremos, los medios de comunicación han pisoteado y deformado modelos socioeconómicos que tenían varios siglos de antigüedad”[11](#).

La súbita “introducción de los medios de comunicación de masas ha reforzado que las comunicaciones interpersonales resulten mas difíciles y tensas. Debido a que la información de los medios llega a millones de individuos éstos ejercen una influencia común en los públicos de las ciudades, de los suburbios y del campo y sobre personas que tienen convicciones ideológicas y religiosas diferentes y que proceden de estratos étnicos muy diversos. Así, los estilos de vida, las costumbres, los hábitos, los gustos, las preferencias, las creencias y las opiniones tienden a deformarse en detrimento de la variedad y el individualismo. Con apoyo de las industrias audiovisuales, las empresas transnacionales han introducido en la periferia cosmovisiones extranjeras perjudiciales para la estructura de valores locales fundamentales”[12](#)”.

Frente a ésta añeja realidad el Informe MacBride señaló que “es necesario que los gobiernos y los órganos de poder instrumenten las siguientes 6 políticas generales: Primero, el establecimiento de un sistema de comunicación nacional como requisito para salvaguardar una cultura floreciente. Segundo, los medios de comunicación social deben quedar totalmente ensamblados en el sistema de comunicación, que a su vez, debe tener las características privativas del país y conciliar los medios tradicionales de comunicación y los modernos. Tercero, para garantizar la supervisión, el desarrollo y la eficacia de la pluralidad comunicativa, los medios tradicionales de información deben actuar de forma imbricada con los modernos. Cuarta, de debe fortalecer la

comunicación interpersonal para horizontal para atenuar los excesos de la comunicación vertical. Quinta, se debe fomentar las culturas endógenas frente a la intrusión de culturas externas y modernas. Finalmente, sexta, es prioritario desarrollar, vía los canales de difusión, las lenguas nacionales que en muchos países han cedido su lugar a lenguas coloniales¹³”.

Finalmente, en cuanto a la democratización de la comunicación, el Informe *MacBride*, señaló que “los derechos humanos no puede existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información, y de reunión. La transformación de esas libertades en un derecho individual o colectivo más amplio a comunicar es un principio evolutivo en el proceso de democratización”¹⁴.

Las necesidades de “una sociedad democrática en materia de comunicación deben quedar satisfechas mediante la formulación de derechos específicos tales como el derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a la protección a la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública, que encajan todos ellos en el nuevo derecho a comunicar. En vísperas de lo que cabría calificar de una nueva era en materia de derechos sociales, todas las implicaciones del derecho a comunicar deben ser el objeto de un minucioso análisis”¹⁵.

Por sus inmensas posibilidades “de influir en el espíritu y en el comportamiento de los individuos, la comunicación puede ser un modo vigoroso de promover la democratización de la sociedad y de ampliar la participación de los ciudadanos en la adopción de las decisiones. Esto depende de las estructuras, de las prácticas y de la gestión de los medios de comunicación social, así como de la medida en la cual faciliten un más amplio acceso a la comunicación, al abrirla a un intercambio de libre de ideas, de informaciones y de experiencias entre interlocutores situados en un plano de igualdad, sin predominio alguno ni discriminaciones”¹⁶.

Sin embargo, 25 años después de difundirse el Informe *McBride*, hasta el momento, estos aspectos se encuentran muy lejos de haberse alcanzado. Ante ello, el Informe planteó la necesidad de considerar los siguientes aspectos:

1.- Que los países “amplíen las fuentes de información que necesitan los ciudadanos en su vida cotidiana. Se requiere emprender un examen minucioso de las leyes y reglamentos vigentes para reducir las limitaciones, las cláusulas secretas y las restricciones de diversos tipos en las prácticas de información”¹⁷.

2.- Se debe abolir la censura o el control arbitrario de la información. En los sectores en los cuales estén justificadas unas restricciones razonables, éstas deberían quedar definidas en una ley, su aplicación estar sometida al control judicial y ceñirse a los principios formulados en la Carta de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los demás instrumentos que adopte la comunidad de naciones”¹⁸.

3.- Los obstáculos y las restricciones que se derivan de la concentración de la propiedad de los órganos de información, independientemente de que sean públicas o privadas, merecen analizarse con toda profundidad para encontrar sus vías democratizadoras. Se debe proceder a un examen crítico del problema de las condiciones financieras que se imponen a los órganos de información y de las medidas adoptadas para reforzar la independencia de la redacción”¹⁹.

4.- Por último, se deben tomar medidas jurídicas eficaces para limitar la concentración y monopolización; conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidas en la legislación y en las políticas de desarrollo nacional; invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando está aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; reducir la influencia de la publicidad sobre la política de redacción y los programas de radiodifusión; y perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y autonomía de los órganos de información"[20](#).

Con el rescate de los postulados básicos que promovió el Informe *MacBride* se debe replantear la construcción de un nuevo orden mundial de la información que equilibre los enormes desajustes comunicativos y culturales que está ocasionando la aplicación indiscriminada de la Ley del Mercado Informativo sin contrapesos reguladores. De lo contrario, cada vez más se formará una cultura y comunicación salvajes que no impedirá sobrevivir a los seres humanos del siglo XXI.

Notas:

[1](#) *Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Sean MacBride, Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO, México, D.F., 1980, paginas, 260 a 262.

[2](#) Ibid, paginas 264.

[3](#) Ibid, paginas 184 a 185.

[4](#) Ibid, paginas 184 a 185.

[5](#) Ibid, paginas 186 a 187.

[6](#) Ibid, pagina 453.

[7](#) Ibid, pagina 189.

[8](#) Ibid, pagina 190 a 197.

[9](#) Ibid, pagina 197 y 198.

[10](#) Ibid, pagina 278.

[11](#) Ibid, pagina 279 y 280.

[12](#) Ibid, pagina 279 y 280.

[13](#) Ibid, pagina 281 a 288.

[14](#) Ibid, pagina 449

[15](#) Ibid, pagina 450.

[16](#) Ibid, pagina 451.

[17](#) Ibid, pagina 451.

[18](#) Ibid, pagina 451.

[19](#) Ibid, pagina 452.

[20](#) Ibid, pagina 453.

[Dr. Javier Esteinou Madrid](#)

Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la *Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.*