



ITESM

CAMPUS MONTERREY

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CCC
A5
0253

11 de mayo de 1996

Claudia Benassini Félix
Universidad Iberoamericana
Prolongación Paseo de la Reforma 880
México, D. F.

Estimada colega:

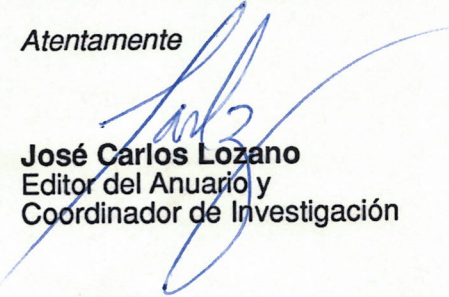
Agradezco mucho tu interés por colaborar en el III Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC.

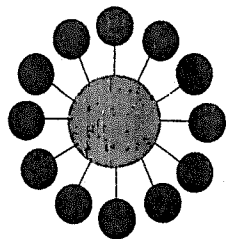
Deseo aclararte que seleccionamos dos evaluadores externos de reconocida trayectoria y solvencia profesional, quienes recibieron tu colaboración sin firma ni identificación alguna. Siguiendo las políticas normales de las publicaciones científicas, los nombres de quienes fungieron como dictaminadores de tu colaboración se mantienen en el anonimato.

Ambos evaluadores aprobaron tu artículo sin modificaciones, por lo que puedo informarte que ya está aceptado plenamente para su publicación en el anuario. Solo te solicito, como editor, que revises el estilo de las citas y referencias dentro de texto, ya que no coinciden con el que manejamos en el anuario (eliminar *ibid.*, y *op. cit.* en los paréntesis).

Te reitero el agradecimiento del CONEICC y el mío propio por tu interés en este proyecto de reflexión y divulgación.

Atentamente


José Carlos Lozano
Editor del Anuario y
Coordinador de Investigación



CONEICC

20 AÑOS DEL CONEICC
BALANCE Y PROSPECTIVA
XLI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

11 de mayo de 1996

Claudia Benassini Félix
Universidad Iberoamericana
Prolongación Paseo de la Reforma 880
México, D. F.

Estimadacolega:

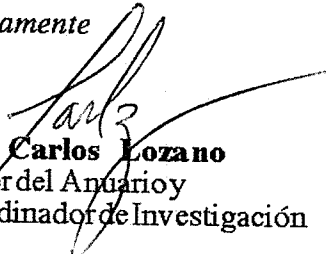
Agradezco mucho tu interés por colaborar en el III Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC.

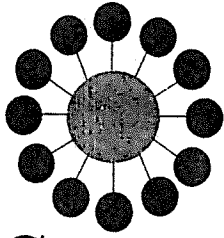
Deseo aclararte que seleccionamos dos evaluadores externos de reconocida trayectoria y solvencia profesional, quienes recibieron tu colaboración sin firma ni identificación alguna. Siguiendo las políticas normales de las publicaciones científicas, los nombres de quienes fungieron como dictaminadores de tu colaboración se mantienen en el anonimato.

Ambos evaluadores aprobaron tu artículo sin modificaciones, por lo que puedo informarte que ya está aceptado plenamente para su publicación en el anuario. Solo te solicito, como editor, que revises el estilo de las citas y referencias dentro de texto, ya que no coinciden con el que manejamos en el anuario (eliminar *ibid.*, y *op. cit.* en los paréntesis).

Te reitero el agradecimiento del CONEICC y el mío propio por tu interés en este proyecto de reflexión y divulgación.

Atentamente


José Carlos Lozano
Editor del Anuario y
Coordinador de Investigación



CONEICC

20 AÑOS DEL CONEICC
BALANCE Y PROSPECTIVA
XLI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

Claudia Benassini Félix
Universidad Iberoamericana
Prolongación Paseo de la Reforma 880
México, D. F.

20 de mayo de 1995

Estimada Claudia:

De acuerdo con tu reconocido prestigio académico en el campo de la comunicación en México, me permito solicitar tu colaboración como dictaminador del Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC III.

Como sabes, el anuario es un esfuerzo del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) para promover y difundir investigación de alto nivel que se realiza en nuestro país. En este esfuerzo, tu participación es muy importante.

Anexos encontrarás los artículos "De las identidades culturales a los separatismos en la era de la comunicación global: el caso de Quebec" e "Investigación de la demanda laboral del Licenciado en Ciencias de la Comunicación", con sus respectivas hojas de dictamen. Consideramos que, de acuerdo con tu experiencia en esos temas, eres una de las más indicadas para evaluarlos.

Te ruego hacerme llegar tus evaluaciones por fax a más tardar el 24 de mayo.

Muchas gracias por todo.

Atentamente


José Carlos Lozano
Editor

ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC II CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación --masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo NO TIENE TITULO (SE ANEXA ARTICULO)

X **I. APROBADO SIN MODIFICACIONES**

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

— **II. APROBADO CON MODIFICACIONES**

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

— **III. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL**

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la literatura y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC II CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación --masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo Propuesta de acercamiento al análisis...

Nombre del dictaminador _____
(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)



I. APROBADO SIN MODIFICACIONES

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

II. APROBADO CON MODIFICACIONES

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

III. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la literatura y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC II CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación --masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo NO TIENE TITULO (SE ANEXA ARTICULO)

Nombre del dictaminador DRA. MA. DE LA LUZ CASAS PEREZ
(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

- I. APROBADO SIN MODIFICACIONES**
El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.
- II. APROBADO CON MODIFICACIONES**
El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).
- III. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL**
El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la literatura y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

ANUARIO DE INVESTIGACION DE
LA COMUNICACION CONEICC III

Nombre del artículo "Propuesta de acercamiento al análisis..."
Nombre del autor Confidencial

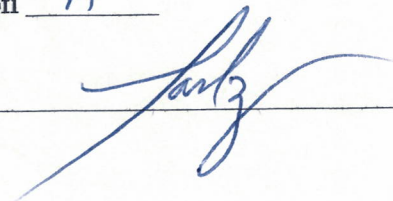
Dictaminador

Resolución A

NOMBRE José Carlos Lozano

FIRMA

(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)



A. APROBADO SIN MODIFICACIONES

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

B. APROBADO CON MODIFICACIONES

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

PRESENTACION (1).

De un tiempo a la fecha, el tema de la globalización se debate de manera creciente entre los investigadores sociales, periodistas y empresarios, entre otros interesados. No obstante, la economía ha tomado la delantera puesto que se trata de un proceso con implicaciones que en primera instancia revisten un carácter económico. Sin embargo, sus repercusiones comienzan a sentirse en otros ámbitos, como el de la cultura y las comunicaciones, por ende, nuestra agenda sobre el tema también se ha incrementado, sobre todo en lo que se refiere a la televisión, el medio que muestra mayores evidencias de haber ingresado plenamente a la globalización de las comunicaciones.

Este trabajo pretende ser una contribución al tema. En resumidas cuentas, intenta esbozar la propuesta de un marco referencia para abordar los procesos de globalización de la televisión, que contribuya a la explicación de fenómenos relacionados en el tema. Para cumplir con este objetivo el trabajo consta de tres partes. En la primera se presentan tres aspectos complementarios para abordar el proceso de globalización desde una perspectiva económica, sin dejar de lado sus relaciones con la comunicación y la cultura. La segunda parte resume tres características básicas del proceso de globalización, mismas que han comenzado a observarse en procesos televisivos. La tercera parte proporciona lineamientos para aproximarse al análisis del inicio de la globalización de la televisión mexicana —caso Televisa—, como ejemplo de la complejidad del fenómeno y como muestra de la necesidad de continuar con

estos análisis que muestran un grado de complejidad creciente. Finalmente, se presentan conclusiones y propuestas para seguir adelante con el tema.

I.— LA GLOBALIZACION COMO PROCESO ECONOMICO: MARCO REFERENCIAL PARA CONTEXTUALIZAR SU ESTUDIO.

Diversos autores (por ejemplo en Calva, 1995) coinciden al afirmar que la globalización es un fenómeno producto del capitalismo y sin nacionalidad definida. Hay diferencias en lo que se refiere a sus orígenes, pues se le ubica como un proceso tanto reciente como producto de acontecimientos que se remontan siglos atrás. Asimismo, hay consenso en que la globalización no puede entenderse sin su contraparte, la regionalización, así como el papel que en el proceso desempeñan la internacionalización del capital —o globalización de la economía mundial—, la tecnología y la competencia entre otros factores económicos que se considerarán en su momento.

1.— El sistema mundial.— También hay acuerdo en que para abordar el estudio de la globalización es importante partir de un proceso que trasciende las barreras nacionales. De aquí la propuesta de estudiarlo desde la perspectiva del sistema mundial, misma que ha sido objeto de interés de la historia económica. Immanuel Wallerstein caracteriza al sistema mundial como "...un sistema que posee reglas, límites, estructuras, grupos, miembros, reglas de legitimación y de coherencia. Su vida resulta de las fuerzas conflictivas que lo mantienen unido por tensión y lo

desgarran en la medida en que cada uno de los grupos busca eternamente remodelarlo para su beneficio” (Wallerstein, 1991:489).

A partir de esta definición, Wallerstein destaca las principales características del sistema mundial así como su inserción en la *economía-mundo* (Ibid.:490-491). Tiene vida, independientemente de los Estados-nación que lo conforman –es decir, genera estructuras y dinámicas propias–. además de que contiene en su seno una multiplicidad de culturas. Su funcionamiento descansa en el aspecto político del capitalismo como forma de organización económica, mismo que ha podido florecer porque la *economía-mundo* contiene dentro de sus límites a múltiples sistemas políticos.

Como modo económico, el capitalismo se basa en el hecho de que los factores económicos operan en el seno de una arena mayor de lo que cualquier entidad política puede controlar totalmente. Esto ha hecho posible la constante expansión económica del sistema mundial, aunque con una distribución desigual de sus frutos. Asimismo, existe una división extensiva del trabajo, no solamente funcional –es decir, ocupacional– sino geográfica: la gama de tareas económicas no tiene una distribución uniforme en el sistema, tanto por consideraciones ecológicas como por la función de la organización social del trabajo, que magnifica y legitima la capacidad de ciertos grupos del sistema para explotar el trabajo, o sea, para recibir una mayor parte del excedente.

Por otra parte, en un sistema mundial no existe un sistema político único sobre toda su extensión. En él predomina, como ya se indicó, la *economía-mundo*, que es un carácter distintivo del moderno sistema mundial. “Es una entidad económica, pero no como referente de los procesos individuales y nacionales de producción de valores de uso y de valorización” (Ibid.:28). En suma, el proceso de globalización debe atender tanto a la totalidad mundial como a las economías nacionales. Asimismo, este proceso nos remite a las relaciones que se establecen entre el centro y la periferia.

Por su parte, Federico Manchón considera que el problema de la globalización y la regionalización se ha abordado desde la perspectiva de que el sistema de precios y valores se constituye universalmente. Por lo tanto, no es cada uno del conjunto de los estados el que construye su propia economía. En este sentido, se trata de un cuestionamiento a la práctica concreta de cada uno y del conjunto de los estados históricamente situados. Por ello se vincula en primer lugar a los cambios en las condiciones del capital social, es decir, de la economía mundial. En segundo lugar, se vincula a los cambios en las condiciones de definición de la competencia internacional, es decir, del mercado mundial. El autor agrega que esta perspectiva es la única compatible con la regionalización, ya que la globalización amenaza la existencia de los estados actuales, pero no amenaza la existencia de los estados en general. Así, los procesos de regionalización —que no forman parte de este trabajo— pueden interpretarse como prefiguraciones de estados futuros (Manchón en Calva, Op. Cit.:49).

Por último, sobre la uniformidad de la globalización Jaime Estay señala que han tomado fuerza los análisis en los que se asume como un proceso de homogeneización de condiciones de funcionamiento. “Bajo la idea de una futura ‘aldea global’ (...) se asume a la globalización como el medio a través del cual se uniformará el funcionamiento del sistema en todos los sentidos posibles: las especificidades de todo tipo tenderán a desaparecer y el desarrollo de las fuerzas productivas y las condiciones de valorización tenderán a igualarse en todos los espacios del sistema y se impondrán comportamientos únicos y mundiales para cada una de las principales categorías del funcionamiento capitalista” (Estay, Op. Cit.: 35).

No obstante, mientras más se avanza en el conocimiento del fenómeno hay mayores elementos para mostrar que se trata de un proceso que tiene sus peculiaridades en cada caso que se presenta, por lo que dista mucho de ser homogéneo. Asimismo, como se verá más adelante, la *globalización cultural* es un término cuestionable aunque todavía falta mucho camino por recorrer. En este sentido, para las interpretaciones que consideran a la globalización como un fenómeno homogéneo, Estay opone el concepto de *desarrollo desigual*, necesario para los análisis cuyo escenario son nuestros países, dado el peso que en ellos han cobrado los anuncios de futuros saltos hacia el primer mundo. El esfuerzo debe dirigirse a la identificación tanto de las nuevas formas que ésta tiende a asumir en el contexto de la globalización, como en el funcionamiento concreto de las diferentes categorías y en la inserción mundial de los distintos países y regiones (Idem.).

3.- La economía política de la comunicación y la cultura.— Ubicar el proceso de globalización de las comunicaciones en la lógica del sistema mundial hace necesario detenerse en una propuesta para abordar las implicaciones socioculturales de la globalización. De acuerdo con Marcial Murciano (1992:18–19) abordar el proceso en toda su complejidad supone abandonar el esquema centrado en el marco nacional. Este autor destaca que el problema se ha convertido en un desafío epistemológico que ha abierto una nueva corriente de investigación: *la economía política de la comunicación y la cultura*, interesada por los procesos subyacentes de transformación social, es decir, los que inciden en la producción de la actividad comunicativa y cultural. Esta corriente reúne a diversos autores (por ejemplo Zallo, 1988) preocupados por establecer un marco teórico integrado, en el que puedan relacionarse los diversos niveles de comunicación masiva con las dimensiones centrales del procesos social, conscientes de que vivimos en un modo de producción capitalista: un factor que debe tomarse en cuenta para enmarcar correctamente el análisis. En consecuencia, “la economía política de la comunicación y la cultura se encuentra por tanto en condiciones óptimas para afrontar y esclarecer algunos de estos cambios capitales de nuestra época, pues su objeto es el de articular economía, política, comunicación y cultura dentro del mismo análisis, cuyo principal foco de atención debe ser la forma general y las características que adquiere el *capitalismo mundial como sistema global* (Murciano, Op. Cit.:20). Como puede observarse, hay congruencia entre esta propuesta y los principios enunciados en los dos apartados anteriores.

Retomando las consideraciones hasta aquí presentadas, hay acuerdo con Marcial Murciano en las ventajas de ubicar la circulación de la comunicación internacional al interior del paradigma del sistema mundial. Estas ventajas se anticipan pues contribuyen a esclarecer lo que se presentará en la siguiente parte: 1) permite superar las insuficiencias resultantes de los análisis centrados en el marco nacional, ya que esta aproximación permite comprender las conexiones que se dan entre los espacios nacionales y las determinaciones del sistema mundial y 2) el poder identificar las nuevas dimensiones que adquieren los fenómenos comunicativos, que pueden ser considerados como resultado de una estructura de relaciones transnacionales, que actúa a través de un modelo de relaciones globales (Ibid.:25), con sus implicaciones socioculturales.

II.- TRES COMPONENTES DE LA GLOBALIZACION.

Nuevamente Marcial Murciano opina que el sistema mundial se caracteriza por el fin del aislamiento local, como producto del capitalismo en tanto que sistema de producción y distribución internacional. En este momento, prácticamente todos los estados, razas y culturas están interrelacionados aunque de manera desigual. “En suma, estamos frente a una nueva situación que permite hablar de una dinámica global al interior del sistema mundial que de esta forma genera y desarrolla unas estructuras y unas dinámicas que se convierten en principales factores de evolución y de cambio para las diferentes sociedades de nuestro planeta, tanto para los países del centro como para los de la periferia. Y es en este sentido que el sistema mundial tiene

un efecto decisivo sobre los procesos de ‘desarrollo’ y de ‘modernización’ y entre todas aquellas naciones que se encuentran dentro de sus estructuras globales de acción” (Ibid.:24–25).

Para una mejor comprensión del proceso de globalización de la televisión mexicana y su relación con el paradigma del sistema mundial y el enfoque de la economía política de la comunicación y la cultura es necesario delinear los tres principales elementos de la globalización, mencionados en el apartado anterior: internacionalización del capital, avance tecnológico y competencia. Este primer ejercicio mostrará que los tres mantienen una interrelación dialéctica aunque se separan para fines descriptivos.

1.– Internacionalización del capital. Retomando los trabajos de María Antonieta Correa sobre el tema, Lino Santacruz afirma que la internacionalización del capital se caracteriza por una fuerte competencia entre capitales, a nivel internacional, para lograr un mayor dominio de los mercados nacionales vía el uso extensivo de la tecnología. “La globalización se caracteriza por la explotación de ramas productivas más allá del comercio internacional a través de la empresa transnacional (...) La orientación internacional de las economías nacionales se ha consolidado como una fuerza transformadora de la estructura productiva al modificar sustancialmente la naturaleza del intercambio comercial (...) La organización socioeconómica y la división del trabajo se transforman en la medida en que la producción local se entreteje con la división internacional del trabajo, que impone sus condiciones a la producción nacional, pues el

móvil de la producción se define por las exigencias de la rentabilidad” (Santacruz, 1994:5). Cabe aclarar que si bien los economistas hablan de *internacionalización del capital*, en lo sucesivo se trabajará con la distinción propuesta por Marcial Murciano: *internacional* como término alusivo a las relaciones entre dos Estados-nación; *transnacional* o *multinacional* alude a las relaciones que se establecen entre más de dos Estados-nación, además de que designa “el espacio y las relaciones a los que dan forma principalmente las acciones de las modernas empresas industriales, los bancos, las organizaciones financieras y los medios de comunicación de masas” (Murciano, Op. Cit.:207).

2.- Modificaciones tecnológicas.- En opinión de Jaime Estay, el cambio tecnológico es parte importante de la sustentación tanto del incremento de la competencia como del propio proceso de globalización. El autor advierte cambios importantes en los ámbitos de la producción y la circulación. Los momentos del proceso económico se desenvuelven ahora bajo nuevas condiciones que revisten componentes como la aceleración de los procesos productivos y las mayores posibilidades de someterlos a segmentación: la disminución del ciclo de vida de los productos, la desaparición de los problemas derivados de la distancia en lo que respecta a la comunicación y la reducción de esos problemas en lo que se refiere al traslado físico de mercancías. “De la misma forma, en el funcionamiento mismo de las empresas, la revolución ocurrida sobre todo en las comunicaciones ha empujado a profundas modificaciones en las formas de gestión y de control empresarial y junto con ello los crecientes gastos de investigación y desarrollo y el

establecimiento de alianzas de distinto tipo para acceder al uso de nuevas tecnologías, han pasado a constituirse – mucho más que en cualquier otro periodo previo– en condición de subsistencia” (Estay, Op. Cit.:31).

3.– Incremento de la competencia.– Jaime Estay considera que los mayores niveles de competencia constituyen un hilo conductor en el momento de identificar un marco explicativo único para los procesos simultáneos de globalización y regionalización ocurridos en la economía mundial. “Por un parte, son los mayores niveles de la competencia que han ido empujando a la búsqueda tanto de nuevos espacios para la colocación de capitales y de mercancías, como de mejores condiciones nacionales y regionales para la acumulación. Respecto a esto último, basta recordar los objetivos de recuperación de la capacidad competitiva que han estado explícitamente planteados en el ‘relanzamiento’ de la integración europea desde mediados de los años ochenta y en las formulaciones estadounidenses respecto a la ‘zona hemisférica de libre comercio’ y al Tratado de Libre Comercio” (Estay, Op. Cit.:30).

Asimismo, para Estay los procesos de regionalización y globalización se han constituido en *mecanismos para la acentuación de la competencia*, permitiendo un despliegue a partir de bases nacionales –o multinacionales, como la futura Unión Económica Monetaria europea–, que asume nuevas formas, alcanzando niveles no conocidos en la historia previa del capitalismo. En este sentido y pese a las contradicciones existentes en ambos procesos, la

globalización y la regionalización apuntan en dirección a un escenario mundial y a un funcionamiento de las economías nacionales y de las distintas regiones más fuertemente regidos por la competencia. En ambos sentidos se habla de formas más agresivas de competencia, que tiene como base a una pugna por parte de las principales potencias industriales, entre políticas regionales de inserción y de predominio económico mundial. Por responder a políticas definidas y apoyadas en espacios multiestatales, dicha pugna tendrá que multiplicar su fuerza, los instrumentos a su disposición y sus efectos sobre el equilibrio económico mundial (Ibid.:30). Al respecto, cabe añadir que en el proceso de globalización de las comunicaciones, las alianzas constituyen una de las manifestaciones más acabadas para enfrentar a la competencia.

III.- EL CASO DE LA TELEVISION MEXICANA: TELEVISA.

1.- Del imperialismocultural a la interdependencia asimétrica.- Desde hace varios años comenzaron a producirse estudios que han dado cuenta del papel tanto del proceso de internacionalización del capital televisivo en México como del papel que en ello jugó la tecnología (por ejemplo Mattelart, 1973, Hamelink, 1980). En estos trabajos que da claro cómo este proceso se originó antes de que la televisión se iniciara comercialmente (3).

Como ya es sabido, buena parte de estos trabajos se produjo desde la óptica del *imperialismo cultural* misma que, en el contexto de las teorías de la dependencia, buscaba mostrar la presencia de Estados Unidos en los medios de

comunicación latinoamericanos, con las consecuentes implicaciones económicas y socioculturales en nuestras poblaciones, particularmente la aceptación acrítica del llamado *american way of life* y el abandono progresivo de los valores locales. El avance de la investigación ha mostrado los errores de apreciación del imperialismo cultural (por ejemplo Lozano, 1991). En el plano de la economía, autores como Joseph Straubhaar (1993:73) intentan explicar el fenómeno a través de la expansión de la economía mundial, que conduce de manera creciente a un sistema capitalista mundial. El hecho provoca una constante presión hacia la comercialización de los sistemas de medios, fenómeno que se hizo visible primero en América Latina –por sus tendencia a seguir los modelos comerciales estadounidenses–, aunque en la actualidad puede apreciarse en otras partes del Tercer Mundo.

Asimismo, Straubhaar ha mostrado que la dependencia no es homogénea, sino que en el desarrollo de los medios puede establecerse un *continuum* desde una total dependencia hasta una interdependencia dominante, pues incluso se ha descubierto que Estados Unidos no es un país totalmente independiente. Este rango de relaciones puede entenderse como formas de *interdependencia asimétrica*, cuyo paradigma propone para sustituir al del desarrollo dependiente. Para mostrar la necesidad de cambiar de paradigma, el autor destaca el crecimiento de las corporaciones transnacionales de medios en Europa, Asia, Medio Oriente y América Latina, cuya explicación constituye un reto a nivel teórico, particularmente en los casos de medios no estadounidenses, nivel de los mercados

mundiales regionales. “La habilidad de algunas compañías de medios del Tercer Mundo para competir con los exportadores culturales estadounidenses, europeos y japoneses es manifestación de un considerable crecimiento en su tamaño como industrias, en su capacidad de producción y sofisticamiento, a sí como en el desarrollo de géneros programables. Juntos estos factores inciden en un incremento relativo en la autonomía de esas compañías para actuar dentro del mercado mundial y una relativa interdependencia de dicho mercado como un todo. Su éxito refleja también gustos distintos de las audiencias y una búsqueda de proximidad cultural y relevancia” (Ibid.:95).

2.- La televisión mexicana en el contexto del sistema mundial: una aproximación al surgimiento del fenómeno en Televisa.— Como puede apreciarse, la perspectiva de la interdependencia asimétrica está enmarcada en el análisis económico de fenómenos comunicativos. Asimismo, pone de manifiesto la presencia creciente de Latinoamérica en el mercado mundial de la televisión (4). A esto cabe añadir los aspectos teóricos considerados en apartados anteriores. Para ilustrar las posibilidades de la propuesta que se hace en este ensayo, a continuación se presenta el ejemplo no exhaustivo del caso Televisa:

a) El punto de partida es que en la actualidad es cada vez menor la porción del mundo que no se encuentra relacionada de manera interdependiente vía la televisión. No obstante, es necesario tener en cuenta que en prácticamente todo el mundo (5), el medio se originó dentro de barreras geográficas locales al interior de cada país y su

expansión fue producto del concurso de la modernización tecnológica, la internacionalización y el desarrollo de la competencia. El peso e implicaciones de estos factores varía de acuerdo con el caso estudiado. Como ya se indicó, los tres elementos están interrelacionados dialécticamente y no siguen un desarrollo paralelo; el caso de Televisa será igualmente ilustrativo de este comportamiento.

b) El proceso de expansión mundial de la televisión mexicana, inicialmente llevado a cabo vía Telesistema Mexicano, supuso primero un grado de madurez manifestado en una producción nacional más o menos estable, un *stock* de programas importados, un control de la competencia —logrado años antes por la fusión de tres canales independientes en un solo consorcio televisivo— y una audiencia consolidada. El primer impulso para la expansión transfronteras se orientó hacia Estados Unidos, en principio por la internacionalización del capital y el establecimiento de alianzas con empresarios estadounidenses, quienes fungieron como prestanombres de Emilio Azcárraga Vidaurreta (Benassini, 1990). Cabe recordar que el capital inicialmente invertido en la televisión mexicana era de procedencia estadounidense, aunque desde el principio diversos grupos se interesaron en participar, sobre todo en la venta de equipo para transmisión y recepción de señales y, como complemento, en la colocación de programación. En la actualidad el capital con el que la televisión mexicana participa en los mercados mundiales procede también de otros países, fundamentalmente vía alianzas y convenios.

c) Las modificaciones tecnológicas también jugaron su papel en el logro de estos primeros objetivos. Gracias a ello fue posible captar a un número cada vez mayor de

televidentes nacionales, en la medida en que la señal se fue recibiendo en un radio cada vez más extenso⁽⁶⁾. En el proceso de internacionalización hacia Estados Unidos, fue necesario inicialmente –a lo largo de la década de 1960 y mediados de la siguiente– que los televidentes contaran con un convertidor que permitiera captar la señal que se transmitía por la banda de UHF. Más adelante la tecnología satelital se encargaría de transmitir las señales de Univisión y Galavisión a buena parte del territorio norteamericano, desde mediados de la década de 1970. Una nueva modificación tecnológica, cristalizada en la posibilidad de establecer enlaces entre satélites hizo posible que en 1981 la cobertura se extendiera a América Latina y en 1988 se logró llegar a Europa, parte de Asia y el norte de África (Ibid.). Para ello fueron necesarios un nuevo proceso de expansión del capital –de manera casi paralela– el establecimiento de nuevas alianzas, tanto con empresarios extranjeros –que avalasen el proyecto y ofrecieran la programación en sus respectivos países–, como con el Estado mexicano como aval del proyecto, que permitiría el ingreso de México a la órbita internacional de las comunicaciones.

d) Obviamente, los esfuerzos, alianzas e inversiones efectuadas inicialmente por Telesistema Mexicano, Televisa a partir de enero de 1973, no se han aplicado de manera exclusiva a la expansión internacional. Paralelamente se ha continuado con el proyecto nacional, mismo que –como es de sobra conocido– no sólo incluye a la televisión, sino otros espacios directa o indirectamente relacionados con ella. En el terreno que nos ocupa, basta ejemplificar con la consolidación de dos redes nacionales –el 2 y

recientemente el 9—, dos regionales —el 4 y el 5—, así como el crecimiento del sistema de la televisión por cable, a través de Cablevisión.

e) Sin embargo, en este doble proyecto de expansión fue necesaria la transnacionalización de la empresa como condición necesaria para competir dentro y fuera del país. Este proceso implica, además de los elementos que se han utilizado para el análisis, uno adicional que es producto de la internacionalización del capital: la modificación en la organización laboral, ahora acorde con los criterios de la división internacional del trabajo, como condición necesaria para optimizar la producción y competir en el mercado mundial. Prueba de ello son las constantes modificaciones en el organigrama de Televisa, mismas que buscan optimizar los recursos humanos para la consecución de objetivos a nivel nacional y transnacional. En suma, estas modificaciones se deben a que el ingreso de Televisa a la órbita transnacional de las comunicaciones supone también la adaptación a la lógica de producción y circulación televisivas, así como a las definiciones y redefiniciones del mercado mundial.

f) Aparentemente la etapa que aquí se presenta como la culminación de un proceso no es más que el comienzo de una red de expansión del capital transnacional, de modificaciones tecnológicas y de mecanismos para enfrentar a la competencia cuya complejidad de análisis constituye un reto para los investigadores de la comunicación. Máxime si se considera que aquí se ha presentado únicamente el caso de Televisa, aunque falta por considerar lo que sucede con la situación internacional de los otros grupos televisivos mexicanos.

g) A nivel nacional y transnacional, debe tenerse en cuenta que la programación de Televisa constituye un factor importante para enfrentar a la competencia. Por ello, como parte de la reorganización del trabajo arriba señalada, el papel de los responsables de la programación a nivel nacional e internacional –incluida la venta en este último– está determinado por una serie de factores económicos, socioprofesionales y programáticos. Los factores programáticos se relacionan directamente con una serie de elementos específicos del trabajo de un programador. Dichos factores van desde la creación y conservación o modificación de la imagen de una cadena, la orientación al mercado, las tipologías de programas, el horario estelar, los géneros televisivos, la evolución de la audiencia y llegan hasta el campo de las investigaciones tanto teóricas como comerciales. Por último, cabe reiterar que el trabajo del programador va complicándose en la medida en que para realizar su trabajo es importante que se aproxime al conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional, así como de los mercados en los que circulan las producciones. En suma, la programación es una actividad que debe tomar en cuenta las condiciones socioculturales en las que está inmersa (en Benassini, 1995).

h) Vinculado con el punto anterior, para completar la propuesta de análisis es necesario remitirse al punto de vista de la economía política de la comunicación y la cultura. Al respecto, conviene aclarar que el estudio de los procesos subyacentes de transformación social que inciden en la producción comunicativa –básicamente televisiva, en este caso– y cultural, así como las implicaciones

socioculturales de la transnacionalización de la televisión es una tarea que los investigadores de la comunicación difícilmente podremos emprender de manera aislada. Es necesario establecer redes nacionales y transnacionales de investigadores interesados en el tema, que permitirían conformar un panorama creíble sobre lo que está sucediendo con la planetarización de la televisión. Algo se ha avanzado al respecto, por lo que también es necesario conocer los resultados de estos trabajos previos, mismos que proporcionarán pistas para seguir adelante.

IV.- CONCLUSIONES.

1.- La propuesta de enmarcar la transnacionalización de la televisión mexicana en el marco descrito en los primeros apartados obedece en primer lugar a la necesidad de abordar estos fenómenos de manera alternativa a como se ha venido haciendo, es decir desde la perspectiva del ensayo y de un imperialismo cultural trasnochado. De acuerdo con Néstor García Canclini, los estudios realizados desde este último enfoque "sirvieron para conocer algunos dispositivos usados por los centros internacionales de producción científica, artística y comunicacional que condicionaban y aún condicionan nuestro desarrollo. Pero ese modelo es insuficiente para entender las actuales relaciones de poder. No explica el funcionamiento planetario de un sistema industrial, tecnológico, financiero y cultural, cuya sede no está en una sola nación, sino en una densa red de estructuras económicas e ideológicas. Tampoco da cuenta de la necesidad de las naciones metropolitanas de flexibilizar sus fronteras e integrar sus economías, sistemas

educativos, tecnológicos y culturales como está ocurriendo en Europa y Norteamérica” (García Canclini, 1990:289).

2.- Vinculado con lo anterior, es importante visualizar las perspectivas abiertas por el paradigma de la interdependencia asimétrica. En este sentido, Straubhaar muestra el crecimiento de las corporaciones transnacionales de medios en Europa, Asia, Medio Oriente y Latinoamérica, cuya explicación constituye un reto a nivel teórico, particularmente en los casos de medios no estadounidenses, a nivel de los mercados mundiales y regionales. “La habilidad de algunas compañías de medios del Tercer Mundo para competir con los exportadores culturales estadounidenses, europeos y japoneses, es manifestación de un considerable crecimiento en su tamaño como industrias, en su capacidad de producción y sofisticamiento, así como en el desarrollo de géneros programables. Juntos estos factores inciden en un incremento relativo en la autonomía de esas compañías para actuar dentro del mercado mundial como un todo. Su éxito refleja también gustos distintos de las audiencias y una búsqueda de proximidad cultural y relevancia” (Straubhaar, Op. Cit.:95). El autor añade que América Latina y Brasil son ejemplos de avances que auguran un desplazamiento de la simple dependencia clásica a la interdependencia todavía asimétrica. Las industrias culturales nacionales, particularmente la televisión, han aumentado su capacidad de producción, misma que se refleja en los géneros que producen y exportan en mayor medida. Asimismo, las audiencias regionales, destaca Straubhaar, muestran una clara preferencia tanto por la producción nacional –sobre

todo en los países pequeños—, como por los programas exportados intra—regionalmente, con lo que se busca mayor proximidad cultural en ambos niveles (en Benassini, 1995).

3.— En otro documento (1994), he insistido en la necesidad de participar en el debate sobre la redefinición de la globalización de la comunicación, particularmente la televisión en este caso. En este sentido, hasta el momento trabajamos con definiciones previas, sujetas a modificación y enriquecimiento. Hasta el momento, las principales aportaciones sobre el tema han provenido de investigadores del centro, como es el caso de Marcial Murciano y Juan Carlos Miguel de Bustos, aunque autores latinoamericanos también han contribuido al respecto (por ejemplo, Ortiz, 1995). Una vez definida cabalmente la globalización, es necesaria su inserción en el sistema económico mundial y en la economía—mundo. De esta manera podrá observarse el fenómeno en toda su complejidad, así como el verdadero papel de la comunicación en su proceso. En consecuencia, por el momento resulta muy aventurado hablar de la globalización de la televisión en abstracto. Es necesario investigar casos concretos de fenómenos procedentes tanto del centro como de la periferia, que permitan llegar a una conceptualización cabal del proceso.

4.— Como puede percibirse sobre todo en las dos primeras partes, la globalización no es un fenómeno homogéneo ni económica ni culturalmente. Económicamente hablando, queda claro que el proceso pasa por diversas mediaciones y especificidades caracterísiticas del país o

región en cuestión. Culturalmente hablando, es cierto que existe una oferta televisiva global, es decir, programas que pueden verse en buena parte del mundo. Sin embargo, insisto en que conocemos poco sobre la recepción de esta oferta televisiva. Hablar de la *recepción homogénea de una televisión global* equivale casi a volver a la época de la aguja hipodérmica. De aquí las aportaciones de la interdependencia asimétrica y de la economía política de la comunicación y la cultura, como referentes para reflexionar sobre las modalidades de la recepción televisiva abiertas por la transnacionalización del medio.

5.— Para ejemplificar la propuesta que aquí se presenta recurrí al caso de Televisa por ser el más acabado y, por lo tanto, el que proporciona mayores posibilidades de análisis. Sin embargo, Televisión Azteca y Multivisión atraviesan actualmente por un periodo de ingreso a la órbita internacional —no transnacional— de las comunicaciones. De aquí que un siguiente paso debe considerar tanto la terminación del caso Televisa como la inclusión de los otros dos grupos televisivos, lo que permitirá establecer comparaciones —para el caso mexicano— en lo referente a modalidades internacionalización de capital, modernización tecnológica y modalidades para enfrentar a la competencia.

6.— Finalmente, analizar las alianzas efectuadas por los empresarios de la televisión para enfrentar a la competencia constituye una veta importante de explorar en este momento. En este sentido, cabe recordar los señalamientos de Peter Gourevitch (1993: 9): cuando las economías nacionales son interdependientes, las crisis son

internacionales. Ningún país se libra de esto; una crisis es un estímulo al que se tiene que responder y uno aprende de la forma en que reaccionan los países que se encuentran inmersos en este proceso. Un análisis de este tipo, que rebasa los límites del presente trabajo, mostrará las implicaciones del convenio recientemente establecido entre Televisa, Globo y Rupert Murdoch. Como puede observarse, todavía falta mucho por profundizar en estos temas.

NOTAS

- (1) En este artículo presento una propuesta más acabada de trabajos anteriores, particularmente Benassini, Claudia (1994 y 1995).
- (2) El análisis de Wallerstein menciona las áreas en que se subdivide el sistema mundial: el centro, la periferia y la semiperiferia. Esta última reviste suma importancia en los análisis sobre comunicación desde esta perspectiva, ya que proporciona una tercera opción que reviste sus peculiaridades y dificultades de caracterización como área del sistema mundial (Wallerstein, Op. Cit.:492-493).
- (3) Recordemos que como en otros casos, particularmente de América Latina, los mismos concesionarios que llevaron la radio a sus países hicieron lo mismo con la televisión. Por ello desde mucho antes estuvo presente el capital internacional, manifestado en las mismas empresas radiodifusoras y televisivas.
- (4) En opinión de Straubhaar, países considerados de primer mundo —como Bélgica y Holanda— tienen mercados limitados, hay poca gente que sostenga a los medios y, en consecuencia, no se cuenta con recursos para cubrir toda la programación televisiva con producción nacional. Por otra parte, Straubhaar reconoce el crecimiento de la producción televisiva en algunos países que avanzan apoyándose en otras industrias culturales prósperas, o en establecimientos culturales no comerciales. Tal es el caso de la televisión brasileña, que se apoya en la radio, en el teatro y en menor medida en el cine (Ibid.:76-77).
- (5) La excepción está en algunos países cuyos proyectos televisivos fueron producto mayoritario del concurso de fuerzas externas, puesto que para su desarrollo fue necesaria la participación de grupos internos públicos y privados.
- (6) Al respecto, hay numerosos testimonios de pioneros de la televisión mexicana que dan cuenta de las primeras incursiones en el territorio nacional. Véase por ejemplo Castellot, 1993.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- 1.— Benassini, Claudia (1994) *La globalización de las comunicaciones en el contexto latinoamericano: propuestas teórico-metodológicas para su estudio.* Ponencia

presentada en el VIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Cali, Colombia, 1994.

2.- ——— (1995) *Reflexiones sobre la programación televisiva en el contexto de la globalización de las comunicaciones*, de próxima publicación.

3.- Calva, José Luis (coord.) (1995) *Globalización y bloques económicos: realidades y mitos*, México, Juan Pablos Editor.

4.- Estay, Jaime "Globalización y sus significados", En Calva, Op. Cit.: 27-39.

5.- García Canclini, Néstor (1990) *Culturas híbridas*, México, Edit. Grijalbo-CONACULTA.

6.- Gourevitch, Peter (1993) *Políticas estratégicas en tiempos difíciles*, México, F.C.E.

7.- Hamelink, Cees (1980) *La aldea transnacional*, Barcelona, Edit. Gustavo Gili.

8.- Lozano, José Carlos "Del imperialismo cultural a la audiencia activa", en *Comunicación y Sociedad* núm. 10-11, Universidad de Guadalajara.

9.- Manchón, Federico "Globalización, regionalización y comportamiento financiero", en Calva, José Luis, Op. Cit.:40-57.

10.- Mattelart, Armand (1973) *Agresión desde el espacio: cultura y napalm en la era de los satélites*, México, Edit. Siglo XXI.

11.- Miguel de Bustos, Juan Carlos (1993) *Los grupos multimedia*, Barcelona, Edit. Bosch.

12.- Murciano, Marcial (1992) *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Barcelona, Edit. Bosch.

13.– Ortiz, Renato “Notas sobre la problemática de la globalización de las sociedades”, en *Diá-logos* núm. 41, marzo de 1995, FELAFACS, Lima, págs. 5–12.

14.– Santacruz, Lino (1994) *La globalización: definición y acepciones*, México, Instituto Matías Romero de Estudios Diplomáticos.

15.– Straubhaar, Joseph D. “Más allá del imperialismo de los medios: interdependencia asimétrica y proximidad cultural”, en *Comunicación y sociedad* núm. 18–19, Universidad de Guadalajara.

16.– Wallerstein, Immanuel (1991) *El moderno sistema mundial*, México, Edit. Siglo XXI.

17.– Zallo, Ramón, *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Edit. Akal.

CCC
AI
D253

**PROPUESTA DE ACERCAMIENTO AL ANALISIS DEL
PROCESO DE GLOBALIZACION DE LA TELEVISION
MEXICANA**

Claudia Benassini Félix (*)

**(* Departamento de Comunicación, Universidad
Iberoamericana**

PRESENTACION (1).

De un tiempo a la fecha, el tema de la globalización se debate de manera creciente entre los investigadores sociales, periodistas y empresarios, entre otros interesados. No obstante, la economía ha tomado la delantera puesto que se trata de un proceso con implicaciones que en primera instancia revisten un carácter económico. Sin embargo, sus repercusiones comienzan a sentirse en otros ámbitos, como el de la cultura y las comunicaciones, por ende, nuestra agenda sobre el tema también se ha incrementado, sobre todo en lo que se refiere a la televisión, el medio que muestra mayores evidencias de haber ingresado plenamente a la globalización de las comunicaciones.

Este trabajo pretende ser una contribución al tema. En resumidas cuentas, intenta esbozar la propuesta de un marco referencial para abordar los procesos de globalización de la televisión, que contribuya a la explicación de fenómenos relacionados en el tema. Para cumplir con este objetivo el trabajo consta de tres partes. En la primera se presentan tres aspectos complementarios para abordar el proceso de globalización desde una perspectiva económica, sin dejar de lado sus relaciones con la comunicación y la cultura. La segunda parte resume tres características básicas del proceso de globalización, mismas que han comenzado a observarse en procesos televisivos. La tercera parte proporciona lineamientos para aproximarse al análisis del inicio de la globalización de la televisión mexicana —caso Televisa—, como ejemplo de la complejidad del fenómeno y como muestra de la necesidad de continuar con

Muy busca la redacción intro. y justificación

estos análisis que muestran un grado de complejidad creciente. Finalmente, se presentan conclusiones y propuestas para seguir adelante con el tema.

I.— LA GLOBALIZACION COMO PROCESO ECONOMICO: MARCO REFERENCIAL PARA CONTEXTUALIZAR SU ESTUDIO.

Diversos autores (por ejemplo en Calva, 1995) coinciden al afirmar que la globalización es un fenómeno producto del capitalismo y sin nacionalidad definida. Hay diferencias en lo que se refiere a sus orígenes, pues se le ubica como un proceso tanto reciente como producto de acontecimientos que se remontan siglos atrás. Asimismo, hay consenso en que la globalización no puede entenderse sin su contraparte, la regionalización, así como el papel que en el proceso desempeñan la internacionalización del capital —o globalización de la economía mundial—, la tecnología y la competencia entre otros factores económicos que se considerarán en su momento.

1.— El sistema mundial.— También hay acuerdo en que para abordar el estudio de la globalización es importante partir de un proceso que trasciende las barreras nacionales. De aquí la propuesta de estudiarlo desde la perspectiva del sistema mundial, misma que ha sido objeto de interés de la historia económica. Immanuel Wallerstein caracteriza al sistema mundial como "...un sistema que posee reglas, límites, estructuras, grupos, miembros, reglas de legitimación y de coherencia. Su vida resulta de las fuerzas conflictivas que lo mantienen unido por tensión y lo

chequear q' tanto se repite con anteriores
autores

desgarran en la medida en que cada uno de los grupos busca eternamente remodelarlo para su beneficio” (Wallerstein, 1991:489).

A partir de esta definición, Wallerstein destaca las principales características del sistema mundial así como su inserción en la *economía-mundo* (Ibid.:490-491). Tiene vida, independientemente de los Estados-nación que lo conforman —es decir, genera estructuras y dinámicas propias—. además de que contiene en su seno una multiplicidad de culturas. Su funcionamiento descansa en el aspecto político del capitalismo como forma de organización económica, mismo que ha podido florecer porque la *economía-mundo* contiene dentro de sus límites a múltiples sistemas políticos.

Como modo económico, el capitalismo se basa en el hecho de que los factores económicos operan en el seno de una arena mayor de lo que cualquier entidad política puede controlar totalmente. Esto ha hecho posible la constante expansión económica del sistema mundial, aunque con una distribución desigual de sus frutos. Asimismo, existe una división extensiva del trabajo, no solamente funcional —es decir, ocupacional— sino geográfica: la gama de tareas económicas no tiene una distribución uniforme en el sistema, tanto por consideraciones ecológicas como por la función de la organización social del trabajo, que magnifica y legitima la capacidad de ciertos grupos del sistema para explotar el trabajo, o sea, para recibir una mayor parte del excedente.

Por otra parte, en un sistema mundial no existe un sistema político único sobre toda su extensión. En él predomina, como ya se indicó, la *economía-mundo*, que es un carácter distintivo del moderno sistema mundial. “Es una entidad económica, pero no como referente de los procesos individuales y nacionales de producción de valores de uso y de valorización” (Ibid.:28). En suma, el proceso de globalización debe atender tanto a la totalidad mundial como a las economías nacionales. Asimismo, este proceso nos remite a las relaciones que se establecen entre el centro y la periferia.

NO SE USAN

Por su parte, Federico Manchón considera que el problema de la globalización y la regionalización se ha abordado desde la perspectiva de que el sistema de precios y valores se constituye universalmente. Por lo tanto, no es cada uno del conjunto de los estados el que construye su propia economía. En este sentido, se trata de un cuestionamiento a la práctica concreta de cada uno y del conjunto de los estados históricamente situados. Por ello se vincula en primer lugar a los cambios en las condiciones del capital social, es decir, de la economía mundial. En segundo lugar, se vincula a los cambios en las condiciones de definición de la competencia internacional, es decir, del mercado mundial. El autor agrega que esta perspectiva es la única compatible con la regionalización, ya que la globalización amenaza la existencia de los estados actuales, pero no amenaza la existencia de los estados en general. Así, los procesos de regionalización —que no forman parte de este trabajo— pueden interpretarse como prefiguraciones de estados futuros (Manchón en Calva, Op. Cit.:49).

Por último, sobre la uniformidad de la globalización Jaime Estay señala que han tomado fuerza los análisis en los que se asume como un proceso de homogeneización de condiciones de funcionamiento. “Bajo la idea de una futura ‘aldea global’ (...) se asume a la globalización como el medio a través del cual se uniformará el funcionamiento del sistema en todos los sentidos posibles: las especificidades de todo tipo tenderán a desaparecer y el desarrollo de las fuerzas productivas y las condiciones de valorización tenderán a igualarse en todos los espacios del sistema y se impondrán comportamientos únicos y mundiales para cada una de las principales categorías del funcionamiento capitalista” (Estay, Op. Cit.: 35).

No obstante, mientras más se avanza en el conocimiento del fenómeno hay mayores elementos para mostrar que se trata de un proceso que tiene sus peculiaridades en cada caso que se presenta, por lo que dista mucho de ser homogéneo. Asimismo, como se verá más adelante, la *globalización cultural* es un término cuestionable aunque todavía falta mucho camino por recorrer. En este sentido, para las interpretaciones que consideran a la globalización como un fenómeno homogéneo, Estay opone el concepto de *desarrollo desigual*, necesario para los análisis cuyo escenario son nuestros países, dado el peso que en ellos han cobrado los anuncios de futuros saltos hacia el primer mundo. El esfuerzo debe dirigirse a la identificación tanto de las nuevas formas que ésta tiende a asumir en el contexto de la globalización, (com) en el funcionamiento concreto de las diferentes categorías y en la inserción mundial de los distintos países y regiones (Idem.).

3.- La economía política de la comunicación y la cultura.- Ubicar el proceso de globalización de las comunicaciones en la lógica del sistema mundial hace necesario detenerse en una propuesta para abordar las implicaciones socioculturales de la globalización. De acuerdo con Marcial Murciano (1992:18-19) abordar el proceso en toda su complejidad supone abandonar el esquema centrado en el marco nacional. Este autor destaca que el problema se ha convertido en un desafío epistemológico que ha abierto una nueva corriente de investigación: *la economía política de la comunicación y la cultura*, interesada por los procesos subyacentes de transformación social, es decir, los que inciden en la producción de la actividad comunicativa y cultural. Esta corriente reúne a diversos autores (por ejemplo Zallo, 1988) preocupados por establecer un marco teórico integrado, en el que puedan relacionarse los diversos niveles de comunicación masiva con las dimensiones centrales del proceso social, conscientes de que vivimos en un modo de producción capitalista: un factor que debe tomarse en cuenta para enmarcar correctamente el análisis. En consecuencia, "la economía política de la comunicación y la cultura se encuentra por tanto en condiciones óptimas para afrontar y esclarecer algunos de estos cambios capitales de nuestra época, pues su objeto es el de articular economía, política, comunicación y cultura dentro del mismo análisis, cuyo principal foco de atención debe ser la forma general y las características que adquiere el *capitalismo mundial como sistema global* (Murciano, Op. Cit.:20). Como puede observarse, hay congruencia entre esta propuesta y los principios enunciados en los dos apartados anteriores.

Retomando las consideraciones hasta aquí presentadas, hay acuerdo con Marcial Murciano en las ventajas de ubicar la circulación de la comunicación internacional al interior del paradigma del sistema mundial. Estas ventajas se anticipan pues contribuyen a esclarecer lo que se presentará en la siguiente parte: 1) permite superar las insuficiencias resultantes de los análisis centrados en el marco nacional, ya que esta aproximación permite comprender las conexiones que se dan entre los espacios nacionales y las determinaciones del sistema mundial y 2) el poder identificar las nuevas dimensiones que adquieren los fenómenos comunicativos, que pueden ser considerados como resultado de una estructura de relaciones transnacionales, que actúa a través de un modelo de relaciones globales (Ibid.:25), con sus implicaciones socioculturales.

II.- TRES COMPONENTES DE LA GLOBALIZACION.

Nuevamente Marcial Murciano opina que el sistema mundial se caracteriza por el fin del aislamiento local, como producto del capitalismo en tanto que sistema de producción y distribución internacional. En este momento, prácticamente todos los estados, razas y culturas están interrelacionados aunque de manera desigual. "En suma, estamos frente a una nueva situación que permite hablar de una dinámica global al interior del sistema mundial que de esta forma genera y desarrolla unas estructuras y unas dinámicas que se convierten en principales factores de evolución y de cambio para las diferentes sociedades de nuestro planeta, tanto para los países del centro como para los de la periferia. Y es en este sentido que el sistema mundial tiene

sería mejor ir ligando
todo esto con la TV desde
un principio

un efecto decisivo sobre los procesos de ‘desarrollo’ y de ‘modernización’ y entre todas aquellas naciones que se encuentran dentro de sus estructuras globales de acción” (Ibid.:24–25).

Para una mejor comprensión del proceso de globalización de la televisión mexicana y su relación con el paradigma del sistema mundial y el enfoque de la economía política de la comunicación y la cultura es necesario delinear los tres principales elementos de la globalización, mencionados en el apartado anterior: internacionalización del capital, avance tecnológico y competencia. Este primer ejercicio mostrará que los tres mantienen una interrelación dialéctica aunque se separan para fines descriptivos.

1.– Internacionalización del capital. Retomando los trabajos de María Antonieta Correa sobre el tema, Lino Santacruz afirma que la internacionalización del capital se caracteriza por una fuerte competencia entre capitales, a nivel internacional, para lograr un mayor dominio de los mercados nacionales vía el uso extensivo de la tecnología. “La globalización se caracteriza por la explotación de ramas productivas más allá del comercio internacional a través de la empresa transnacional (...) La orientación internacional de las economías nacionales se ha consolidado como una fuerza transformadora de la estructura productiva al modificar sustancialmente la naturaleza del intercambio comercial (...) La organización socioeconómica y la división del trabajo se transforman en la medida en que la producción local se entreteje con la división internacional del trabajo, que impone sus condiciones a la producción nacional, pues el

móvil de la producción se define por las exigencias de la rentabilidad” (Santacruz, 1994:5). Cabe aclarar que si bien los economistas hablan de *internacionalización del capital*, en lo sucesivo se trabajará con la distinción propuesta por Marcial Murciano: *internacional* como término alusivo a las relaciones entre dos Estados-nación; *transnacional* o *multinacional* alude a las relaciones que se establecen entre más de dos Estados-nación, además de que designa “el espacio y las relaciones a los que dan forma principalmente las acciones de las modernas empresas industriales, los bancos, las organizaciones financieras y los medios de comunicación de masas” (Murciano, Op. Cit.:207).

2.- Modificaciones tecnológicas.- En opinión de Jaime Estay, el cambio tecnológico es parte importante de la sustentación tanto del incremento de la competencia como del propio proceso de globalización. El autor advierte cambios importantes en los ámbitos de la producción y la circulación. Los momentos del proceso económico se desenvuelven ahora bajo nuevas condiciones que revisten componentes como la aceleración de los procesos productivos y las mayores posibilidades de someterlos a segmentación: la disminución del ciclo de vida de los productos, la desaparición de los problemas derivados de la distancia en lo que respecta a la comunicación y la reducción de esos problemas en lo que se refiere al traslado físico de mercancías. “De la misma forma, en el funcionamiento mismo de las empresas, la revolución ocurrida sobre todo en las comunicaciones ha empujado a profundas modificaciones en las formas de gestión y de control empresarial y junto con ello los crecientes gastos de investigación y desarrollo y el

establecimiento de alianzas de distinto tipo para acceder al uso de nuevas tecnologías, han pasado a constituirse – mucho más que en cualquier otro periodo previo– en condición de subsistencia” (Estay, Op. Cit.:31).

3.– Incremento de la competencia.– Jaime Estay considera que los mayores niveles de competencia constituyen un hilo conductor en el momento de identificar un marco explicativo único para los procesos simultáneos de globalización y regionalización ocurridos en la economía mundial. “Por un parte, son los mayores niveles de la competencia que han ido empujando a la búsqueda tanto de nuevos espacios para la colocación de capitales y de mercancías, como de mejores condiciones nacionales y regionales para la acumulación. Respecto a esto último, basta recordar los objetivos de recuperación de la capacidad competitiva que han estado explícitamente planteados en el ‘relanzamiento’ de la integración europea desde mediados de los años ochenta y en las formulaciones estadounidenses respecto a la ‘zona hemisférica de libre comercio’ y al Tratado de Libre Comercio” (Estay, Op. Cit.:30).

Asimismo, para Estay los procesos de regionalización y globalización se han constituido en *mecanismos para la acentuación de la competencia*, permitiendo un despliegue a partir de bases nacionales –o multinacionales, como la futura Unión Económica Monetaria europea–, que asume nuevas formas, alcanzando niveles no conocidos en la historia previa del capitalismo. En este sentido y pese a las contradicciones existentes en ambos procesos, la

globalización y la regionalización apuntan en dirección a un escenario mundial y a un funcionamiento de las economías nacionales y de las distintas regiones más fuertemente regidos por la competencia. En ambos sentidos se habla de formas más agresivas de competencia, que tiene como base a una pugna por parte de las principales potencias industriales, entre políticas regionales de inserción y de predominio económico mundial. Por responder a políticas definidas y apoyadas en espacios multiestatales, dicha pugna tendrá que multiplicar su fuerza, los instrumentos a su disposición y sus efectos sobre el equilibrio económico mundial (Ibid.:30). Al respecto, cabe añadir que en el proceso de globalización de las comunicaciones, las alianzas constituyen una de las manifestaciones más acabadas para enfrentar a la competencia.

III.- EL CASO DE LA TELEVISION MEXICANA: TELEvisa.

1.- Del imperialismo cultural a la interdependencia asimétrica.— Desde hace varios años comenzaron a producirse estudios que han dado cuenta del papel tanto del proceso de internacionalización del capital televisivo en México como del papel que en ello jugó la tecnología (por ejemplo Mattelart, 1973, Hamelink, 1980). En estos trabajos que da claro cómo este proceso se originó antes de que la televisión se iniciara comercialmente (3).

Como ya es sabido, buena parte de estos trabajos se produjo desde la óptica del *imperialismo cultural* misma que, en el contexto de las teorías de la dependencia, buscaba mostrar la presencia de Estados Unidos en los medios de

comunicación latinoamericanos, con las consecuentes implicaciones económicas y socioculturales en nuestras poblaciones, particularmente la aceptación acrítica del llamado *american way of life* y el abandono progresivo de los valores locales. El avance de la investigación ha mostrado los errores de apreciación del imperialismo cultural (por ejemplo Lozano, 1991). En el plano de la economía, autores como Joseph Straubhaar (1993:73) intentan explicar el fenómeno a través de la expansión de la economía mundial, que conduce de manera creciente a un sistema capitalista mundial. El hecho provoca una constante presión hacia la comercialización de los sistemas de medios, fenómeno que se hizo visible primero en América Latina –por sus tendencias a seguir los modelos comerciales estadounidenses–, aunque en la actualidad puede apreciarse en otras partes del Tercer Mundo.

Asimismo, Straubhaar ha mostrado que la dependencia no es homogénea, sino que en el desarrollo de los medios puede establecerse un *continuum* desde una total dependencia hasta una interdependencia dominante, pues incluso se ha descubierto que Estados Unidos no es un país totalmente independiente. Este rango de relaciones puede entenderse como formas de *interdependencia asimétrica*, cuyo paradigma propone para sustituir al del desarrollo dependiente. Para mostrar la necesidad de cambiar de paradigma, el autor destaca el crecimiento de las corporaciones transnacionales de medios en Europa, Asia, Medio Oriente y América Latina, cuya explicación constituye un reto a nivel teórico, particularmente en los casos de medios no estadounidenses, nivel de los mercados

mundiales regionales. “La habilidad de algunas compañías de medios del Tercer Mundo para competir con los exportadores culturales estadounidenses, europeos y japoneses es manifestación de un considerable crecimiento en su tamaño como industrias, en su capacidad de producción y sofisticamiento, a sí como en el desarrollo de géneros programables. Juntos estos factores inciden en un incremento relativo en la autonomía de esas compañías para actuar dentro del mercado mundial y una relativa interdependencia de dicho mercado como un todo. Su éxito refleja también gustos distintos de las audiencias y una búsqueda de proximidad cultural y relevancia” (Ibid.:95).

2.- La televisión mexicana en el contexto del sistema mundial: una aproximación al surgimiento del fenómeno en Televisa.- Como puede apreciarse, la perspectiva de la interdependencia asimétrica está enmarcada en el análisis económico de fenómenos comunicativos. Asimismo, pone de manifiesto la presencia creciente de Latinoamérica en el mercado mundial de la televisión (4). A esto cabe añadir los aspectos teóricos considerados en apartados anteriores. Para ilustrar las posibilidades de la propuesta que se hace en este ensayo, a continuación se presenta el ejemplo no exhaustivo del caso Televisa:

a) El punto de partida es que en la actualidad es cada vez menor la porción del mundo que no se encuentra relacionada de manera interdependiente vía la televisión. No obstante, es necesario tener en cuenta que en prácticamente todo el mundo (5), el medio se originó dentro de barreras geográficas locales al interior de cada país y su

expansión fue producto del concurso de la modernización tecnológica, la internacionalización y el desarrollo de la competencia. El peso e implicaciones de estos factores varía de acuerdo con el caso estudiado. Como ya se indicó, los tres elementos están interrelacionados dialécticamente y no siguen un desarrollo paralelo; el caso de Televisa será igualmente ilustrativo de este comportamiento.

b) El proceso de expansión mundial de la televisión mexicana, inicialmente llevado a cabo vía Telesistema Mexicano, supuso primero un grado de madurez manifestado en una producción nacional más o menos estable, un *stock* de programas importados, un control de la competencia —logrado años antes por la fusión de tres canales independientes en un solo consorcio televisivo— y una audiencia consolidada. El primer impulso para la expansión transfronteras se orientó hacia Estados Unidos, en principio por la internacionalización del capital y el establecimiento de alianzas con empresarios estadounidenses, quienes fungieron como prestanombres de Emilio Azcárraga Vidaurreta (Benassini, 1990). Cabe recordar que el capital inicialmente invertido en la televisión mexicana era de procedencia estadounidense, aunque desde el principio diversos grupos se interesaron en participar, sobre todo en la venta de equipo para transmisión y recepción de señales y, como complemento, en la colocación de programación. En la actualidad el capital con el que la televisión mexicana participa en los mercados mundiales procede también de otros países, fundamentalmente vía alianzas y convenios.

c) Las modificaciones tecnológicas también jugaron su papel en el logro de estos primeros objetivos. Gracias a ello fue posible captar a un número cada vez mayor de

televidentes nacionales, en la medida en que la señal se fue recibiendo en un radio cada vez más extenso⁽⁶⁾. En el proceso de internacionalización hacia Estados Unidos, fue necesario inicialmente —a lo largo de la década de 1960 y mediados de la siguiente— que los televidentes contaran con un convertidor que permitiera captar la señal que se transmitía por la banda de UHF. Más adelante la tecnología satelital se encargaría de transmitir las señales de Univisión y Galavisión a buena parte del territorio norteamericano, desde mediados de la década de 1970. Una nueva modificación tecnológica, cristalizada en la posibilidad de establecer enlaces entre satélites hizo posible que en 1981 la cobertura se extendiera a América Latina y en 1988 se logró llegar a Europa, parte de Asia y el norte de África (Ibid.). Para ello fueron necesarios un nuevo proceso de expansión del capital —de manera casi paralela— el establecimiento de nuevas alianzas, tanto con empresarios extranjeros —que avalasen el proyecto y ofrecieran la programación en sus respectivos países—, como con el Estado mexicano como aval del proyecto, que permitiría el ingreso de México a la órbita internacional de las comunicaciones.

d) Obviamente, los esfuerzos, alianzas e inversiones efectuadas inicialmente por Telesistema Mexicano, Televisa a partir de enero de 1973, no se han aplicado de manera exclusiva a la expansión internacional. Paralelamente se ha continuado con el proyecto nacional, mismo que —como es de sobra conocido— no sólo incluye a la televisión, sino otros espacios directa o indirectamente relacionados con ella. En el terreno que nos ocupa, basta ejemplificar con la consolidación de dos redes nacionales —el 2 y

recientemente el 9—, dos regionales —el 4 y el 5—, así como el crecimiento del sistema de la televisión por cable, a través de Cablevisión.

e) Sin embargo, en este doble proyecto de expansión fue necesaria la transnacionalización de la empresa como condición necesaria para competir dentro y fuera del país. Este proceso implica, además de los elementos que se han utilizado para el análisis, uno adicional que es producto de la internacionalización del capital: la modificación en la organización laboral, ahora acorde con los criterios de la división internacional del trabajo, como condición necesaria para optimizar la producción y competir en el mercado mundial. Prueba de ello son las constantes modificaciones en el organigrama de Televisa, mismas que buscan optimizar los recursos humanos para la consecución de objetivos a nivel nacional y transnacional. En suma, estas modificaciones se deben a que el ingreso de Televisa a la órbita transnacional de las comunicaciones supone también la adaptación a la lógica de producción y circulación televisivas, así como a las definiciones y redefiniciones del mercado mundial.

f) Aparentemente la etapa que aquí se presenta como la culminación de un proceso no es más que el comienzo de una red de expansión del capital transnacional, de modificaciones tecnológicas y de mecanismos para enfrentar a la competencia cuya complejidad de análisis constituye un reto para los investigadores de la comunicación. Máxime si se considera que aquí se ha presentado únicamente el caso de Televisa, aunque falta por considerar lo que sucede con la situación internacional de los otros grupos televisivos mexicanos.

g) A nivel nacional y transnacional, debe tenerse en cuenta que la programación de Televisa constituye un factor importante para enfrentar a la competencia. Por ello, como parte de la reorganización del trabajo arriba señalada, el papel los responsables de la programación a nivel nacional e internacional –incluida la venta en este último– está determinado por una serie de factores económicos, socioprofesionales y programáticos. Los factores programáticos se relacionan directamente con una serie de elementos específicos del trabajo de un programador. Dichos factores van desde la creación y conservación o modificación de la imagen de una cadena, la orientación al mercado, las tipologías de programas, el horario estelar, los géneros televisivos, la evolución de la audiencia y llegan hasta el campo de las investigaciones tanto teóricas como comerciales. Por último, cabe reiterar que el trabajo del programador va complicándose en la medida en que para realizar su trabajo es importante que se aproxime al conocimiento de la competencia a nivel nacional e internacional, así como de los mercados en los que circulan las producciones. En suma, la programación es una actividad que debe tomar en cuenta las condiciones socioculturales en las que está inmersa (en Benassini, 1995).

h) Vinculado con el punto anterior, para completar la propuesta de análisis es necesario remitirse al punto de vista de la economía política de la comunicación y la cultura. Al respecto, conviene aclarar que el estudio de los procesos subyacentes de transformación social que inciden en la producción comunicativa –básicamente televisiva, en este caso– y cultural, así como las implicaciones

socioculturales de la transnacionalización de la televisión es una tarea que los investigadores de la comunicación difícilmente podremos emprender de manera aislada. Es necesario establecer redes nacionales y transnacionales de investigadores interesados en el tema, que permitirían conformar un panorama creíble sobre lo que está sucediendo con la planetarización de la televisión. Algo se ha avanzado al respecto, por lo que también es necesario conocer los resultados de estos trabajos previos, mismos que proporcionarán pistas para seguir adelante.

IV.- CONCLUSIONES.

1.- La propuesta de enmarcar la transnacionalización de la televisión mexicana en el marco descrito en los primeros apartados obedece en primer lugar a la necesidad de abordar estos fenómenos de manera alternativa a como se ha venido haciendo, es decir desde la perspectiva del ensayo y de un imperialismo cultural trasnochado. De acuerdo con Néstor García Canclini, los estudios realizados desde este último enfoque "sirvieron para conocer algunos dispositivos usados por los centros internacionales de producción científica, artística y comunicacional que condicionaban y aún condicionan nuestro desarrollo. Pero ese modelo es insuficiente para entender las actuales relaciones de poder. No explica el funcionamiento planetario de un sistema industrial, tecnológico, financiero y cultural, cuya sede no está en una sola nación, sino en una densa red de estructuras económicas e ideológicas. Tampoco da cuenta de la necesidad de las naciones metropolitanas de flexibilizar sus fronteras e integrar sus economías, sistemas

educativos, tecnológicos y culturales como está ocurriendo en Europa y Norteamérica” (García Canclini, 1990:289).

2.- Vinculado con lo anterior, es importante visualizar las perspectivas abiertas por el paradigma de la interdependencia asimétrica. En este sentido, Straubhaar muestra el crecimiento de las corporaciones transnacionales de medios en Europa, Asia, Medio Oriente y Latinoamérica, cuya explicación constituye un reto a nivel teórico, particularmente en los casos de medios no estadounidenses, a nivel de los mercados mundiales y regionales. “La habilidad de algunas compañías de medios del Tercer Mundo para competir con los exportadores culturales estadounidenses, europeos y japoneses, es manifestación de un considerable crecimiento en su tamaño como industrias, en su capacidad de producción y sofisticamiento, así como en el desarrollo de géneros programables. Juntos estos factores inciden en un incremento relativo en la autonomía de esas compañías para actuar dentro del mercado mundial como un todo. Su éxito refleja también gustos distintos de las audiencias y una búsqueda de proximidad cultural y relevancia” (Straubhaar, Op. Cit.:95). El autor añade que América Latina y Brasil son ejemplos de avances que auguran un desplazamiento de la simple dependencia clásica a la interdependencia todavía asimétrica. Las industrias culturales nacionales, particularmente la televisión, han aumentado su capacidad de producción, misma que se refleja en los géneros que producen y exportan en mayor medida. Asimismo, las audiencias regionales, destaca Straubhaar, muestran una clara preferencia tanto por la producción nacional —sobre

todo en los países pequeños—, como por los programas exportados intra—regionalmente, con lo que se busca mayor proximidad cultural en ambos niveles (en Benassini, 1995).

3.— En otro documento (1994), he insistido en la necesidad de participar en el debate sobre la redefinición de la globalización de la comunicación, particularmente la televisión en este caso. En este sentido, hasta el momento trabajamos con definiciones previas, sujetas a modificación y enriquecimiento. Hasta el momento, las principales aportaciones sobre el tema han provenido de investigadores del centro, como es el caso de Marcial Murciano y Juan Carlos Miguel de Bustos, aunque autores latinoamericanos también han contribuido al respecto (por ejemplo, Ortiz, 1995). Una vez definida cabalmente la globalización, es necesaria su inserción en el sistema económico mundial y en la economía—mundo. De esta manera podrá observarse el fenómeno en toda su complejidad, así como el verdadero papel de la comunicación en su proceso. En consecuencia, por el momento resulta muy aventurado hablar de la globalización de la televisión en abstracto. Es necesario investigar casos concretos de fenómenos procedentes tanto del centro como de la periferia, que permitan llegar a una conceptualización cabal del proceso.

4.— Como puede percibirse sobre todo en las dos primeras partes, la globalización no es un fenómeno homogéneo ni económica ni culturalmente. Económicamente hablando, queda claro que el proceso pasa por diversas mediaciones y especificidades características del país o

región en cuestión. Culturalmente hablando, es cierto que existe una oferta televisiva global, es decir, programas que pueden verse en buena parte del mundo. Sin embargo, insisto en que conocemos poco sobre la recepción de esta oferta televisiva. Hablar de la *recepción homogénea de una televisión global* equivale casi a volver a la época de la aguja hipodérmica. De aquí la aportaciones de la interdependencia asimétrica y de la economía política de la comunicación y la cultura, como referentes para reflexionar sobre las modalidades de la recepción televisiva abiertas por la transnacionalización del medio.

5.- Para ejemplificar la propuesta que aquí se presenta recurrí al caso de Televisa por ser el más acabado y, por lo tanto, el que proporciona mayores posibilidades de análisis. Sin embargo, Televisión Azteca y Multivisión atraviesan actualmente por un periodo de ingreso a la órbita internacional –no transnacional– de las comunicaciones. De aquí que un siguiente paso debe considerar tanto la terminación del caso Televisa como la inclusión de los otros dos grupos televisivos, lo que permitirá establecer comparaciones –para el caso mexicano– en lo referente a modalidades internacionalización de capital, modernización tecnológica y modalidades para enfrentar a la competencia.

6.- Finalmente, analizar las alianzas efectuadas por los empresarios de la televisión para enfrentar a la competencia constituye una veta importante de explorar en este momento. En este sentido, cabe recordar los señalamientos de Peter Gourevitch (1993: 9): cuando las economías nacionales son interdependientes, las crisis son

internacionales. Ningún país se libra de esto; una crisis es un estímulo al que se tiene que responder y uno aprende de la forma en que reaccionan los países que se encuentran inmersos en este proceso. Un análisis de este tipo, que rebasa los límites del presente trabajo, mostrará las implicaciones del convenio recientemente establecido entre Televisa, Globo y Rupert Murdoch. Como puede observarse, todavía falta mucho por profundizar en estos temas.

¿cuál?
reformular

NOTAS

- (1) En este artículo presento una propuesta más acabada de trabajos anteriores, particularmente Benassini, Claudia (1994 y 1995).
- (2) El análisis de Wallerstein menciona las áreas en que se subdivide el sistema mundial: el centro, la periferia y la semiperiferia. Esta última reviste suma importancia en los análisis sobre comunicación desde esta perspectiva, ya que proporciona una tercera opción que reviste sus peculiaridades y dificultades de caracterización como área del sistema mundial (Wallerstein, Op. Cit.:492-493).
- (3) Recordemos que como en otros casos, particularmente de América Latina, los mismos concesionarios que llevaron la radio a sus países hicieron lo mismo con la televisión. Por ello desde mucho antes estuvo presente el capital internacional, manifestado en las mismas empresas radiodifusoras y televisivas.
- (4) En opinión de Straubhaar, países considerados de primer mundo —como Bélgica y Holanda— tienen mercados limitados, hay poca gente que sostenga a los medios y, en consecuencia, no se cuenta con recursos para cubrir toda la programación televisiva con producción nacional. Por otra parte, Straubhaar reconoce el crecimiento de la producción televisiva en algunos países que avanzan apoyándose en otras industrias culturales prósperas, o en establecimientos culturales no comerciales. Tal es el caso de la televisión brasileña, que se apoya en la radio, en el teatro y en menor medida en el cine (Ibid.:76-77).
- (5) La excepción está en algunos países cuyos proyectos televisivos fueron producto mayoritario del concurso de fuerzas externas, puesto que para su desarrollo fue necesaria la participación de grupos internos públicos y privados.
- (6) Al respecto, hay numerosos testimonios de pioneros de la televisión mexicana que dan cuenta de las primeras incursiones en el territorio nacional. Véase por ejemplo Castellot, 1993.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- 1.— Benassini, Claudia (1994) *La globalización de las comunicaciones en el contexto latinoamericano: propuestas teórico-metodológicas para su estudio.* Ponencia

presentada en el VIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Cali, Colombia, 1994.

2.- ——— (1995) *Reflexiones sobre la programación televisiva en el contexto de la globalización de las comunicaciones*, de próxima publicación.

3.- Calva, José Luis (coord.) (1995) *Globalización y bloques económicos: realidades y mitos*, México, Juan Pablos Editor.

4.- Estay, Jaime "Globalización y sus significados", En Calva, Op. Cit.: 27-39.

5.- García Canclini, Néstor (1990) *Culturas híbridas*, México, Edit. Grijalbo-CONACULTA.

6.- Gourevitch, Peter (1993) *Políticas estratégicas en tiempos difíciles*, México, F.C.E.

7.- Hamelink, Cees (1980) *La aldea transnacional*, Barcelona, Edit. Gustavo Gili.

8.- Lozano, José Carlos "Del imperialismo cultural a la audiencia activa", en *Comunicación y Sociedad* núm. 10-11, Universidad de Guadalajara.

9.- Manchón, Federico "Globalización, regionalización y comportamiento financiero", en Calva, José Luis, Op. Cit.:40-57.

10.- Mattelart, Armand (1973) *Agresión desde el espacio: cultura y napalm en la era de los satélites*, México, Edit. Siglo XXI.

11.- Miguel de Bustos, Juan Carlos (1993) *Los grupos multimedia*, Barcelona, Edit. Bosch.

12.- Murciano, Marcial (1992) *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Barcelona, Edit. Bosch.

13.– Ortiz, Renato “Notas sobre la problemática de la globalización de las sociedades”, en *Diá-logos* núm. 41, marzo de 1995, FELAFACS, Lima, págs. 5–12.

14.– Santacruz, Lino (1994) *La globalización: definición y acepciones*, México, Instituto Matías Romero de Estudios Diplomáticos.

15.– Straubhaar, Joseph D. “Más allá del imperialismo de los medios: interdependencia asimétrica y proximidad cultural”, en *Comunicación y sociedad* núm. 18–19, Universidad de Guadalajara.

16.– Wallerstein, Immanuel (1991) *El moderno sistema mundial*, México, Edit. Siglo XXI.

17.– Zallo, Ramón, *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Edit. Akal.