

CONCLUSIONES.

En este proyecto de investigación se plantearon como principales preguntas las siguientes:

1. ¿En que sentido se puede hablar de «dominación cultural» en la comunicación mundial en la actualidad, y específicamente, en el intercambio de «productos culturales» entre América Latina y los Estados Unidos?
2. ¿Existe de acuerdo con la situación internacional actual de la comunicación y la información la necesidad de replantear el debate sobre un NOIC?

Como hipótesis se plantearon las siguientes:

1. En la actualidad, el intercambio cultural entre los Estados Unidos y América Latina consiste en la típica relación de colonialismo cultural entre los «países desarrollados» y «los países en vías de desarrollo». Por lo que, las teorías tradicionales de la dominación cultural mantienen su vigencia teórica.
2. De acuerdo con el creciente flujo unidireccional de la información y la comunicación entre los Estados Unidos y los países de América Latina existe la necesidad de plantear un NOIC para la región.

En el contexto de la globalización, la comunicación resulta ser un aspecto central y paradójico. Así como un fenómeno complejo y fluido, pero fundamental para garantizar relaciones *estables* entre los diversos y heterogéneos actores del escenario mundial. Con el progreso tecnológico constante, la comunicación es el medio idóneo para estrechar los vínculos entre las diferentes naciones y culturas del planeta. Es innegable que vivimos en un mundo cada vez más interdependiente producto de la red mundial de las telecomunicaciones y también más democrático porque existen mejores condiciones para el «libre flujo de la comunicación y la información» de modo más equilibrado a través de esas infraestructuras tecnológicas. Tanto al interior de las naciones y países como en las relaciones entre los mismos. Pero a la vez, existen condiciones para que se de todo lo contrario. Al conjugar los progresos permanentes de la tecnología con las tendencias económicas mundiales se aumentan las posibilidades para una mayor dominación cultural.

De esta manera, resulta esencial para comprender las relaciones entre todos los actores del contexto global, el estudio de los cambios sucedidos en el flujo internacional de la información y otros productos culturales, de acuerdo con las tendencias económicas y tecnológicas imperantes. Para establecer como se proyecta políticamente la comunicación mundial en las relaciones entre los «países desarrollados» y los «países en vías de desarrollo». Lo cual, oscila entre una comunicación democrática y bilateral y la dominación y dependencia cultural. Las tendencias en la comunicación mundial, verifican que las teorías tradicionales de la dominación y la dependencia cultural mantienen una vigencia teórica relativa para explicar los cambios, tendencias y procesos de la información y la comunicación actual. Y requieren cuando menos ajustes teóricos y metodológicos para no ser completamente desechadas.

Las teorías críticas tradicionales, conciben la comunicación entre las naciones dentro de un contexto internacional jerarquizado y dividido por razones políticas, económicas y culturales, en el cual se desarrollan substancialmente relaciones de «dominación cultural». Formulan como postulado fundamental, que estas relaciones consisten en la «colonización cultural» de los «países en vías de desarrollo» por parte de los «países desarrollados». El objeto de estudio central de estas teorías son los aspectos económicos y políticos de los medios de comunicación masivos en la estructura internacional. Sobre lo cual, entienden que la dominación cultural, es un proceso que garantiza simbólicamente la sujeción y la expansión económica del capitalismo en aquellos países bajo su influencia. Estableciendo una superestructura favorable para tal fin, mediante el impacto que ejercen todos los productos culturales sobre las culturas nacionales. Por lo que, consideran a todos los productos culturales, sobre todo la información, como funcionales al imperialismo cultural de los países más poderosos del contexto internacional, principalmente de los Estados Unidos.

Para la década de los sesenta y los setenta existían condiciones que llevaron a hablar del enorme desequilibrio en el flujo internacional de la comunicación y la información y otros productos culturales. Y que a su vez permitieron considerar a los «países desarrollados» como productores de «cultura de masas» y a los «países en vías de desarrollo» como sus consumidores pasivos y dependientes. Entre las condiciones que permitían darle sustento empírico a las teorías tradicionales de la dominación cultural estaban un flujo de productos culturales de carácter unidireccional

entre el mundo desarrollado y el mundo en vías de desarrollo; y el alto grado de desarrollo de la infraestructura de las comunicaciones de los «países desarrollados» y la casi inexistencia de dicha infraestructura en la mayor parte de los «países en vías de desarrollo». También estaba el fenómeno, –no muy autónomo y diferenciado del contexto general de las relaciones culturales mundiales–, en el que las multinacionales de la cultura de los «países desarrollados» estaban implementando estrategias comerciales que moldeaban el desequilibrio en el flujo de productos culturales con en el resto del mundo. Mientras estructuraban un mercado internacional de la información y la cultura que favorecía y reforzaba la idea de que, los «países desarrollados» eran productores de cultura y convertían a los «países en vías de desarrollo» en consumidores de cultura occidental.

Por estas razones desde la publicación del Informe McBride (1980), se ha considerado imperioso establecer un Nuevo Orden Mundial de la Información que responda a dos principios fundamentales: 1) el libre flujo de la información; y a su vez 2) a un equilibrio en el flujo de la información entre los «países desarrollados» y los «países en vías de desarrollo». La implementación de estos principios permitiría desarrollar condiciones necesarias para evitar la dominación cultural.

Según las perspectivas teóricas de la dominación cultural la estructura internacional de la información y la comunicación es el resultado de los intereses de los actores que configuran y privan en el contexto internacional. De esta forma, los flujos internacionales de la información y otros productos culturales obedecen a una lógica de carácter imperialista por parte de los «países desarrollados» y sus multinacionales que pretenden la dominación cultural de los «países en vías de desarrollo», así como de sus medios de comunicación, quedando los aspectos económicos y comerciales de la comunicación internacional subsumidos en esta política imperial.

En las teorías tradicionales de la dominación cultural, el estudio de la comunicación y la información se sitúa tanto en la estructura económica de la sociedad como en el sistema político e ideológico. Los medios de comunicación como «industrias culturales» se ubican como partes de la estructura económica internacional e instrumentos en la perpetuación de las desigualdades en el flujo internacional de la información y otros productos culturales, que son claves para la colonización cultural de las naciones de los «países en vías de desarrollo». Los «países desarrollados» dominan la producción mundial de productos culturales, desarrollan casi toda la

investigación científica y tecnológica, y producen los medios técnicos básicos para los medios de comunicación y la producción cultural de la mayoría de los países dependientes. Para estas teorías, la máxima expresión del imperialismo cultural, es desplegada por Estados Unidos, país que al propagar mundialmente su propia cultura de masas produce la decadencia de las culturas nacionales.

De esta forma, en el intercambio internacional de la información y la comunicación se ha venido imponiendo históricamente por parte de los «países desarrollados» un modelo de dominación cultural mundial. Conllevando a que los «países en vías de desarrollo» sean cada vez más dependientes culturalmente. Siendo esta una tendencia histórica irreversible, no puede llegar a existir en el contexto global una verdadera comunicación. Debido a que los medios de comunicación y las infraestructuras para la circulación de los productos culturales, han sido instrumentalizados en las decisiones políticas y económicas de los gobiernos de los países más avanzados y sus multinacionales de la electrónica, las telecomunicaciones y las industrias culturales.

Las teorías tradicionales de la «dominación cultural» no están exentas de observaciones críticas de carácter teórico y metodológico. Estas teorías permiten interpretar de manera muy modesta una situación completamente nueva como el tipo de comunicación internacional que surge en el mundo de la globalización. La comunicación internacional actual no puede ser vista simplemente como la reproducción de los viejos modelos coloniales de dependencia y dominación en la actividad económica e ideológica desarrollada por los antiguos medios de comunicación masivos de los países más poderosos.

En este sentido, se puede señalar que se fundamentan en la creencia de que tanto los «países desarrollados» como los «países en vías de desarrollo» constituyen dos regiones homogéneas culturales, política y económicamente, pero nítidamente distintas y opuestas entre sí. Obvian de esta manera la diversidad social y económica y la pluralidad cultural y política que existe entre las naciones de los países de ambas regiones independientemente del grado de su desarrollo. Por lo que infieren que es posible la colonización cultural del mundo en vías de desarrollo por parte de los países más avanzados mediante los medios de comunicación y el aprovechamiento de las ventajas tecnológicas y económicas. Esto permite suponer que, los gobiernos de los países capitalistas más poderosos y sus multinacionales, presionan a favor de sus

intereses sobre los sistemas simbólicos-culturales nacionales y locales de los «países en vías de desarrollo», sin contradicción alguna por parte de su población. Así como también una solidaridad automática entre los gobiernos y las naciones de los «países en vías de desarrollo».

Las teorías tradicionales de la dominación cultural no escapan de la visión estado-céntrica de la comunicación internacional, pues consideran que frente al imperialismo cultural debe prevalecer la cultura del Estado-nacional. Su enfoque de la dominación cultural se fundamenta principalmente en las relaciones entre los Estados. En este punto, es fundamental tomar en cuenta que los cambios en el contexto internacional inciden sobre las «formas concretas» asumidas por la comunicación y la información mundial. Los cambios económicos y políticos, así como los progresos constantes en las tecnologías están reconfigurando la posición de todos los actores, públicos y privados, en la comunicación internacional. La cual, es cada vez más global.

Desde los enfoques de las teorías tradicionales de la dominación cultural, la comunicación entre las naciones, es un problema que tiene que ver exclusivamente con las relaciones de poder entre los «países desarrollados» y «los países en vías de desarrollo». Las desigualdades en la comunicación y la información mundial están relacionadas fundamentalmente con el interés que tienen los primeros en mantener el subdesarrollo de la infraestructura de la comunicación y la información en los «países en vías de desarrollo»; mientras promueven el progreso tecnológico de su propia infraestructura. Resultando en consecuencia, las condiciones ideales para el desequilibrio en el flujo internacional de los productos culturales.

En la actualidad hay datos sobre el flujo internacional de los productos culturales, incluida la información, y el desarrollo de la infraestructura de las comunicaciones, que ponen en duda la dominación y dependencia cultural de los «países en vías de desarrollo», como tendencia histórica irreversible. Muchos de estos países se han consolidado como grandes productores de cultura y están exportando y compitiendo en los mercados culturales en todas partes del mundo. Haciendo más compleja la cartografía del intercambio cultural mundial. Todo esto debido a que, las tecnologías de la comunicación y la información afectan todos los aspectos del fenómeno comunicativo. La tecnología multimedia y de las telecomunicaciones está cambiando la naturaleza de los productos culturales y la propia comunicación mundial.

Desde el punto de vista político mundial, el papel de las nuevas tecnologías de la comunicación es clave para comprender como replantear el debate sobre el NOIC con pertinencia y relevancia en nuestros días. Los efectos de la tecnología sobre la naturaleza de los medios de comunicación masivos influye en las consideraciones sobre la naturaleza dependiente y pasiva que los pueblos de los «países en vías de desarrollo» presentan en las teorías tradicionales de la dominación ante los procesos de «colonización cultural». Existe la posibilidad no prevista por estas teorías de que producto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información se pueda equilibrar el flujo de la información entre los «países desarrollados» y los «países en vías de desarrollo». Dándose un reacomodo en la estructura mundial de la comunicación y la información. Hoy, producto de que las tecnologías son cada vez más económicas posibilitan que los «países en vías de desarrollo» efectúen «saltos tecnológicos» que les permitan alcanzar rápidamente niveles adecuados de equipamiento y conexión a las redes mundiales de la comunicación y la información. La tecnología «multimedia» y de las telecomunicaciones ha cambiado la naturaleza de los medios de comunicación como instrumentos para la comunicación entre los hombres, planteando incluso la posibilidad de cambiar la naturaleza de las «formas concretas» de la comunicación en términos de dominación y dependencia cultural, para convertirla en una «comunicación democrática» formada en el crisol del «mundo multimedia». Sin embargo, todas las posibilidades que brinda la tecnología para la comunicación entre los pueblos y los individuos, están determinadas por las tendencias económicas globales. Que están estructurando la comunicación mundial en ausencia de la cooperación interestatal para contrarrestar las leyes del mercado mundial.

En cuanto a la estructura internacional de la comunicación y la información se ha mantenido la idea por parte del «pensamiento crítico» que los «países desarrollados» predominan en la creación, producción y difusión de los productos culturales; y que la tendencia es que los Estados Unidos se quede como único país hegemónico en la cultura mundial. Con las implicaciones que tiene esto para la soberanía nacional, económica y cultural para los «países en vías desarrollo». En la actualidad esta tendencia persiste, pero de una manera completamente distinta, pudiendo hablarse de nuevas formas de dominación cultural como molde de la comunicación y la información mundial.

Comprender la comunicación en el contexto global, implica entender el papel central que juega la forma en que se articulan los diferentes elementos que permiten coordinar el flujo internacional de todos los productos culturales a través de los países, sin tomar en cuenta, las trabas relacionadas con la soberanía nacional. Los medios de comunicación masivos, han evolucionado en función de las tendencias tecnológicas y económicas mundiales, de tal forma que, han desarrollado una estructura económica global de la comunicación y la información que permite hablar de un *sistema transnacional* de producción, difusión y acceso a los productos culturales. Y por ende, de un mercado mundial de la cultura dominado por los conglomerados que han resultado de la convergencia empresarial y tecnológica de las industrias de la electrónica, las telecomunicaciones y los medios de comunicación. La presencia dominante de estos nuevos actores en la estructura ideológica y política mundial, lleva a **reconsiderar** la dominación cultural; teniendo como enfoque, la forma en que influye la cultura producida por estos conglomerados sobre las culturas nacionales de los «países en vías de desarrollo». La dominación cultural en el contexto de la globalización tiene que ver más con la uniformación cultural del mundo a favor del mercado mundial, que con la propagación de la cultura de un país en particular. Y el conflicto cultural, tiene que ver más con la forma en que se produce la «integración» o la «resistencia» entre la cultura global de masas y los particularismos culturales, tanto nacionales como locales, de los países independientemente de su grado de desarrollo. La globalización cultural afecta por igual a todas las culturas nacionales del mundo.

El análisis de la actual estructura internacional de la comunicación y la información pasa por tomar en cuenta factores políticos, económicos, tecnológicos y culturales mundiales. La comunicación mundial no escapa a las relaciones de poder entre naciones y países, pero en el contexto actual implica múltiples factores y dimensiones. La comunicación y la información entre los «países desarrollados» y los «países en vías de desarrollo» sigue siendo un asunto de naturaleza política y económica. La tecnología de las comunicaciones y la información en las relaciones internacionales y nacionales es un asunto esencialmente político y económico. El impacto de la tecnología sobre los medios de comunicación y sobre el flujo internacional de la información y los productos culturales lleva a tomar en consideración la pretendida neutralidad de la tecnología en las relaciones internacionales. Se deben tomar en cuenta los problemas de la concentración económica y la convergencia tecnológica de los medios de comunicación al interior de

cada sociedad nacional de ambos conjuntos de países. Los cuales están determinados por la transnacionalización económica y las presiones del mercado mundial cultural para «desregular» la propiedad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones al interior de los Estados-nacionales y través de sus fronteras. Cuestión que trasciende la investigación tradicional de la comunicación masiva al interior de las sociedades y se particulariza como objeto de estudio de la comunicación internacional mediante un nuevo enfoque.

Dentro del contexto de la comunicación y la información mundial actual la tecnología multimedia y de las telecomunicaciones juega un papel central y articulador de las relaciones internacionales y al interior de las sociedades nacionales. La producción de contenidos culturales en todas partes del mundo tiende a ser multimedia y digitalizada, para ser difundida por la infraestructura de las telecomunicaciones mundiales y nacionales. Este es un aspecto de la comunicación y la información actual que no escapa al debate político internacional por sus implicaciones culturales, sociales y económicas. En función de estos nuevos productos comunicativos e informativos existe la posibilidad de hablar sobre el flujo internacional de los productos culturales tradicionales y nuevos, como aspecto clave de la comunicación mundial. El flujo de estos productos culturales, la producción, difusión y acceso a los mismos, determina la naturaleza de la comunicación y la información mundial, que tiende más hacia una nueva forma de «dominación cultural» y menos hacia una forma de «comunicación democrática». Este proceso no se va a orientar en forma espontánea hacia una determinada forma de comunicación mundial. Este aspecto es crucial para comprender la comunicación en el presente. Las tecnologías de la informática y la comunicación han cambiado cualitativamente todas las formas de comunicación masiva al hacer posible la «interactividad». Los cambios radicales que se han producido en la comunicación producto de las tecnologías, han llevado a pensar que surge un modelo cultural tecnológico de la comunicación. El cual, por sí solo, no elimina las barreras para el desarrollo de una comunicación democrática. Siendo la Internet el caso paradigmático para estudiar el curso de la comunicación mundial, se puede afirmar que el paradigma tecnológico es incapaz por sí mismo de revertir la dominación cultural.

La distribución mundial de los recursos para la comunicación sigue siendo excesivamente desproporcionada y a favor de los «países desarrollados». En cuanto a

la capacidad para la producción y difusión de productos culturales en América del Norte, América Latina y El Caribe en el periodo que va del año 1990 al año 2000 aproximadamente, se pudo determinar que los Estados Unidos y Canadá, poseen una infraestructura con recursos que por su cuantía superan en exceso la de toda América Latina y El Caribe, conformada por países con desigual desarrollo, pero catalogados genéricamente como «países en vías de desarrollo». La relación es de aproximadamente 10 a 1. A partir de este hecho verificado, se puede sugerir que de acuerdo con la distribución de los recursos para la realización y difusión de productos culturales en el mercado internacional, la competencia entre las industrias culturales de Estados Unidos y Canadá y las de América Latina y El Caribe, no consiste más que en una competencia entre desiguales, pero en exceso. También, que si el intercambio de productos culturales entre estos países consiste en el desarrollo de la «dominación cultural» como parte del «neo-imperialismo» de los «países desarrollados», Estados Unidos y Canadá posee una infraestructura para la comunicación y la información con una capacidad muy superior frente a la capacidad de los países de América Latina y El Caribe, para lograr producir, difundir y garantizar el acceso a los recursos culturales de sus propios ciudadanos; pero también para influir sobre el sistema simbólico-cultural de los ciudadanos de dichos países, en función de sus intereses comerciales o políticos. Visto de otra forma, es muy pobre la capacidad de respuesta que tendrían los países de América Latina y El Caribe, frente a las pretensiones de «dominación cultural» por parte de los Estados Unidos.

Aún así, esta situación no determina el flujo de productos culturales entre estos países. La 'estructura internacional de la comunicación y la información' establecidas entre los «países en vías de desarrollo» y los «países desarrollados» obedece a diversas lógicas de acción encontradas, tanto del sector empresarial como del sector estatal. Como en la actualidad, la comunicación y la información están condicionadas por las tendencias tecnológicas y económicas mundiales, la estructura mundial de la comunicación surge como producto de una mezcla de reglas de mercado y proteccionismo estatal en torno de las identidades culturales. Siendo la distribución de tecnología para la producción, difusión y acceso a todo tipo de productos culturales, un aspecto central para comprender la comunicación mundial de nuestros tiempos.

En este sentido, la comunicación mundial en la actualidad se puede enfocar sin necesidad de recurrir al postulado de la dominación cultural entre naciones. Se puede pensar que la forma en que se ha estructurado el flujo de la Información y la comunicación es producto del subdesarrollo de la infraestructura de la comunicación y la información en la mayoría de los «países en vías desarrollo»; mientras que el progreso de las tecnologías de la comunicación de los «países desarrollados» ha resultado imponiendo un conjunto de condiciones que han favorecido hasta el presente su hegemonía mundial. Como no se han desarrollado condiciones que favorezcan una mejor distribución mundial de las tecnologías, se ha mantenido el desequilibrio en el flujo internacional de los productos culturales, incluida la información. Al existir tecnología más asequible financieramente para los «países en vías de desarrollo», se puede considerar que dicha situación ha sufrido cambios no previstos por las teorías tradicionales de la dominación cultural. Por lo que, la comunicación internacional puede ser completamente distinta a la forma en que ha sido concebida por las teorías tradicionales en cuestión.

Es clave para comprender la comunicación internacional en la actualidad, determinar la forma en que puede influir la tecnología multimedia y de las telecomunicaciones en la infraestructura de la comunicación internacional. Pero teniendo en cuenta que los efectos de la tecnología sobre la comunicación deben relacionarse con su contexto político y económico para evitar llegar a conclusiones paradójicas. Es común considerar que las «baratas» tecnologías multimedia permitirán superar las barreras que surgen para el desarrollo de una «comunicación democrática». Barreras que surgen producto de la distribución desigual de los recursos de la comunicación y la información y que no permiten lograr un intercambio más equilibrado de productos culturales entre los «países desarrollados» y los «países en vías de desarrollo». En la actualidad, la comunicación y la información se ven favorecidas por las tendencias tecnológicas mundiales. En la comunicación mundial y las industrias culturales la tecnología ha producido dos efectos estructurales: uno tiene que ver con la convergencia tecnológica y empresarial entre los medios de comunicación producto de la tecnología *multimedia* y de las telecomunicaciones. El otro cambio estructural, tiene que ver con el aumento de las capacidades de producción y difusión de contenidos culturales de los medios de comunicación, tanto de los «países en vías de desarrollo» como de los «países desarrollados».

De la literatura referida a los efectos que pueden tener las tecnologías de punta sobre la comunicación, se pueden deducir dos cosas: una, que cualquier país de ingresos medios en el mundo, puede aumentar y consolidar toda su infraestructura de telecomunicaciones sin haber pasado por la revolución industrial. La otra, que las industrias culturales de cualquier «país en vías de desarrollo», pueden realizar «saltos cualitativos» en la producción, difusión y acceso a los productos culturales. La tecnología multimedia, la digitalización, los satélites y la fibra óptica permiten el desarrollo de la infraestructura de las comunicaciones en todas partes. Estas tecnologías permiten optimizar la producción, difusión y acceso de los valores de la cultura de masas y las necesidades de comunicación de las personas, independientemente de las formas sociales que asuman las estructuras de la comunicación.

La disponibilidad de mejores y más económicas tecnologías para la producción cultural, significa en términos del intercambio cultural mundial, un mayor equilibrio en el flujo de productos culturales y de la información entre los países del mundo independientemente de su grado de desarrollo. Por lo menos para los «países en vías de desarrollo» que han logrado revertir dicho flujo, con el desarrollo de la infraestructura necesaria para el progreso de sus propias industrias culturales. Sin embargo, un mayor equilibrio en el flujo internacional de productos culturales no puede ser factible mediante la lógica del mercado. Bajo la lógica del mercado mundial, lo que realmente sucede es que las tecnologías multimedia permiten aumentar la capacidad de las industrias culturales de los «países en vías de desarrollo» para poder competir con las capacidades de los «países desarrollados»; pero en la medida en que aumentan las capacidades de las industrias culturales de ambos tipos de países en la misma intensidad perpetúan la distribución desigual de los recursos culturales y mediáticos. Sin una política internacional adecuada, las ventajas comparativas de poseer una superior y más desarrollada infraestructura de la industria cultural por parte de los «países desarrollados», no podrán ser equilibradas por las industrias culturales de la mayor parte de los «países en vías de desarrollo».

El impacto de la tecnología en los medios de comunicación y sus consecuencias culturales y sociales, es un asunto de naturaleza política. Los medios de comunicación y sus transformaciones son el núcleo central en este proceso global. Los gobiernos y las corporaciones privadas mundiales y regionales desarrollan estrategias para el

desarrollo de la infraestructura de la comunicación y la información que se orientan por lógicas opuestas. Los gobiernos frente al accionar del mercado mediático mundial, – que funciona bajo el principio del «libre flujo» de los productos culturales y las ganancias que generan,– pueden desarrollar políticas dirigidas a la protección de la «identidad nacional», la protección y desarrollo de la industria cultural autóctona; o el establecimiento de un «intercambio equilibrado» de productos culturales en el contexto internacional.

La televisión es una de las áreas de los medios de comunicación en la que se puede observar mejor como la tecnología opera en las relaciones entre los gobiernos y las corporaciones privadas; y sobre la propia naturaleza económica y simbólico-cultural de la comunicación y la información; así como también sobre la producción, difusión y acceso a los productos culturales. La tecnología de punta no sólo influye sobre la realización y re-producción de los programas de televisión y video, sino que, tiene una mayor influencia en la difusión de este tipo de producto cultural. Conllevando a la segmentación del público y dificultando el desarrollo de una comunicación que promueva la identidad nacional. Propiciando más bien, el desarrollo de identidades alternativas más vinculadas con la cultura global de masas. Por lo que en este tipo de televisión se dificulta la reproducción de las relaciones simbióticas entre los gobiernos nacionales y sus industrias culturales autóctonas.

El panorama mundial de la comunicación y la información en nuestros días ha cambiado completamente respecto del pasado. La Globalización, que tiene como mecanismos fundamentales la transnacionalización económica y la expansión mundial de la cultura occidental por medio de las infraestructuras tecnológicas de la comunicación y la información, no debe ser interpretada en forma ideológica. Esto no permitiría una verdadera comprensión de la estructura de la comunicación y la información mundial de acuerdo con los impactos que tienen las tendencias económicas y tecnológicas actuales.

La globalización económica está modelando el desarrollo de la infraestructura para las telecomunicaciones en todas partes. Mediante la concentración de la propiedad, la convergencia empresarial y tecnológica y la transnacionalización de las industrias culturales y de telecomunicaciones se integran en todas partes las empresas mediáticas, de telecomunicaciones y tecnológicas para la conformación de conglomerados multimedia digitales y transnacionales. En los Estados Unidos, el

desarrollo de la infraestructura satelital para la televisión se ha desarrollado principalmente bajo los parámetros de la economía privada. Esta tecnología ha ingresado intensivamente en la infraestructura de las comunicaciones en América Latina, desde inicios de la década de los noventa. Los gobiernos nacionales en la medida en que promueven el desarrollo tecnológico de su infraestructura de telecomunicaciones, procurando el desarrollo de sus industrias culturales, también promueven la globalización económica y cultural. Las industrias culturales para ser competitivas en el mercado nacional, regional y mundial de la cultura y la comunicación deben procurar poseer la mejor tecnología. Lo que tiene como consecuencia la convergencia empresarial de las industrias culturales con las del sector tecnológico. Estos procesos de integración empresarial, se presentan como el paradigma que permite competir en la producción y difusión de productos culturales y servicios de comunicación. Y a su vez, consiste en la verdadera explicación de lo que está sucediendo con la comunicación mundial en la actualidad.

Este enfoque, permite entender porque el progreso tecnológico no es la panacea para el desarrollo de una comunicación democrática en condiciones del mercado mundial. La lógica de invertir en tecnología de punta se impone en todos los aspectos de la comunicación y la información. Para América Latina, debido a los altos costos que para estos países representan las tecnologías de última generación, una forma de desarrollar las infraestructuras de las comunicaciones mediante satélites es por medio de la asociación entre el capital público y el capital privado nacional y foráneo, principalmente proveniente de los Estados Unidos. Lo que ha llevado a que las empresas privadas tengan cada vez más mayor control de la infraestructura de las comunicaciones y la información nacional. Desde el punto de vista del control sobre la infraestructura de la comunicación la privatización lleva a una mayor articulación del capital foráneo con el capital nacional, y a una disminución del poder estatal, —y más del poder de los ciudadanos—, sobre la comunicación y la información.

La calidad de los productos culturales depende de la tecnología que se posean para su elaboración. Lo que significa que a mejor tecnología mayor calidad. Una industria cultural que desee ser competitiva en el mercado nacional, regional y mundial de la cultura y la comunicación debe procurar poseer la mejor tecnología. Pero la tecnología siempre se está mejorando. Lo que a su vez lleva a que las industrias culturales y de telecomunicaciones desarrollen procesos de integración empresarial

entre ellas, para estar mejor preparadas para competir en la producción y difusión de productos culturales y servicios de comunicación. Lo que culmina en una mayor concentración de los recursos para la comunicación y la información en manos privadas.

Aún así, la dominación cultural entre las naciones está cambiando. El flujo mundial de productos culturales también está dejando de ser exclusivamente unidireccional. Un caso paradigmático de los cambios en la comunicación internacional lo constituye el flujo de productos culturales entre los Estados Unidos y América Latina. Han habido cambios significativos que influyen sobre la naturaleza de la estructura de la comunicación y la información entre estos países. Que llevan a considerarla, cabalgando entre la «dominación cultural» y la «integración cultural» entre los mismos. Durante la década de los noventa y hasta el presente ha aumentando el intercambio de productos culturales entre los países latinoamericanos, así como también ha aumentado el flujo de productos culturales desde estos países hacia los Estados Unidos. En cierto sentido, en cuanto a estos países se refiere, se puede hablar de un intercambio de productos culturales que tiende en algunos aspectos a ser equilibrado, aunque en términos de un intercambio comercial que beneficia principalmente a los conglomerados multimedia mundiales y subregionales.

La mejor forma de determinar el impacto de las tecnologías digitales y multimedia sobre los medios de comunicación es explicar la manera en que la Internet influye sobre los mismos. Internet posee la *interactividad* como una ventaja sobre los medios clásicos de comunicación e información, por lo cual es evidente que constituye el medio en el cual deben converger los medios de comunicación clásicos. La Internet ofrece la posibilidad de la comunicación sincrónica independientemente del lugar donde se encuentre los participantes, mientras que los otros medios de comunicación no. Aún así, la influencia socio-cultural de un medio de comunicación está determinada por la posibilidad de acceso de la población al mismo. Siendo la Internet un recurso que requiere de tecnología avanzada y de grandes inversiones, es obvio que en América Latina, los medios masivos de comunicación tienen una mayor predominancia sobre el público en general, que la Internet. Por lo que, un aspecto importante para valorar la influencia de la tecnología digital y multimedia en la comunicación internacional tiene que ver con los recursos disponibles en América Latina y El Caribe, para conectarse a la Internet.

Actualmente en América Latina, Internet influye sobre la organización de la industria cultural del periodismo y en las formas de editar y difundir principalmente las noticias nacionales, tanto al interior del país como fuera del mismo. Son diversas las formas en que las tecnologías aplicables a Internet han influido sobre el mundo del periodismo. Sin embargo, en América Latina, toda la tecnología aplicable y vinculada por la Internet, esta favoreciendo la concentración de la propiedad y la convergencia de los medios de comunicación, incluida la prensa. Aunque a su vez, la Internet permite una mayor circulación de las noticias de los países latinoamericanos producidas por sus propios periódicos en los Estados Unidos. Los datos sobre la producción y distribución de noticias por medio de la prensa digital latinoamericana no son significativos para revertir la influencia socio-cultural de los grandes periódicos estadounidenses y canadienses sobre sus lectores nacionales. Pero a los latinoamericanos residentes en Estados Unidos, les gusta visitar las páginas de Internet de los periódicos de sus países de origen. Con lo cual se desmienten el postulado de alienación cultural implícito en las tesis de la dominación cultural.

Las tendencias económicas mundiales determinan el impacto del progreso tecnológico en la estructura de la comunicación regional. La comunicación y la información nacional, regional y mundial debe ser comprendida dentro del contexto histórico en el que se desenvuelven sus principales actores. Al analizar la comunicación y la información entre los Estados Unidos y América Latina en nuestros días, se impone como enfoque el análisis de los principales grupos multimedia mundiales y subregionales que han surgido como producto del impacto de la globalización sobre las industrias culturales y las empresas tecnológicas. La concentración económica y la convergencia de las industrias culturales en el continente americano, son las respuestas a la apertura económica, la desregulación y la tecnología digital que se expanden mundialmente.

El orden mundial de la información y la comunicación se encuentra estructurado principalmente por la cooperación y la competencia comercial de los conglomerados multimedia digitales y transnacionales estadounidenses y los conglomerados multimedia digitales regionales. Los cuales desarrollan dentro del contexto nacional, regional y mundial procesos verticales y horizontales de concentración de la propiedad de los medios de comunicación y las empresas tecnológicas. La comunicación y la

información mundial se pueden considerar en la actualidad como parte integrante y central del mercado global y transnacional.

Los conglomerados multimedia mundiales, que en su mayoría son de origen estadounidense, prácticamente establecen las reglas de creación, producción y difusión de los productos culturales en el mundo. Pero a pesar de su hegemonía deben llegar a acuerdos con los grupos multimedia regionales y subregionales para operar económica y culturalmente de manera eficiente en los mercados culturales regionales y nacionales. La interacción dinámica entre los conglomerados mundiales y regionales ocasionan el cambio constante y acelerado en la propiedad y la convergencia empresarial y tecnológica de la comunicación, estableciendo como tendencia mundial la concentración de la propiedad y la transnacionalización de las industrias culturales que tienden a uniformar los procesos de creación, producción y difusión de los contenidos culturales. Tanto los grupos mundiales como regionales desarrollan activamente estrategias de cooperación con los grupos subregionales del mercado global de la comunicación y la información. Haciendo aún más dinámico el mundo de la comunicación mundial.

Las pautas de la conformación de los conglomerados multimedia transnacionales y regionales la imponen un reducido grupo de conglomerados que compiten por la hegemonía mundial como productores y distribuidores de contenidos culturales. Pero lo hacen bajo condiciones de competencia y de cambio constante en las alianzas entre conglomerados de la comunicación. En el contexto actual de la comunicación y la información mundial, los conglomerados multimedia de los Estados Unidos toman la iniciativa para el desarrollo de las grandes estrategias empresariales que responde a la lógica de la «transnacionalización económica». Pero no cuentan con la posibilidad de articular exclusivamente las industrias culturales nacionales de América Latina y otras regiones del mundo en función de sus políticas empresariales expansivas para dominar los mercados regionales de la cultura, la comunicación y la información. De esta forma, en cuanto a nuestra región se refiere, se ha dado el encuentro de las políticas empresariales expansivas de los mayores conglomerados multimedia estadounidenses y los mayores conglomerados multimedia latinoamericanos que son de alcance regional. Principalmente entre la Time-Warner y la News Corp. de los Estados Unidos y los grupos Televisa, O Globo, Cisneros y Clarín de América Latina.

La conformación de las grandes corporaciones multimedia en Estados Unidos constituye los ejemplos por excelencia de la concentración de la propiedad y la convergencia tecnológica entre las industrias culturales; y de éstas con las empresas de telecomunicaciones. Los mayores Conglomerados multimedia transnacionales de ese país se han conformado mediante largos procesos de fusiones de industrias culturales y de las telecomunicaciones. Aunque en las dos últimas décadas, este proceso de concentración y transnacionalización avanza en forma acelerada. Un ejemplo significativo lo representa la Time-Warner Inc. Que mediante la concentración y la transnacionalización, se ha convertido en el mayor proveedor de servicios de Internet del mundo y el mayor conglomerado industrial de medios de comunicación y de ocio del mundo y segundo operador de cable de Estados Unidos. En los mercados culturales de Estados Unidos y América Latina cuenta con toda la infraestructura y red de asociaciones necesarias para ser una de las corporaciones con mayor presencia y dominio de la industria cultural del continente.

En América Latina se han desarrollado conglomerados multimedia digitales internacionales que ha obedecido a dos procesos que se desarrollan en forma sincrónica: Uno, la convergencia de los medios de comunicación que resulta como producto de la concentración de la propiedad de los medios y la tecnología digital, que permiten que un mismo grupo económico controle la propiedad de diferentes medios de comunicación y pueda disponer de la tecnología que unifica los procesos de creación, producción y difusión internacional de productos culturales independientemente de su contenido. El otro que tiene que ver con la internacionalización y la consecuente transnacionalización de los grupos latinoamericanos, que los ha llevado a convertirse en conglomerados multimedia con hegemonía subregional, capaces de desarrollar políticas empresariales autónomas frente a los conglomerados mundiales.

Los grupos latinoamericanos están en constante evolución de acuerdo con las tendencias económicas y tecnológicas mundiales. Buscando a la vez una mayor hegemonía en la comunicación continental. De este modo, los grupos dominantes, una vez conformados como conglomerados multimedia mediante la convergencia empresarial y tecnológica siguen expandiéndose hacia el sector de la comunicación y la información desarrollado por las nuevas tecnologías digitales y satelitales. En la medida en que van evolucionando como grupos multimedia desarrollan también

estrategias de índole política y comercial para convertirse en los grupos hegemónicos de un determinado mercado cultural. Organizados como conglomerados multimedia con recursos propios de alta tecnología avanzan procesos de transnacionalización que les permite lograr «sinergias» con grupos nacionales, regionales y mundiales para lograr el mejor aprovechamiento comercial de su creación, producción y difusión de productos culturales.

Esto no significa que los grandes conglomerados de los medios de comunicación, las telecomunicaciones y la tecnología al integrarse en los sectores de la producción y difusión de productos culturales para aprovechar el potencial económico de una determinada región cultural dejen de competir en los mismos sectores en otras subregiones y aún dentro de los mismos países. El mapa nacional, regional y continental de la estructura de relaciones de estos conglomerados de la comunicación y la información cambia en cualquier momento, producto de los acuerdos y desacuerdos de los conglomerados mundiales estadounidenses y los conglomerados regionales latinoamericanos. A esto se agrega la tendencia en la macroeconomía hacia la fusión entre los mercados financieros y los mercados culturales.

El proceso de conformación del Grupo Televisa, es paradigmático de la forma en que se ha desarrollado la concentración de la propiedad y la convergencia de los medios de comunicación en México, y del modo como que se han internacionalizado los grupos mediáticos en América Latina hasta constituirse en empresas multimedia digitales y transnacionales. El proceso de constitución de este Grupo como corporación multimedia digital y transnacional obedece a la lógica de la concentración y la convergencia de las industrias mediáticas como lo han hecho las demás grandes corporaciones de la industria cultural y tecnológica. El Grupo Televisa constituye la industria cultural hispanoamericana más importante. Es el conglomerado mediático digital más grande de México con capacidad de crear y producir sus propios contenidos culturales para distribuirlos en cualquier soporte existente y mediante una infraestructura propia en ese país, América Latina y Estados Unidos. Es la compañía de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana.

El Grupo Televisa es el conglomerado multimedia latinoamericano con mayor capacidad de influir mediante sus productos culturales sobre el público de habla hispana en el continente y el mundo. Posee una infraestructura y una red de empresas de filiales y empresas asociadas directa o indirectamente en Estados Unidos y América

Latina, que le permiten difundir la comunicación y la información según su política corporativa. Televisa, posee la red de televisión más importante del continente orientado a la difusión de sus propios contenidos culturales.

La influencia que tiene la concentración de la propiedad y la convergencia de los Grupos de medios de comunicación constituyendo conglomerados multimedia digitales y transnacionales en el flujo de la comunicación y la información entre los Estados Unidos y América Latina y El Caribe, consiste en un proceso económico transnacional en el que los Grupos económicos más poderosos desarrollan mediante la concentración económica y la convergencia multimedia la integración cultural del continente; uniformando la cultura y reduciendo las diferencias culturales e idiomáticas a través de sus productos culturales, creando condiciones propicias para expandir y consolidar sus industrias culturales.

En América Latina la comunicación y la información obedecen a la lógica de la transnacionalización económica imperante en todas partes. Los medios de comunicación en Latinoamérica constituyen una gran red de empresas nacionales articuladas por cuatro Grupos principales que tienden a expandirse en otros países del continente y a incorporar a las empresas locales. La transnacionalización de los Grupos económicos de los medios de comunicación de América Latina, ha estructurado una gran red en toda la región incluido los Estados Unidos, vinculados entre sí directamente o a través de otros Grupos nacionales. Los Grupos Televisa, O Globo, Cisneros y Clarín, actualmente están vinculados con la News Corporation, en los dos sistemas de televisión satelital para la región. Teniendo influencia de esta manera en los mercados culturales de habla hispana, portuguesa y en inglés del continente. De esta forma, todos los Grupos están vinculados continentalmente, de manera directa o indirecta entre ellos. Constituyendo una red transnacional para el flujo transfronterizo de productos culturales de alcance continental.

Tanto en Estados Unidos como en América Latina, el área de la televisión por cable y satélite al permitir el desarrollo del negocio de la televisión pagada, es donde se manifiesta plenamente la convergencia multimedia empresarial y tecnológica. La televisión por cable es el área de negocios donde se está decidiendo el desarrollo de la concentración, la convergencia y la transnacionalización de los medios de comunicación en América Latina. Los grandes grupos latinoamericanos multimedia articulados con otros capitales internacionales han hecho punta en el establecimiento

de la televisión directa al hogar (DTH) que aspira a establecer un modelo panamericano de televisión aprovechando la homogeneidad lingüística de la región. Los Grupos multimedia subregionales, actúan de tal forma, que articulan la comunicación y la información con el fin de mantener su posición dominante sobre los mercados, los gobiernos y los ciudadanos.

Los procesos de internacionalización y transnacionalización de los principales grupos latinoamericanos y estadounidenses cambian constantemente el mapa de la estructura de alianzas empresariales del sector de la comunicación y la información en el continente. En América Latina la concentración de la propiedad de los medios de comunicación ha conllevado a la convergencia de los mismos, convirtiendo a la mayoría de los Grupos económicos de este sector en Grupos multimedia. Cada vez que se fusionan los Grupos económicos latinoamericanos dedicados a la industria cultural también se desarrolla la comunicación y la información como un sector multimedia. La casi totalidad de los Grupos explotan y ofrecen servicios en casi todas las áreas de la información y la comunicación. Se puede decir, que a medida que pase el tiempo, la producción, conservación y difusión de productos culturales en cada uno de los países de América Latina, estará en manos de uno o dos Grupos económicos. De esta forma, la concentración y convergencia de los medios en América Latina, está llevando a que pocos grandes propietarios de los multimedia sean los que determinen la oferta de productos culturales dominando la producción de la cultura y la información en cada país y en la propia región. También pueden llegar a tener el control privado de los canales de acceso a la comunicación y la información continental.

La existencia de conglomerados multimedia digitales y transnacionales afecta políticamente la comunicación y la información de diversas maneras. Con la Globalización económica y cultural el «imperialismo cultural» cambia para convertirse en el «imperialismo de los conglomerados multimedia transnacionales». Evidentemente la forma en que estructuran sus relaciones los grandes conglomerados multimedia de los Estados Unidos y América Latina determina el flujo de la comunicación y la información entre ese «país desarrollado» y los «países en vías de desarrollo» de nuestra región. Las capacidades de producción y difusión internacional de los conglomerados multimedia digitales latinoamericanos trascienden las potencialidades económicas que ofrecen los mercados culturales nacionales. En efecto en América Latina, el flujo de la comunicación y la información es unidireccional, en la medida en

que los grupos multimedia de la región privilegian la producción de contenidos culturales e información relacionada con la cultura y los problemas de los grandes centros urbanos, que es donde se concentra la mayor parte de la población y los recursos multimedia. La dominación cultural deja de ser así, una dominación de las naciones ricas sobre las pobres y pasa a ser una dominación entre «inforicos» e «infopobres» independientemente del grupo nacional de pertenencia.

Los grupos multimedia latinoamericanos no sólo se dedican a la reproducción, retransmisión y difusión de los productos culturales de los grandes conglomerados multimedia estadounidenses. La producción cultural autóctona y regional representa una gran parte de la oferta mediática y las ganancias de los grupos latinoamericanos. Esta situación ha ocasionado una explosión de las comunicaciones en español en los Estados Unidos que desmienten la influencia automática del «colonialismo cultural» sobre los individuos. Aún en los Estados Unidos las personas de origen hispano prefieren medios de comunicación que ofrezcan contenidos culturales relacionados con su idioma y patrones culturales.

La conformación de la red transnacional de la comunicación que desarrollan los conglomerados multimedia mundiales y subregionales influye negativamente sobre la democracia de los países de la región. La posibilidad de producir los contenidos de la comunicación y la información como productos multimedia difundidos por todos los medios de comunicación masivos y la Internet potencia en la misma medida la «mediatización» de la política. Determinando la calidad de la cultura democrática de nuestras sociedades. Los medios de comunicación intervienen sobre la «agenda pública» al presentar información sobre determinados temas con exclusión de otros. Al aumentar las capacidades de producción y difusión cultural de manera monopolizada, aumentan su influencia sobre la percepción que tienen los ciudadanos y los gobiernos sobre sus propias realidades, mediante la propagación de una versión propia de la cultura de masas e información interesada de manera uniforme en todas partes. Influyen así, sobre la elección de los ciudadanos y de los gobiernos.

Los medios de comunicación al formar parte de los conglomerados multimedia transnacionales, se han convertido en factores decisivos de poder económico, cultural y político en nuestras sociedades y en la región. Sin embargo, la existencia de grandes conglomerados multimedia transnacionales no implica que estos tengan el control absoluto de la comunicación y la información. La hegemonía de los grupos multimedia

en la comunicación y la información depende de la regulación estatal y de la aceptación de las audiencias de los productos culturales, incluso del papel que juega la sociedad civil en la conformación de los medios comunitarios de comunicación e información.

Las relaciones entre los medios de comunicación, los gobiernos y los ciudadanos, están sujetas a la dinámica de cambio predominante en América Latina. La forma en que operan los conglomerados multimedia digitales nacionales, regionales y mundiales para conformar el mercado mundial, regional y nacional de la comunicación y la información, implica un conjunto de relaciones excesivamente dinámicas que relacionan entre sí, de maneras muy diversas y casi siempre contradictorias, a los gobiernos, las empresas y los ciudadanos.

Finalmente, no se pueden dejar de lado los juicios normativos sobre la situación de la comunicación mundial a inicios del presente siglo. De entrada podemos establecer que *tiende más a una transformación de la dominación cultural y menos hacia una comunicación democrática*. Más que constituir un medio adecuado para el intercambio cultural mundial, de tal forma que promueva el diálogo intercultural global estrechando los vínculos entre las naciones y las culturas de un mundo cada vez más interdependiente, constituye un sector económico que es estructurado y responde a la lógica económica transnacional. *Los grandes temas «normativos» relacionados con el «libre flujo de la información» y un «equilibrio justo» en el intercambio de la información y la comunicación internacional, siguen vigentes*. Si bien las condiciones económicas, políticas y tecnológicas en el contexto mundial han cambiado drásticamente, influyendo sobre la configuración mundial y regional en el intercambio de productos culturales con la aparición de nuevos actores y el flujo de productos culturales en una sola dirección se ha revertido permitiendo una mayor presencia de la cultura y la información de los «países en vías de desarrollo» en los «países desarrollados»; no deja de ser menos cierto que, la libertad de la información y el equilibrio que debe existir se ha trasladado desde los aspectos planteados por las viejas teorías de la dominación cultural entre naciones, hacia nuevas formas de dominación cultural cónsonas con la globalización económica cultural de las grandes corporaciones mundiales.

La convergencia empresarial y tecnológica es el nuevo paradigma de la comunicación. La integración de los medios de comunicación, las industrias de la electrónica y las telecomunicaciones, transforma en gran medida las relaciones

políticas, económicas, sociales y culturales entre las naciones, los pueblos y los individuos. En este sentido, las formas en que se relacionan entre sí, los conglomerados multimedia mundiales y regionales para estructurar el intercambio cultural global en términos comerciales, resulta la prueba más fehaciente de las posibilidades tangibles de la comunicación internacional en el contexto de la Globalización. Lo cual, obliga a que el tema de la dominación cultural y su opuesto una comunicación democrática, sean planteadas, en términos distintos a las teorías del Imperialismo Cultural, la Dependencia Cultural y el Imperialismo de los Medios de Comunicación.

En los capítulos precedentes de esta investigación se han presentado datos empíricos que tienen que ver con la distribución de los recursos para la comunicación y la información en el continente americano. En función de esos datos se puede llegar a dos conclusiones: Primero, que los recursos de la información y la comunicación se encuentran altamente concentrados en los Estados Unidos y Canadá, sin embargo algunos países de América Latina como México y Brasil, cuentan con suficientes recursos como para garantizar el desarrollo de sus capacidades culturales, bien sea que esté en manos del sector público o privado. Segundo, que en efecto, las tecnologías multimedia han permitido el desarrollo de las industrias culturales con capacidad de competir en sus regiones de influencia con los conglomerados mundiales. Pero ¿significa esto que la globalización económica y cultural terminará desarrollando una comunicación democrática en el continente americano? **NO**.

La comunicación internacional tal y como está estructurada actualmente responde a los imperativos y tendencias de la Globalización económica y cultural. Si la comunicación internacional se deja como está evolucionando, terminará constituyendo un sistema de coordinación mundial de las necesidades de intercambio de información de las grandes transnacionales para obtener el mayor provecho de la economía mundial, y de la misma manera, un sistema tecnológicamente avanzado para imponer mediante productos culturales multimedia todo un conjunto de valores, creencias e ideas favorables a la expansión del mercado mundial. De esta forma, la comunicación internacional es usada, según su propia naturaleza para coordinar la sociedad local y mundial a favor de los intereses de las corporaciones transnacionales. No constituye un medio para que la conflictividad mundial, nacional y local que surge a partir de la pluralidad cultural y la heterogeneidad socio-económica disminuya y se aumenten los niveles de intercambio intercultural positivos.

La comunicación internacional sigue constituyendo un medio de dominación política y económica, sólo que ahora es favorable a los grandes conglomerados multimedia digitales mundiales y regionales. El tema de la dominación cultural, no se debe plantear en la actualidad solamente en función de la penetración de la cultura nacional de los «países en vías de desarrollo», sino también, en función de las formas en que están distribuidos los recursos de la comunicación y la información entre los ciudadanos de un mismo país y entre países de una misma región del mundo. En este sentido, tiene más vigencia el debate normativo planteado por el Informe MacBride que los planteamientos teóricos de las teorías de la dominación cultural y la denuncia consecuente del imperialismo cultural de los «países desarrollados» sobre los «países en vías de desarrollo». *La comunicación en el contexto global exige el desarrollo de los principios de libertad e igualdad que garanticen una verdadera comunicación democrática.*

El progreso constante de las tecnologías de la comunicación y la información no garantiza por sí mismo, el desarrollo de una verdadera comunicación democrática que logre un consenso cultural legítimo que evite la conflictividad que origina la globalización económica y cultural. El estudio de la estructura económica y tecnológica de la comunicación y la información mundial permite establecer que en efecto, las nuevas tecnologías de la comunicación y la información ha permitido equilibrar el flujo de productos culturales entre algunos «países en vías de desarrollo» con los «países desarrollados»; pero a la vez ha permitido que surjan desigualdades en otros aspectos de la comunicación mundial. En definitiva, el constante avance de la transnacionalización económica ha determinado el impacto de la tecnología en las comunicaciones y la información mundial. La convergencia empresarial y tecnológica de las industrias relacionadas con la comunicación, han variado las condiciones concretas que sustentaban las teorías de la dominación cultural, pero no derrumban en definitiva los postulados de la dominación cultural.

La distribución de los recursos de la comunicación y la información sigue caracterizándose por una enorme desigualdad, tanto al comparar estos recursos entre los países como al interior de cada uno de ellos. Si bien las tecnologías de la comunicación y la información han permitido equilibrar la producción y difusión de los productos culturales, no han permitido equilibrar el acceso a dichos recursos. Esto último no ha sido posible debido a la propia dinámica de la globalización económica de

las industrias culturales que tiende a favorecer a los actores más poderosos de la comunicación y la información regional y mundial. En América Latina, han sido los conglomerados multimedia regionales más poderosos financieramente y mejor relacionados con los gobiernos nacionales los que han sacado las mayores ventajas de las tendencias tecnológicas mundiales. Los ciudadanos perciben los beneficios de las tecnologías de la comunicación y la información si tienen suficiente poder adquisitivo.

La comunicación internacional no sólo tiene que ver con la estructura de las relaciones económicas que se establecen entre los conglomerados transnacionales multimedia que surgen como producto de la convergencia empresarial y tecnológica de los medios de comunicación en el ámbito mundial y regional, tampoco tiene que ver solamente con las relaciones políticas que se establecen entre éstos conglomerados y los gobiernos nacionales. En el fondo en cuanto a la comunicación se refiere existen una serie de condiciones materiales que surgen producto de las políticas empresariales y gubernamentales que llevan a la distribución de los recursos de la comunicación y la información, pero no es una fuerza ineluctable en el curso histórico de la comunicación mundial. Es justamente el tema de la distribución de los recursos de la comunicación y la información lo que siempre ha estado subyacente en las teorías de la dominación cultural y en el debate sobre la necesidad de un **NOIC**. Y es aquí, donde se deben concentrar los mayores esfuerzos para el logro de una comunicación democrática. *Se deben distribuir con mayor equidad todos los recursos de la comunicación y la información.*

Si la situación de la comunicación mundial responde a las mismas condiciones que la situación de la comunicación en los Estados Unidos y América Latina, existen suficientes razones para plantear la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. La realización de cualquier forma concreta que asuma la comunicación mundial, depende de la distribución de las tecnologías más avanzadas para las comunicaciones entre todos los miembros de la sociedad internacional. Esta distribución sigue siendo desigual e injusta. Debido a que, la infraestructura tecnológica necesaria para el desarrollo de un mercado mundial de la información y otros productos culturales dentro de la lógica del capitalismo ha exigido la transnacionalización en el contexto global y un proceso de concentración de la propiedad en este sector al interior de las sociedades nacionales. De este modo, el flujo de la comunicación y la información depende cada vez más de las relaciones

entre los conglomerados transnacionales mundiales y regionales, dedicados al sector de las industrias culturales y las telecomunicaciones, que presionan por reducir el control estricto de los Estados-nación sobre el mercado cultural mundial y nacional. Lo que pone a prueba la visión crítica vigente de la comunicación internacional al contrastarlas con las nuevas complejidades que resultan de la interacción de los nuevos y viejos actores de la comunicación mundial.

En el contexto internacional de la comunicación y la información impera el principio del «libre flujo de la información» en medio de la gran brecha tecnológica entre el Norte y el Sur. La pretensión de la UNESCO de darle solución al gran debate de la época de la guerra fría entre los «países en vías de desarrollo» y los «países desarrollados» sobre el NOIC y la posibilidad de que mediante la tecnología debidamente usada se equilibre la desigualdad existente en el flujo internacional de la comunicación y la información, tropieza con los obstáculos que la Globalización ha desplegado por medio de la transnacionalización económica y la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en todos los países del mundo.

Sobre la naturaleza de la comunicación y la información mundial no hay nada decidido de manera definitiva todavía. El Orden Internacional de la Comunicación y la Información, se puede definir en dos sentidos, uno normativo y otro empírico. En el sentido normativo, significa la corrección de todos aquellos aspectos que favorecen el desequilibrio en la comunicación y la información mundial y que autorizan hablar de la «dominación cultural». En sentido empírico se refiere a la forma en que se estructuran y relacionan entre sí política y económicamente, los actores, las tendencias y los procesos de la comunicación mundial. *El desarrollo global de una comunicación democrática es un asunto esencialmente político, que implica la cooperación interestatal a favor de los ciudadanos.* La tecnología por sí misma, dejada al libre arbitrio de sus poseedores, es funcional al desarrollo de cualquier forma concreta de comunicación. Por tanto, si se quiere corregir la dominación y la dependencia cultural se deben considerar alternativas políticas al mercado mundial, para la distribución de las tecnologías de la comunicación entre todos los miembros de la sociedad global.

En definitiva el horizonte axiomático de la comunicación en el contexto mundial actual se encuentra en la propia naturaleza de la verdadera comunicación. El intercambio de productos culturales mundial debe consistir esencialmente en: «una experiencia de comunicación, en una experiencia de relaciones humanas, de diálogo,

de asociación, en lugar de ser una transmisión de conocimientos de sentido único; debe ser un modo de eliminar los obstáculos entre los individuos, las clases, los grupos y las naciones" (MacBride *et al*, 1980, p. 62).

BIBLIOGRAFÍA.

- Balnaves, M., Donald, J. y Donald, S. (2001). **The Penguin Atlas of Media and Information. Key issues and global trends.** Hong Kong: Myriad Editions Limited.
- Barrios, Leoncio (1999). "La Escuela de Francfort y la Crisis Cultural de nuestro Tiempo". En: Bisbal, Marcelino (1999). **Industria Cultural. De la Crisis de la Sensibilidad a la Seducción Subliminal Mass Mediática.** Caracas: Litterae. Pp. 15-52.
- Beck, U. (1998). **¿Qué es la Globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización.** Madrid: Paidós.
- (1999). **La Invención de lo Político.** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beltrán, L., y Fox, E. (1980). **Comunicación Dominada. Estados Unidos en los Medios de América Latina.** México D. F.: Nueva Imagen.
- Biagi, S. (1999). **Impacto de los Medios.** México: Thompson.
- Brito Garcia, L. (1996). **El Imperio Contracultural. Del Rock a la Postmodernidad.** Caracas: Nueva Sociedad.
- Bustamante, E. (2003). "Televisión: Globalización de Procesos muy Nacionales". En: BUSTAMANTE, Enrique (Coord.) (2003): **Hacia un Nuevo Sistema Mundial de Comunicación. Las Industrias Culturales en la Era Digital,** Barcelona (España): Gedisa. Pp. 167-206.
- Calhoun, C., Light, D., y Keller, Z. (2000). **Sociología.** Madrid: Mc Graw Hill.
- Casas, M. (1998). "Consideraciones y consecuencias metodológicas en torno a la Globalización y la Comunicación". En: Revista Mexicana de Ciencias Sociales, año XLIII, enero-marzo, No. 171.
- Castells, M. (2001). "Tecnología de la Información y Capitalismo Global". En: Giddens, A., y Hutton, W. (eds). (2001). **En el Límite. La Vida en el Capitalismo Global.** Barcelona (España): Criterios Tus Quest. Pp. 81-112.
- (1997). **La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Volumen 3. Fin de Milenio.** Madrid: Alianza Editorial.
- Centro Nuevo Modelo de Desarrollo (1997). **Norte-Sur la fábrica de la pobreza.** Madrid: Editorial Popular.
- De Aragao, M. (1995). "El Caso del Brasil". En: UNESCO. (1995), **Medios de Comunicación y Democracia en América Latina y el Caribe.** París: UNESCO. Pp. 61-70.
- Díaz R. Eleazar (1991). **La Información Internacional en América Latina.** Caracas: Monte Ávila Editores.
- Dominick, J. (2001). **La Dinámica de la Comunicación Masiva.** México D. F.: Mc Graw Hill.

- Dos Santos, Theotonio (1970). **Dependencia y Cambio Social**. Santiago de Chile: Centro de Estudios Socioeconómicos.
- Estefanía, J. (2000). **La Nueva Economía. La Globalización**. Barcelona (España): Debate.
- Fernández Collado, C. (2001). **La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo**. México D. F.: Mc Graw Hill.
- Ferrer, A. (1979). "La Crisis del Sistema Trilateral y América Latina". En: Hill, E., y Tomassini, L. (eds). (1979). **América Latina y el Nuevo Orden Económico Internacional**. Chile: Corporación de Promoción Universitaria. Pp. 72-104.
- Flichy, P. (1980). **Las Multinacionales del Audiovisual**. España: Gustavo Gili.
- Frederick, H. (1993), **Global Communication and International Relations**. Nueva York: Harcourt Brace College Publishers.
- Garretón, Manuel A. (coord.) (2002). **América Latina: Un Espacio Cultural en el Mundo Globalizado**. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Giddens, Anthony (2000). **Un Mundo Desbocado. Los Efectos de la Globalización en nuestras Vidas**. Bogotá: Taurus.
- Giménez, L. y Hernández, A (1988), **Estructura de los Medios de Difusión en Venezuela**, Caracas: Signo Contemporáneo.
- Hill, E., y Tomassini, L. (eds). (1979). **América Latina y el Nuevo Orden Económico Internacional**. Chile: Corporación de Promoción Universitaria.
- Informe MacBride (1980). **Hacia un Nuevo Orden Mundial más Justo y Eficaz de la Información y la Comunicación. Un Solo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo**. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Lanternari, Vittorio (1967). **Occidente y tercer Mundo**. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Laviña, Felix y Baldomir, Horacio (1983). **Manual de Política Internacional Contemporánea**. Buenos Aires: Ediciones de Palma.
- McLuhan, M. y Powers, B.R. (1990). **La Aldea Global: Transformaciones en la Vida y los Medios de Comunicación en el Siglo XXI**. Barcelona (España): Gedisa.
- Madec, Alain (1984). **El Mercado Internacional de la Información. Los Flujos Transfronterizos de Información y Datos**. Madrid: Fundesco/Tecnos.
- Maherzi, Lotfi (1999). **Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías**. Madrid: Acento Editorial. Ediciones UNESCO/CINDOC.
- Mattelart, A. (1973). **La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación**. México D.F.: Siglo XXI.
- (1974). **La Cultura como Empresa Multinacional**. México D.F.: Era.
- (1977). **Los Aparatos Ideológicos del Imperialismo. Multinacionales y sistemas de comunicación**. México D.F.: Siglo XXI.
- Mattelart, A. , Delcourt Xavier., y Mattelart, M. (1984). **¿La Cultura contra la Democracia? ¿Lo audiovisual en la Epoca Transnacional?**. España: Mitre.
- Mesa, R. (1992), **La Nueva Sociedad Internacional**. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

- Millán Pereira, J. (1993). **La Economía de la Información. Análisis Teóricos**. Madrid: Trotta.
- Ochoa, O. (2000). **Comunicación política y Opinión Pública**. México D.F.: McGraw-Hill.
- Ortiz, Renato (2004). **Mundialización y Cultura**. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Pereira, J. (coord.) (2001), **Historia de las Relaciones Internacionales**, España: Ariel.
- Pereira Castañares, J. (2001). "La Guerra Fría", en Pereira, J. (coord.) (2001), **Historia de las Relaciones Internacionales**. Madrid: Ariel. Pp. 424-442.
- Pearson, F. y Rochester, J. (2000), **Relaciones Internacionales. Situación Global en el Siglo XXI**, Bogotá: Mc Graw Hill.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2001), **Informe sobre el Desarrollo Humano. Poner el adelanto Tecnológico al servicio del Desarrollo Humano**. México D.F.: Mundi-Prensa.
- Reeves, Geoffrey (1993). **Communications and the Third World**. New York: Routledge.
- Roncagliolo, R. (1995). "Nuevas Tecnologías". En: UNESCO (1995). **Medios de Comunicación y Democracia en América Latina y El Caribe**. París: UNESCO. pp. 51-60.
- Russell, R., y Carballal, T. (1977). "América Latina ¿Hacia que Nuevo Orden Económico Internacional?". En: Hill, E., y Tomassini, L. (eds). (1979). **América Latina y el Nuevo Orden Económico Internacional**. Santiago: Corporación de Promoción Universitaria. Pp. 139-164.
- Sartori, G. (2000). **Homo Videns. La Sociedad Teledirigida**. Madrid: Taurus.
- Santos, Milton (2004). **Por Otra Globalización. Del Pensamiento Único a la Conciencia Universal**. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Siqueira B., Cesar R. (1995). "Economía Política, Globalización y Comunicación". En: Revista Nueva Sociedad, noviembre-diciembre, 1995, No. 140. Caracas: Nueva Sociedad.
- Smith, Anthony (1986). **La Geopolítica de la Información. Como la Cultura Occidental domina el Mundo**. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Suárez, L. (1995), "Los Grandes Desafíos de Los Medios de Comunicación". En: UNESCO. (1995), **Medios de Comunicación y Democracia en América Latina y el Caribe**. París: UNESCO. Pp 43-49.
- Tomassini, L. (1989), **Teoría y Práctica de la Política Internacional**, Santiago: Universidad Católica de Chile.
- UNESCO. (1995), **Medios de Comunicación y Democracia en América Latina y el Caribe**. París: UNESCO.
- Vallejo, H. (2001). "Comunicaciones Vía Satélite y Recepción de Tv. Recepción de señales de Tv por aire, por cable, vía satélite". Buenos Aires: Quark, S.R.L.
- Wolton, Dominique (1999). **Internet ¿Y Después? Una Teoría Crítica de los Medios de Comunicación**. Barcelona (España): Gedisa.
- _____ (2000). **Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Olivier Jay**. Barcelona (España): Gedisa.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS.

- Agencia Nacional de Comunicación (2002). **MÁS DEL 90 POR CIENTO DE LOS NOTICIEROS DE LA CNN EN ESPAÑOL DIFUNDEN SOLO PROPAGANDA BÉLICA A FAVOR DE LOS ESTADOS UNIDOS.** www.mwdiosindependientes.com. Disponible en: http://www.mediosindependientes.com/Noticias_Marzo03_Nota09.htm
- Algorta, S. (2003). **Perspectivas de la Industria en 2004: ¿Exportar o Reducir Costos? Algunas predicciones sobre el comportamiento de la industria en los países de América Latina.** www.tvyvideo.com. Disponible en: http://www.tvyvideo.com/pragma/documenta/tv/secciones/TV/ES/MAIN/IN/INFORMES_ESPECIALES/doc_29524_HTML.html?idDocumento=29524 (Nov, 2003).
- Arroyos, M. (2005). **Fox vs. CNN: La Batalla del Rating que no Existe.** www.latinoweeklyreview.com. Disponible en: http://www.latinoweeklyreview.com/article.cgi?article_id=945
- Barbosa, Fihlo (2002), **La Prensa y la Corrupción Electoral en Brasil.** 7/10/2002. www.rebelión.org. Disponible en: <http://www.rebelión.org/medios/barbosa071002.htm>
- Bary, L. (S.F.). **Utopías televisadas : Corazón Salvaje Entre el Conformismo y la Transgresión.** www.henciclopedia.org.uy. Disponible en: <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Bary/Corazonsalvaje.htm>
- Beltrán, Luís Ramiro (2000). **El Nuevo Orden Mundial de la Información. El Sueño en la Nevera.** Chasqui 70, junio 2000. www.comunica.org. Disponible en: <http://www.comunica.org/chasqui/beltran70.htm>
- BLOGGERS REPORTO (2005). **Grupo Clarín Bajo La Lupa.** www.internauta.org.ar. 29/08/2005. Disponible en: http://www.internauta.org.ar/index2.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid
- Castilho, C. (2001). **La Crisis de la Prensa Brasileña.** www.saladeprensa.org. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art215.htm>
- Castro, J. y Petraglia, R. (2001). **Conformación Oligopólica de la Telecomunicaciones en la República Argentina: Otra Muestra de la Realidad Latinoamericana. El Mercado en Pocas Manos.** Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art239.htm>
- Crommett, C. (2003). **El Español y Los Medios de Comunicación en Estados Unidos: ¿Cultura de Inmigración o Cultura Étnica.** <http://cvc.cervantes.es>. Disponible en: http://cvc.cervantes.es/obref/espanol_eeuu/comunicacion/ccrommett.htm

- Dellatorre, R. (1998). **Tírame un Cable**. www.pagina12.com.ar. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/1998/suple/cash/98-11/98-11-22/nota.htm>.
- DirecTV (2005). **Beneficios y Tecnologías**. www.directv.com.ve. Disponible en: <http://www.directv.com.ve/directvven/>
- **Qué es DIRECTV™**. www.directvla.com.co. Disponible en: <http://www.directvla.com.co/webmerge/company/directv.htm>
- Esteinou M., J. (2002). **Televisión Nacional y Globalización Cultural**. www.cem.itesm.mx. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n28/jesteino.html> (Ago. - Sep., 2002).
- Franco, G. y Guzmán, J. (2004). **Encuesta sobre Periodismo en Internet en Latinoamérica**. www.eltiempo.com. Disponible en: <http://prensa.deamerica.net/>.
- www.infoamerica.org. **Grupos de Comunicación. Estructura Empresarial y Actividades**. Disponible en: http://www.infoamerica.org/grupos/time_1.htm
- General Electric, (2005). **Aprobado Universalmente**. www.ge.com.mx. Disponible en: http://www.ge.com.mx/News/news_20041205.asp
- Getino, O. (2001). **Aproximación a un Estudio de las Industrias Culturales en el MERCOSUR (Incidencia Económica, Social y Cultural para la Integración Regional)**. www.campus-oei.org. Disponible en: <http://www.campus-oei.org/cultura/getino.htm>
- Getino, O. (2005). **Las Industrias del Audiovisual en el MERCOSUR**. www.miradas.eictv.co.cu. Disponible en: http://www.miradas.eictv.co.cu/index.php?option=com_content&task=view&id=289&Itemid=48&lang=es
- Gómez M., C. (2004). **Experiencias y Desafíos de las Nuevas Tecnologías de Información**. www.pagines.fib.upc.es. Disponible en: <http://www-pagines.fib.upc.es/~si/treballs-SI2001/d6523959/articles/artGomez.htm>
- Gutiérrez, F. e Islas C., O. (2000). **Los Satélites Artificiales de Comunicación en el Siglo XXI**. www.cem.itesm.mx. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n16/satelites16.html> (Nov, 1999 – Ene, 2000).
- Herrera, Rémy (2005). **El 50 Aniversario de la Conferencia de Bandung. Hacia una Solidaridad Renovada de los Pueblos del Sur. Entrevista a Samir Amin**. www.laberinto.uma.es. Disponible en: <http://laberinto.uma.es/lab19/herrera.htm>
- Iglesias, R. (2005). **El Poder de los Medios y los Medios del Poder en América Latina y Estados Unidos: Un análisis comparado**. www.cadal.org. Disponible en: http://www.cadal.org/reuniones/cobertura.asp?id_evento=40
- Linnarz, P. (2003). **Internet y Los Medios Clásicos**. En: **Publikationen, Regionalprogramm Medien und Demokratie in Lateinamerika, Honrad Adenauer-Stiftung**. www.kas.de. Disponible en: http://www.kas.de/proj/home/pub/63/1/year-2003/dokument_id-5027

- López, J. y Lee, I. (2003). **Objetivo "militar" de Chávez.** www.soberania.org. Disponible en: http://www.soberania.org/Articulos/articulo_422.htm
- Marelli, S. (2004). **Cuando la Verdad Miente. Imperio Inmediatista de las Imágenes.** www.etcetera.com.mx. Disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/pag76ne45.asp>
- Martínez M. (2004). **Medios de Comunicación, Ingeniería del Consenso y Periodismo en México.** www.rebellion.org. Disponible en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=8345>
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2003). **50 Años de Concentración de Medios en América Latina: del Patriarcado Artesanal a la Valorización en Escala.** www.saladeprensa.org. No. 58. Agosto/2003, año V, Vol. 2. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art473.htm>
- Morfín, J. (1997). **La Prensa Latinoamericana en Internet: una Instantánea de los Primeros Años.** En: **Texas Papers on Latin America**, Paper No. 97-01. Disponible en: <http://lanic.utexas.edu/project/etext/llilas/tpla/9701.html>.
- Morales, M. (2004). **La Concentración de Medios en el grupo Clarín de Argentina.** 10/10/2005. www.patriaboba.com. Disponible en: <http://64.233.187.104/search?q=cache:Dc0M0DyUihgJ:mariomorales.colnodo.org.co/%3>
- Muller, M. J. (2002). **Radio en la Web, ¿La renuncia al puro sonido?** www.red.com.org. Disponible en: <http://www.redcom.org/jornadas2002/ponencias/radio.htm#ftn1> (Nov. 2002).
- Olmos, A. (2005). **La Huella de Los Ascárraga I y II.** www.mexicanadecomunicación.com.mx. Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/huella.html>
- Organización Cisneros (2005). **Información Corporativa.** www.cisneros.com. Disponible en: <http://www.cisneros.com/esp/default.htm?>
- Porto, M. (2000). **Telenovelas, Política e Identidad Nacional en Brasil.** www.dlh.lahora.com.ec. Disponible en: <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/debate/paginas/debate34.htm>
- Postolski, G., Santucho, A. y Rodríguez, D. (2005). **Los Medios de Comunicación en el Centro de la Crisis.** www.observatorio.org.ar. Disponible en: [http://www.observatorio.com.ar/Rveista Net/ro centro 6 12.htm](http://www.observatorio.com.ar/Rveista%20Net/ro_centro_6_12.htm)
- Saik Yoon, C. (1995). **Se Agrava Desequilibrio Norte-Sur.** www.redtercermundo.org.uy. Disponible en: [http://www.redtercermundo.org.uy/revista del sur/texto completo.php?id=1516](http://www.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id=1516)
- Sanz, G. (2003). **Los Seis Dueños de la Información Mundial.** [Http://banners.noticiasdot.com](http://banners.noticiasdot.com). Disponible en: [http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/does/consultoras/elsiglo/2003/elsiglo amos comunicacion 2003 pdf](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/does/consultoras/elsiglo/2003/elsiglo_amos_comunicacion_2003.pdf)
- Schuchard, Barbara (2003). **Dossier: ¿Relaciones Interculturales entre el 'Cuarto Mundo' y Europa durante la Colonia.** www.iberamericana.de. Disponible en: <http://www.iberamericana.de/articulos-pdf/12-schuchard.pdf>

- Schurman, D. (2005). **Un Canal de Noticias para Bush que lo mira por TV.** www.pagina12.com.ar. 22/08/2005. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpasi/1-55421-2005-08-22.html>
- Smith, C. (2002). **El Juego de Interacción entre CNN en Español y la Identidad Latinoamericana un fenómeno de Globalización.** Disponible en: <http://hipertextos.mty.itesm.mx/num4smith.html>
- SKY, (2005). **¿Quiénes Somos?** www.esmas.com. Disponible en: <http://www.esmas.com/sky/quienessomos/282774.html>
- Telemundo Internacional (2005). **Perfil.** www.telemundo.com. Disponible en: <http://www.telemundo.com/internacional/2990911/detail.html>
- TELEVISA, (2005). **Internacional.** www.esmas.com. Disponible en: <http://www.televisaestudios.com/televisaestudios/index.jsp>
- TELEVISA, (2005). **Nuestras Filiales.** www.esmas.com. Disponible en: <http://www.esmas.com/televisahome/nuestrasfiliales/>
- TELEVISA, (2005). **Nuestras Filiales. Telesistemas Mexicano.** www.esmas.com. Disponible en: <http://www.telesistema.televisa.com.mx/>
- TELEVISA, (2005). **Nuestras Filiales. Sky Latin America.** www.esmas.com. Disponible en: <http://www.esmas.com/televisahome/nuestrasfiliales/304988.html>
- TELEVISA (2005). **Informe Anual.** <http://emisnet.bmv.com.mx>. Disponible en: http://emisnet.bmv.com.mx/informes/infoanua_5720_2005.pdf
- Tuya, M. (2000). **AOL Time Warner, la Absorción Camuflada.** www.baguia.com. Disponible en: <http://www.baguia.com/com/legancy/11021.html>
- Twail, M. (2002-2004). **EE.UU.: Neoconservadores, medios y mundo islámico. El Abismo de la Ceguera.** www.mundoarabe.org. Disponible en: http://www.mundoarabe.org/marta_tawil.htm
- Vásquez, N. (2001). **Estados Unidos vs México. Golpes bajos en el Sector de los Satélites.** www.fremac.org.mx. Disponible en: <http://www.fremac.org.mx/losper/per31/notas/311601.htm> (marzo-abril, 2001).
- Villate, J. (2000). **AOL Time Warner contra Internet.** CiberSociedad. Disponible en: <http://cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=38>
- Waimberg, F. (2004). **Medios de Comunicación y Política en Latinoamérica. Tendencias de una Relación Compleja.** www.c3fes.net. Disponible en: http://www.c3fes.net/docs/medio_politicas.pdf
- www.americaeconomica.com, (2004). **Los Medios Brasileños: Expectante ante la Crisis de O'Globo.** 17/09/2004. Disponible en: <http://www.americaeconomica.com/numeros4/283/reportajes/5santi283.htm>
- www.americaeconomica.com. **NBC Despide a Toda la Cúpula de Telemundo.** Disponible en: <http://www.americaeconomica.com/numeros4/312/reportajes/4santi312.htm>
- www.america.liderdigital.com (2002). **The Kitchen dobla al español la telenovela de TV Globo Internacional 'Corazones Rebeldes'.**

- 28/08/2002. Disponible en:
http://www.america.liderdigital.com/noticias/detalle_noticia.php?id_noticia=2583
- www.america.liderdigital.com (2002). **Telemundo exhibirá la telenovela 'El Beso del Vampiro' de TV Globo.** 20/12/2002. Disponible en:
http://www.america.liderdigital.com/noticias/detalle_noticia.php?id_noticia=2583
- www.america.liderdigital.com (2004). **TV Globo Internacional entra en el cable suizo de la mano de universal.tv y Castalia.** (31/03/2004). Disponible en:
http://www.america.liderdigital.com/noticias/detalle_noticia.php?id_noticia=6607
- www.america.liderdigital.com (2004). **TV Globo Internacional suscribe un acuerdo de distribución con Comcast Cable.** (27/10/2004). Disponible en:
http://www.america.liderdigital.com/noticias/detalle_noticia.php?id_noticia=8182
- www.broadcaster.com.uy (2005). **ABTA 2005: Un Evento Consolidado.** Disponible en: <http://www.broadcaster.com.uy/eventos/NOTA1.HTM>
- www.cie-mexico.mx. **Grupo televisa y CIE Establecen una Alianza Estratégica para el Entretenimiento en Vivo en México.** Disponible en: http://www.cie-mexico.com.mx/uploads/press/2002_Octubre_18TELEVISIA.PDF
- www.clarin.com (2001). **Posible Fusión entre SkyTV y DirecTV.** Disponible en:
http://www.clarin.com/suplementos/informatica/noticias/nota_010502.htm
- www.causapopular.com, (2005). **El Grupo Clarín Censuró a la Nac&Pop, la Red Informativa más Importante del campo Nacional y Popular.** 12/02/2005. Disponible en: Disponible en:
<http://www.causapoplar.com.ar/article286.html>
- www.gestipolis.com. **La Historia de un Gran Emprendedor: Ted Turner.** Disponible en:
<http://www.gestipolis.com/canales/emprendedora/articulos/no14/Tedturner.htm>
- www.infoamerica.org. **News Corp.** Disponible en:
http://www.infoamerica.org/grupos/news_corp_1.hatm
- www.infoamerica.org. **Time-Warner. El Grupo.** Disponible en:
http://www.infoamerica.org/grupos/time_1.hatm
- www.infoamerica.org. **Time-Warner. La Historia.** Disponible en:
<http://www.infoamerica.org/grupos/time021.htm>
- www.infoamerica.com. **Televisa. El Grupo.** Disponible en:
http://www.infoamerica.org/grupos/televisa_1.htm
- www.infoamerica.org. **Globo. Historia.** Disponible en:
<http://www.infoamerica.org/grupos/globo02.htm>
- www.infoamerica.org. **Clarín. Historia.** Disponible en: <http://www-infoamerica.org/grupos/clarin02.htm>

- www.lavaca.org, (2004). **Ojo con los Medios. Grupo Clarín.** 28/07/2004.
Disponibile en: [http://www.lava.org/sección\)actualidad/0/309.shtml](http://www.lava.org/sección)actualidad/0/309.shtml)
- www.liderdigital.com (2003). **News Corp Compra el 34% de Hugues por 6.600 Millones de Dólares.** Disponible en:
http://liderdigital.com/noticias/detalle_noticia.php?id=19823
- www.noticiasdot.com. **CNN en Español llega... a los Estados Unidos!!!** 08/04/02.
Disponibile en:
<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2002/0402/noticias0804/noticias080417>
- www.poresto.net. **TV tienen la Tercera Opción.** Disponible en:
<http://www.poresto.net/index.php?tim=14-8-2005&ID=40108>
- www.porlared.com, (2005). **Se completa la Fusión entre NBC y Vivendi Universal Entertainment, que ha dado lugar a la creación de NBC Universal.**
Disponibile en: http://www.porlarde.com/cinered/noticias/d_act04051301.html
- www.prnoticias.com. **Nic Wrenn, Editor Gerente de CNN en Europa, Orinete Medio y África.** 31/05/05. Disponible en:
<http://www.prnoticias.com/prn/hojas/noticias/imprimirnoticia.jsp=5658>
- www.satellitesinfo.com. **Actualidades de Los Medios.** Disponible en:
<http://www.satelliteinfos.com/actu/tema.asp/q/vivendi>
- www.tntla.com. **TNT Latin América.** Disponible en :
<http://tv.tntla.com/es/general/help/general.html>