



ABSTRACT

El presente trabajo de investigación es una aproximación teórica sobre la forma en que la televisión se constituye en un medio de comunicación social que a pesar de la aparición de otros -como el Internet-, no ha perdido la supremacía que posee en relación a estos, en cuanto a cobertura y nivel de audiencias.

En virtud de aquello la televisión, es, hoy en día un importante elemento que incide en la transformación cultural de la que es objeto la sociedad en su conjunto; la misma que al encontrarse en medio de la estructura capitalista, está necesariamente adscrita en el actual modelo de globalización.

Es entonces, la televisión una herramienta de la que se vale el actual orden para mantener alienado, engañado o enajenado a su público, mediante la difusión de contenidos con cierta carga ideológica que llegan al público mediante el discurso dominante, el mismo, que convierte al sujeto alienado en un producto cultural que le da vigencia y legitimidad al sistema capitalista en todas aquellas acciones de su convivir en sociedad.

Palabras claves: televisión, alienación cultural, mundialización cultural, globalización, cultura, conducta, alienación, influencia de la televisión.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



INDICE

Abstract.....	1
Índice.....	2
Portada.....	4
Responsabilidad.....	5
Agradecimiento.....	6
Dedicatoria.....	7
Introducción.....	8

CAPITULO I

LA TELEVISIÓN

1.1 Funciones de la Televisión.....	10
1.1.1 Funciones de la Tv. (Contenidos.....	12
1.1.2 Funciones de la Tv. (Fines de los medios.....	13
1.2 Ventajas de la Televisión frente a otros medios.....	13
1.3 La Televisión: Fenómeno Social.....	15
1.4 La Televisión del Siglo XX.....	17
1.5 La Televisión en América Latina y el Ecuador.....	19

CAPITULO II

GLOBALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL

2.1 La globalización.....	23
2.2 Globalización y cultura.....	31
2.3 Los medios de comunicación y el Estado.....	35
2.4 Televisión y Transformación Cultural.....	40

CAPITULO III

INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN

3.1 La televisión y la Conducta Humana.....	45
3.2 Contenidos Televisivos.....	47
3.3 Alienación en la Transformación Cultural.....	50

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1	Conclusiones.....	55
4.2	Recomendaciones.....	56
	GLOSARIO.....	58
	BIBLIOGRAFÍA.....	59
	ANEXOS.....	61

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA.

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO DE GRADUACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2009-2010

TEMA:

“INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN EL PROCESO DE MUNDIALIZACIÓN CULTURAL”

Trabajo final de investigación
previo a la obtención del título de
licenciado en ciencias de la
comunicación social.

WILMER HEREDIA LOAYZA

AUTOR:

DR. MAURO NARVÁEZ SOTO

DIRECTOR:

CUENCA- ECUADOR

2010

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



HOJA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas, opiniones, comentarios y pensamientos vertidos en el presente trabajo de investigación, son de exclusiva responsabilidad del autor. Confirmando que los temas que constituyen la misma han sido averiguados, recopilados e investigados de fuentes fidedignas.

Att.-

WILMER HEREDIA LOAYZA

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Cuenca, a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, a los compañeros profesores de la Escuela de Comunicación Social, por todos los conocimientos impartidos en medio de mi formación académica. Y, de manera especial, al director de esta tesina, el Dr. Mauro Narváez, por su significativo aporte en la realización del presente trabajo.

A todas aquellas personas que –de una u otra manera- contribuyeron a la consecución de este objetivo.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



DEDICATORIA

A mi pequeña razón de vivir y motivo principal para la consecución de esta meta, *Emilia Sofía*; y a todas las personas que creen, piensan y sueñan en un mundo mejor.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



INTRODUCCIÓN

La televisión al igual que los medios de comunicación en general, aparte de ser un medio de producción que garantiza la obtención de réditos económicos para su propietario o propietarios, se ha convertido también en una herramienta para incidir en la conducta de las personas.

Este medio de comunicación, nace en 1927 y se desarrolla a partir de la II Guerra Mundial, como un instrumento para la manipulación político-ideológica emprendida por gobernantes o por quienes ejercen el poder económico de la sociedad.

De tal forma, resulta lógico que en la actual sociedad capitalista bajo la forma del modelo de globalización, este medio que incide fuertemente en la conducta individual y social se encuentre en manos de grandes grupos financieros locales o mundiales -en su mayoría-, para a través de ellos procurar la conservación del status quo.

La cultura, al ser el producto de todas aquellas cosas en las que interviene el accionar del hombre, en tanto, ser social; se constituye en un apéndice del sistema, y, los cambios, transformaciones o mutaciones que sufra son el resultado de todo lo que pueda influir en él dentro de un sistema determinado.

En tal virtud, por su propia naturaleza, la televisión se constituye en un medio que incide directamente en la transformación socio-cultural. Si adaptamos esta afirmación a la forma en que se presenta el capitalismo en la actualidad, la globalización determina el carácter del medio y por ende del contenido implícito o explícito en determinados mensajes que inciten a una cultura global o mundialización cultural.

En la Globalización que se desarrolla a inicios de los 90, las ideas de libre mercado conllevan a la homogeneización o indiferenciación en todos los

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



ámbitos, donde lo dominante o hegemónico del primer mundo, se impone sobre el resto de países como *lo global* (idioma, moneda, economía, cultura, hasta moda global).

La forma en que el televidente, asume como propia la ideología dominante que le llega a través del discurso televisivo, se da debido a que inconscientemente admite y justifica la relación de desigualdad que existe entre una clase y otra, en la que este es el explotado, y, además ve como natural y justa dicha desigualdad, es el resultado de la alienación o enajenación de la que es objeto.

El individuo alienado a través de los medios de comunicación, se convierte en receptor y endosante de la cultura del capital, de la codicia, del arribismo, del consumismo, y de todo aquello que permita deslegitimar a lo opuesto al sistema predominante.



CAPITULO I:

LA TELEVISIÓN

1.1 FUNCIONES DE LA TELEVISIÓN

Francisco Iglesias establece un punto de quiebre entre la dimensión social (contenidos) y los fines o necesidades individuales de permanencia – sobre todo económicos- de las estaciones televisivas; en este sentido, distingue entre las funciones para sus públicos y los fines -para sí- de la televisión en el capitalismo actual.

Los fines pueden encontrarse en cierta manera disociados de las funciones de informar, formar y entretener, y, de ser así, “podría abrirse paso a la utilización deshumanizadora de ese medio, orientándose la televisión tal vez hacia la colonización intelectual, la alienación, el aliento del consumismo, la pérdida de la consideración personal de los destinatarios de los programas, la masificación y la manipulación”.¹

En tal virtud podemos distinguir dos tipos de funciones: En cuanto a los contenidos que se transmiten por una parte (informar, formar y entretener) y por otra en lo relativo a los fines que persiguen los medios en la persona de su propietario o corporación.

1.1.1 Funciones de la Tv. (Contenido)

Los orígenes de la televisión se remontan a 1927 cuando la empresa AT&T en la que Herbert Hoover secretario de Comercio de EEUU apareció por primera vez en una pantalla de dos pulgadas. En la II Guerra Mundial es justamente donde ésta aparece como una herramienta propagandística en el ámbito político y militar, pues las funciones que ésta cumplió en este periodo estaban orientadas exclusivamente al ámbito propagandístico.

Ya en el periodo conocido como de Postguerra, al llegar a un número cada vez mayor de personas, necesariamente tuvo que cambiar en cuanto a los

¹ IGLESIAS, Francisco, “La Televisión Dominada”, Ediciones Rialp, Madrid, 1990, Pág. 10

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



contenidos que difundía. Por esto, como ya lo han citado algunos autores, la televisión al igual que los distintos medios de comunicación masivos cumplen una triple función que es la de *informar, formar y entretener*, así:

Informar: Consiste en proporcionar al público información sobre una serie de hechos o acontecimientos, sucedidos con anterioridad, de manera clara, oportuna y eficaz. Sin embargo estos tres requisitos no son suficientes puesto que existen otros factores como la forma o el modo en que se publica una determinada información que influirán significativamente en lo que el receptor pueda percibir.

Formar: Esta función se vincula al carácter formativo que tiene la televisión en cuanto es capaz de transmitir contenidos que a la vez pueden contribuir en el ámbito educativo del público, lo que necesariamente la convierte en un agente de promoción o difusión de la cultura a manera de una escuela electrónica, pero obviamente ilimitada en cuanto a cobertura.

Entretener: Esta corresponde a la función lúdica², a la que los canales de televisión le dan mayor importancia o le dedican un mayor espacio de tiempo al aire. Esto se da por que el mayor tiempo que las personas le dedican a la televisión es justamente para emplearlo como un medio de diversión o entretenimiento. En estos espacios se utiliza una serie de géneros, estilos o formatos para captar la atención de un público que a la vez que se informa o se educa –bien o mal-, se divierte y asume la sensación de que está actualizado frente a lo que pasa en el mundo de fuera de la pantalla.

1.1.2 Funciones de la Tv. (Fines de los medios)

En el siglo XIX cuando surge el paradigma del mercado del lucro y la competitividad, aparece la televisión como un hallazgo tecnológico e innovador en el campo de las comunicaciones.

² Lo lúdico es todo aquello que hace referencia al juego, recreación o distracción del individuo, que puede estar relacionado a cualquier tipo de actividad que brinde una sensación de bienestar a la persona que lo realice. (Diccionario Enciclopédico Salvat, Tomo 8)

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Obedeciendo a este nuevo paradigma, este medio se constituyó en su apéndice e instrumento legitimador. La televisión se constituyó en un elemento que permitió articular las lógicas comerciales de producción con las lógicas culturales de consumo que a su vez permitía a sus propietarios solventar el gasto económico que significaba mantener una tecnología nueva y por tanto costosa.

A la par que se iban adjuntando una serie de componentes de la lógica del mercado, y retomando los orígenes de la televisión, los comunicadores y principalmente los gobernantes encontraron en ella un importante medio para difundir su política y afirmarse en el poder.

Estos elementos permiten visualizar el modo en que los medios de comunicación y particularmente la televisión se han ido “desarrollando” para constituirse en lo que hoy en día son, y que al formar parte de la superestructura del Estado capitalista están necesariamente determinados por ella: *la estructura determina a la superestructura*.

Los medios de comunicación, al constituirse en un importante componente del nivel ideológico en la superestructura del Estado capitalista y resultado de la aplicación de las políticas de libre mercado, se encuentra monopolizado en grandes cadenas informáticas de todo el mundo como la CNN, AFP, REUTERS, NBC, CBS, BBC, etc. Las mismas que al tener este carácter *global* y pertenecer en su mayoría a socios e incluso gobiernos de las grandes potencias mundiales, no sólo lleva a la uniformidad cultural, sino que deja la posibilidad de un manejo especulativo de la economía mundial en su beneficio.

Si bien la televisión cumple con las funciones de informar, formar y entretener, a su vez tiene fines que están claramente definidos en cuanto a su papel en la dinámica económica capitalista³ y a los procesos de apropiación de productos culturales.

³ Joseph Klapper, autor del famoso Estudio de los Media de 1960, en un diálogo con el presidente del Subcomité on Communications de EEUU al sugerírsele sobre el tema de la violencia en la televisión, éste dice claramente que... “a pesar de que de entre el personal de los network muchos tienen interés por la reducción de la violencia en sus programas, se encuentran frenados por la realidad económica del broadcasting. Para conseguir que los patrocinadores financien los programas...”

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



1.2 VENTAJAS DE LA TELEVISIÓN FRENTE A OTROS MEDIOS.

Hasta el momento se ha analizado las funciones de la televisión en cuanto a su contenido y a la finalidad de los medios, lo que nos ha permitido notar que respecto de las funciones de la televisión, ésta no dista mucho de lo que son los otros medios de comunicación.

Por esto, se hace necesario preguntarnos: ¿Qué hace diferente a la televisión de los otros medios? ¿Cuán importante resulta lo que se dice o lo que no se dice en la Tv? ¿Por qué se dice que la televisión es un medio de comunicación masiva?.

Estas dudas serán despejadas en la medida en que podamos entender la magnitud de los efectos que provocan los medios en el comportamiento social, ejemplo de aquello es lo sucedido a fines de agosto del 2007 con la muerte de lady Diana que paralizó al mundo. Al respecto que Ignacio Ramonet califica a este hecho como “corto circuito mediático”, “sicodrama planetario”, o “globalización emocional” ya que los medios de comunicación -tanto locales como las grandes cadenas mundiales- mantuvieron preocupado al mundo desde la forma en que ocurrió el accidente, hasta su vida sentimental, transmitiendo su entierro en vivo a través de cientos de cadenas de televisión del mundo entero.

Para tratar de dar respuestas al ¿Por qué? de tales efectos y consecuentemente a los cuestionamientos anteriormente citados, consideramos algunos elementos que posee la televisión:

- El recurso audiovisual, le permite reunir las cualidades auditivas que posee la radio y las visuales de la prensa.
- La inmediatez, posibilita la transmisión de la información en tiempo real a medida que los hechos se den, lo que la diferencia del cine que si bien cuenta con el recurso audiovisual, no posee esta característica.
- Es un medio de comunicación masivo porque abarca a una gran cantidad de tele-espectadores, el mismo que –después de los 70- llegó a suplantar a la hasta ese entonces predominante radio y la prensa al

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



punto que hoy se establece una media del 95 % de los hogares de América Latina que tienen por lo menos una pantalla en su hogar y que cada individuo está por lo menos dos horas diarias frente al televisor.

- Su carácter de principal medio –al menos en A. Latina- aun no ha sido suplantado por el Internet y es presumible que no lo será dentro de por lo menos 5 años, debido a la falta de accesibilidad en cuanto a poder adquisitivo y desconocimiento -de la *aún nueva* tecnología- de los futuros consumidores, y a la infraestructura técnica que todavía es deficiente en los países pobres que son la mayoría. Hogares y pueblos enteros de países -como el nuestro- ni siquiera han tenido acceso a un ordenador por familia, menos al Internet que a diferencia de la televisión abierta no es un servicio gratuito.
- En cuanto a los contenidos que se difunde, éste, al ser un medio de carácter masivo, cabe la frase: *Es tan importante lo que se dice, como lo que no se dice*; si en el caso de la información que dio la vuelta al mundo sobre la muerte de la princesa Diana se hubiera dicho finalmente que ésta no había fallecido... ¿Qué hubiese pasado si los medios no le hubiesen dado tal cobertura y sólo hubiesen anunciado su muerte? - como la de Saramago en junio de 2010-.
- La imagen en movimiento, es un recurso importante que permite hacer más dinámico el proceso comunicativo, pues se constituye en un elemento agregado a la imagen fija (fotografía) y al sonido (audio) en el que el sujeto percibe una imagen audiovisual más real.⁴

1.3 LA TELEVISIÓN: FENÓMENO SOCIAL

Un fenómeno social es toda actitud constructiva del hombre en la vida social, el mismo que actúa espontánea y racionalmente contra los factores que lo limiten, lo opriman o lo exploten en su convivir. El mismo que procura su bienestar individual y a su vez el colectivo, incitado por el impulso constante de

⁴ Los Juegos Olímpicos de Berlín 36 fueron los primeros en transmitirse por televisión, evento deportivo que nunca antes –cuando había sólo radio y prensa- había despertado tanto interés a nivel mundial y que a la vez se convirtió en ejemplo de manipulación política y propagandística por parte del régimen nazi de Hitler.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



satisfacer al máximo sus necesidades. En este sentido, la televisión es también el resultado de dicha actitud constructiva para satisfacer necesidades, es decir la forma en que ésta se constituye en fenómeno social.

Es preciso partir desde el estudio del fenómeno social desde el paradigma evolucionista hasta llegar al concepto de la sociedad de masas y la posterior aparición de la televisión como resultado de una necesidad social y su papel en la comunicación de masas.

Augusto Comte fue el primero en estudiar a la sociedad como un organismo colectivo individualizado con una estructura cuyas partes especializadas actuaban simultáneamente dentro del todo y que aquello sobrellevaba cambios en su evolución.

Luego Herbert Spencer (1863) en las *Leyes de la evolución* plantea que el proceso más importante en la naturaleza era su evolución y que ésta es algo natural de manera que toda interferencia en este curso natural sería infundada y provocaría desastrosas consecuencias.

Ferdinand Tönnies (1887) habla de dos aspectos, por una parte sostiene que las personas se encuentran fuertemente *vinculadas sentimentalmente* entre sí por la tradición, la amistad, el parentesco o cualquier otro factor que las cohesione; por otra parte señala que además una condición esencial es el contrato o *Gesellschaft* que no es más que una relación social racionalmente convenida, donde ambos se comprometen a cumplir obligaciones entre sí.

En 1893, Emilio Durkheim plantea la integración del cuerpo social como una función de la división del trabajo en la sociedad. Sostiene que hay dos consecuencias sociales de la división del trabajo, la *solidaridad mecánica* que une a las personas que son fundamentalmente similares en cuanto a creencias, valores y otras orientaciones; y la *solidaridad orgánica* que, en cambio, tiende a que aquellas personas que realicen tareas especializadas dependerán de aquellas que sus actividades estén coordinadas con otras personas, vinculadas entre sí por relaciones de carácter contractual.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



La sociedad de masas.-

En el siglo XIX era cada vez mas evidente que el individuo se mostraba como un ente aislado de la sociedad que perdía una identificación con quienes le rodean, la heterogeneidad y el individualismo debía ser solventada de alguna forma de manera que algunos planteaban reformas en la legislación para lograr esta cohesión social y otros planteaban el control social a través de medios menos formales.

Estas ideas basadas en el control sobre el colectivo daba a los estudiosos de las ciencias sociales la idea de una sociedad de masas, quienes “veían de modo claro que el mundo occidental experimentaba... una reducción en el grado en que la sociedad podía controlar eficazmente a sus miembros por medios informales, una creciente alienación del individuo, alejado de una fuerte identificación con el conjunto de la comunidad”⁵ haciendo referencia a la relación latente entre el individuo y el orden social establecido.

En el siglo XX surge la idea de Broom y Selznick de la naturaleza social de los individuos que se desarrolla conjuntamente con la de la naturaleza psicológica de los enfoques neurobiológicos y comparativos, de tal forma que la conducta humana era buscada dentro de la estructura biológica del individuo.

Así, a mediados del siglo anterior, la diferencia entre sociología de la comunicación y teoría de la comunicación no estaba claramente definida sobre todo en el ámbito norteamericano.

Uno de los precursores en la investigación de la comunicación, desde el ámbito de las ciencias sociales, fue Harold Lasswell, el mismo que planteó el estudio de la comunicación a partir de cinco preguntas: “Quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos”. En lo que a comunicación de masas concierne, cabe la pregunta ¿Con qué efectos?, hace referencia a las acciones, reacciones o actitudes del comportamiento colectivo, que derivan del proceso comunicativo.

⁵ “Teorías de la comunicación de masas” Pág. 210

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Frente a estas ideas sobre la sociedad de masas y las teorías de la comunicación, los medios de comunicación de masas se difundieron rápidamente entre los países primer mundistas –en primer término- para tener un diagnóstico claro sobre el nivel de influencia de estos en la conducta de las personas, puesto que los efectos ya eran visibles.

De esta manera la televisión al igual que otros medios de comunicación se constituyeron en un nuevo fenómeno social a estudiar. Justamente por ello, entre 1914 y 1918 se llegó a reconocer el verdadero poder de los medios al incorporar por primera vez la propaganda de guerra para mantener unida a una nación a través de los *vínculos sentimentales* de los que habla Tönnies.

1.4 LA TELEVISIÓN DEL SIGLO XX

Partiendo de la antes mencionada idea de que en toda Formación Económica Social, la base económica –en este caso la capitalista- determina a la superestructura, es fácil deducir que los medios de comunicación y por ende la televisión como parte del aparato ideológico de la superestructura del Estado capitalista se halla necesariamente determinada por la misma.

Así, los medios legitiman al orden establecido... como lo dice Rafael Ahumada *“forman al ser social en medio de un orden social dentro de un sistema económico político determinado”*.

Evidentemente la historia de la televisión se remonta hacia 1927, pero desde los años cincuenta ésta se convirtió en un medio de comunicación básico, de tal forma que su auténtica revolución en este periodo no es comparable con la de ningún otro medio.

Es necesario recurrir a la historia para analizar el papel desplegado por la televisión desde finales de la II Guerra Mundial.

Una vez terminada la II Guerra Mundial en 1945, se inventa el Plan Marshall para la restitución económica de Europa. Posteriormente, tras la formación de los dos grandes bloques mundiales del capitalismo, el de los países afines a los

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



EEUU y el de los socialistas liderado por la ex URSS, y la creación de un nuevo bloque en la década de los 60, el de los países No Alineados.

Como consecuencia de esta polarización mundial, se da inicio a la Guerra Fría que acarrió un enfrentamiento de carácter político, ideológico y militar encabezado por EEUU y la ex URSS que tuvo repercusiones en todo el mundo, dando lugar a la creación de grandes alianzas como la OTAN entre EEUU y algunos países europeos, el Pacto de Varsovia impulsado por la URSS y en el caso de Latinoamérica se forma el TIAR (Tratado Interamericano de Asistencia Recíproca) y la OEA con el apoyo de Estados Unidos para aislarle a Cuba.

En 1960 triunfa la revolución cubana y Estados Unidos reacciona a esta derrota creando la Alianza para el Progreso y los Cuerpos de Paz para fomentar el conformismo social y el pacifismo anticomunista en los países de Latinoamérica.

Adjunto a esto, en cuanto a lo político-económico, se implementó el Reformismo -reformas tributarias, agrarias, políticas asistencialistas, etc- en estos países para tratar de contener esta ola subversiva que iba tomando fuerza frente a las condiciones de miseria que vivían estos pueblos.

En este mismo sentido, las políticas comunicativas aplicadas en este periodo como parte del proceso; en lo que a televisión se refiere, este medio jugó un importante papel para difundir y legitimar el discurso pacifista, conformista y anticomunista que propagaba la APP para darle una plena vigencia y legitimidad al capitalismo que perdía validez en el imaginario social. Para ello se valió de una serie de contenidos ideológicos subliminales como:

- Las telenovelas rosa que crean la fantasía de la posibilidad de ascenso económico y social de los pobres.
- Los súper héroes blancos que salvan a la humanidad de los enemigos del mundo (generalmente individuos barbados, con acento ruso, villanos de piel oscura o extraterrestres).
- En las series importadas sus protagonistas son individuos que gozan del privilegio de vivir en Norteamérica -la tierra de las libertades- donde

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



todos pueden tenerlo todo y hacer de todo, menos lo que atente al estilo de vida norteamericano y la seguridad nacional.

- El agente superdotado con capacidades físicas que sobrepasan lo real, que es el *asesino bueno* que extermina a los *siempre malos* comunistas (amarillos, terroristas, narcotraficantes, espías, dementes, etc.) y se constituye en el ejemplo de asesino, al final un patriota americano que en el desenlace de la trama siempre resulta ser un hombre de paz.

Aunque los personajes o los formatos que antes aparecían en la pantalla, no necesariamente son los mismos de ahora, la carga ideológica que lleva consigo la programación audiovisual actual sigue siendo la misma.

1.5 LA TELEVISIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL ECUADOR.

En América Latina nace la televisión en 1949, año en el que por primera vez sale al aire Canal 6 de la Habana-Cuba adquiriendo el carácter de regular ya en 1950 junto con los primeros canales de Brasil y México. Pero el periodo de mayor crecimiento de estaciones de televisión fue el comprendido entre 1980 y 1989, que en su mayoría eran de propiedad del estado o de universidades; pero hasta 1998 el 66.9 % de las estaciones de América Latina pasaron a manos privadas.

Desde hace algunas décadas, la cultura audiovisual va ganando terreno a la cultura escrita no sólo en cuanto a peso económico sino también en su influencia cultural sobre la sociedad actual. Pero previamente respecto a esa tendencia general, cabría recordar que América Latina y la Península Ibérica comparten rasgos estructurales en la cultura que les asemejan, más allá de la lengua y la "proximidad cultural".

La irrupción y expansión de los medios audiovisuales y, especialmente la radio y la televisión en el siglo anterior colonizaron ampliamente el tiempo libre de los latinos, sin pasar antes por una consolidación de la prensa y del libro de masas. No por casualidad, en América Latina se han afincado menos los

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



prejuicios intelectualistas que en Europa identificaron absurdamente a lo escrito con la cultura auténtica, y a lo audiovisual con su degradación.

En todo caso, las históricas estadísticas de consumo cultural y de medios de comunicación no dejan dudas sobre el mantenimiento y aceleración de esa tendencia; estudios recientes muestran que este escenario en el seno de las industrias culturales se consolida por el bajo grado de desarrollo sociocultural de los latinoamericanos y las desigualdades en la distribución de la riqueza, que penalizan a la cultura de pago por el usuario (Tv, pagada) y agigantan el peso de los medios financiados por la publicidad (Tv. Abierta).

Según un estudio realizado en 1993 por CIESPAL, el 70.4% de las estaciones tenían un carácter comercial seguido por el 10,4 % de las que poseen el carácter educativo-cultural; que el audiovisual facturaba en 1997 en 12 países (Argentina, Brasil, Chile, México, Venezuela, Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú y USA, más España y Portugal) 17.210 millones de dólares, de los que el 51,5 por ciento procedía de la televisión abierta publicitaria y un 31 por ciento de la televisión de pago. Una comparación más actualizada pero general evaluaba en el 2000, que la facturación del conjunto de las Industrias Culturales en América Latina ascendía a 26.000 millones de dólares.

Hasta el 2005, según un estudio publicado por Enrique Bustamante... *“los receptores de televisión se ubican entre el 92-95 por ciento de los hogares de Latinoamérica, con diferencias notables entre más del 95 por ciento en Argentina, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela y Puerto Rico y la media de visionado estaría en 212 minutos/día, en los ocho mayores países de América Latina, aunque con diferencias apreciables, por ejemplo, entre los 210 de Chile y los 266 de Argentina o los 222 de Brasil”*. (Telecoms & Media, 2006; Zenith, 2006)

Este estudio sobre el público en América Latina no ha sido actualizado, pero es evidente que estas cifras han aumentado significativamente. Así, podemos establecer que la televisión constituye el principal medio del espacio audiovisual latinoamericano por su cobertura y en definitiva por la incidencia en la economía, la política y la cultura de cada país.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Tanto la televisión como el cine, se han constituido en una plataforma para la creación y recreación de gustos y de consumo de creaciones culturales que revelan en sus contenidos las características del discurso dominante y que son determinantes en las dificultades para la construcción de un espacio cultural propio y más amplio en cuanto a producción y difusión.

A pesar del desarrollo en cuanto a cobertura del internet, es claro el papel central de la televisión en la difusión y consumo de la cultura global y de las restantes industrias culturales en particular. Bisbal señala que “los modos de producir, transmitir y consumir la cultura pasan por profundas transformaciones que se orientan hacia otros lugares-espacios que tienen que ver con los media y especialmente con el peso de lo audiovisual”.

Valerio Fuenzalida en términos mas optimistas frente a la cultura global, destaca cómo las experiencias latinoamericanas podrían conducir a una asociación nueva entre la televisión y otras actividades o industrias culturales, tales como la música popular, el teatro y el cine, en el intento de “constituir círculos culturales” que puedan contrarrestar toda la ofensiva ideológico cultural que nos llega en las producciones importadas.

Todo indica que las tasas de crecimiento del sector televisivo avanzan más rápidamente que las de los otros sectores culturales o de las propias industrias culturales en su conjunto.

Esta tendencia, comprobada en el pasado, parece mantenerse a futuro aunque las previsiones de las consultoras internacionales deben ser mas precisas -en cuanto a credibilidad en el medio y largo plazo- pueden citarse estudios recientes como los de Pricewaterhouse Coopers, que destacaba a América Latina como la región de crecimiento más rápido en los últimos años del sector televisivo tanto publicitario como de pago, hasta pronosticar un 10,8 por ciento de incremento entre 2006-2010.

La televisión aparece por primera vez en el Ecuador en el año de 1959 a través de... “Canal 4, La Ventana de los Andes” de propiedad de World Radio Missionary Fellowship que funcionaba con carácter evangélico-misional hasta

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



1972 que cede sus derechos e instalaciones a un canal comercial “Teleamazonas, Canal 4”⁶

La irrupción de canales privados mediante la aprobación de la ley del 26 de febrero de 1984 en Bolivia, generó toda una corriente privatizadora de la televisión comercial en Latinoamérica, que en menos de una década pasó del monopolio estatal al monopolio de los grupos de poder económico y político y que – incluido el Ecuador- ha conllevado a la *creación* de opinión pública en favor de las necesidades o intereses políticos y económicos de su propietario, corporación o aliados.

⁶ LOPEZ, Ana, “Inventario de medios de Comunicación en A. Latina y el Caribe”, Editorial Quipus, Quito-Ecuador, 1993, Pág. 427.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



CAPITULO II:

GLOBALIZACION Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL

2.1 GLOBALIZACIÓN.

Para algunos autores, la globalización es un fenómeno social que tiene sus orígenes en la época expansionista del coloniaje en los siglos XV y XVI; para otros tiene lugar en la actual etapa del capitalismo, a partir de 1990, y tiene características similares a las del coloniaje en cuanto a expansión de territorios, apertura de nuevos mercados comerciales, libre comercio, etc.

El proceso de globalización en el ámbito político, económico y cultural, que se viene desarrollando, tiene como matriz engendradora al capitalismo del siglo anterior, el mismo que se divide en tres etapas y cuyo desenlace constituye el origen de este fenómeno. Las etapas de *desarrollo* del capitalismo que dieron lugar al actual proceso de globalización, son las siguientes:

1. El mercantilismo.- Período que va desde la época del coloniaje y del Renacimiento del siglo XV hasta el XVIII, en la que se articuló la lógica de la acumulación del capital mercantil en los centros de comercio europeos dominantes y la introducción del Nuevo Mundo (América Latina) al comercio.
2. El modelo clásico.- Que aparece tras la Revolución Industrial en 1800, como consecuencia de la Revolución Francesa de 1789, y se extiende hasta la II Guerra Mundial, que significó una etapa de afirmación del capitalismo en Europa y Norteamérica, en la cual se desarrolla el comercio industrial, la banca privada, las organizaciones sociales y los primeros partidos políticos del mundo (Conservadores, demócratas y comunistas).

De la fusión entre el capital industrial y el bancario se genera el capital financiero monopolista que da lugar a una bipolarización mundial entre países de la periferia dedicados a la producción mineral y agrícola y los estados netamente industriales constituidos en los estados nacionales

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



burgueses, bajo esta línea Estados Unidos reemplaza a Inglaterra como el centro del capitalismo mundial y consolida su hegemonía al resultar victorioso en la II Guerra Mundial.

3. El período de Postguerra.- Una vez terminada la II Guerra Mundial, tras la explosión de las bombas de Hiroshima y Nagasaki, se produjo un desigual desarrollo en la economía de los países del mundo, como resultado de la industrialización y la aparición de las grandes empresas monopolizadoras de la producción que dieron lugar a la creación de un sistema liberal, integrado y proteccionista de la producción mundial y de los intereses políticos e ideológicos-militares de los países dominantes, mediante la creación del Plan Marshall, la ONU, la OTAN, el TIAR, la APP, etc, para contrarrestar a las ideas de insurrección de los países pobres, que alterarían el “orden mundial” y por ende pondría en riesgo su hegemonía. Dichas ideas se mantienen hasta la actualidad, pero lo que marcó el fin de esta etapa fue la caída del Muro de Berlín en 1989, que dio lugar a un replanteamiento del escenario mundial en el ámbito político-económico.

El proceso de globalización emprendido en forma sistemática entre 1989 y 1990 tuvo como objetivo darle un rostro más humano al decadente y desigual desarrollo del capitalismo mundial, y sobre todo desterrar toda idea de subversión en el mundo⁷, tarea que fue asignada a instituciones como el Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial y la Organización Mundial de Comercio.

La globalización, aparece entonces como la solución para los problemas que enfrentó el capitalismo antes de los 90, a través de la aplicación de algunas reformas en la estructura de los estados capitalistas.

⁷ Fukuyama en 1992 proclamaba el fin de las ideologías, pero años después se vio obligado a retractarse.



El fracaso de este modelo es evidente. Un informe divulgado por José Antonio Ocampo, secretario de la Comisión Económica para América Latina (Cepal), señalaba que “en el año 2001, 214 millones de personas, es decir, el 43 por ciento de la población latinoamericana, vive en la pobreza, y de éstas, 92.9 millones (18.6 por ciento), en la indigencia”⁸.

Definición.- Este término repetido en textos, discursos, obras y en medios de comunicación, es utilizado como un lugar común, muletilla en el habla o como un referente de la economía mundial, pero en la mayoría de los casos no se explica o define claramente lo que implica abordar el tema de la globalización.

El tema de la globalización ha sido tratado por algunos estudiosos de las ciencias sociales. Veamos las principales acepciones utilizadas por estos autores:

Según la definición de Manuel Castells (1997), “globalización en sentido estricto es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria... una red de flujos en la que confluyen las funciones y unidades estratégicamente dominantes de todos los ámbitos de la actividad humana”.

James H. Mittelman, investigador en economía política internacional, plantea que la globalización se la entiende como un período en la historia del capitalismo cuyo accionar ha unido a varias sociedades en un mismo sistema como una suerte de continuidades y discontinuidades que representa condiciones ideales de mercado que nunca antes habían existido. Mittelman (1996), lo resume así...“La globalización es una fusión de procesos transnacionales y estructuras domésticas que permiten que la economía, la política, la cultura y la ideología de un país penetre en otro. La globalización es inducida por el mercado, no es un proceso guiado por la política”.

⁸ STIGLITZ, Joseph, “El malestar en la globalización”, Editorial Taurus, Madrid, 2002.



Rodolfo Cerdas, en cambio hace principal referencia a un proceso de cambio en todo el mundo que posee características de desarrollo desigual y a su vez de unidad entre los países del mundo; pero que al mismo tiempo trastoca las diferenciaciones sociales y culturales de las sociedades. Define a la globalización como... “el acelerado proceso de cambio que, a nivel mundial, se ha venido desarrollando en todos los ámbitos del quehacer humano, pero muy particularmente en lo referente a lo militar, lo económico, el comercio, las finanzas, la información, la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura”.

Carlos Moneta, ex-secretario del Sistema Económico Latinoamericano, nos dice que... “cuando se habla de globalización se tiende a identificarla con el proceso de globalización económica, olvidando las dimensiones política, cultural y social. En el campo cultural podría entenderse la globalización como el pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas, de base territorial, a otras modernas y postmodernas, de carácter transterritorial”. Moneta, además, sostiene que en la actualidad las identidades culturales no se constituyen desde la lógica de Estado-nación, sino de los mercados, es decir, que actúan mediante la producción industrial de la cultura (comunicación tecnológica y el consumo de los bienes).

Para Klaus Bodemer, existen dos vertientes de interpretación de éste fenómeno: una versión pesimista y una optimista. Para los pesimistas, la globalización es la constatación de las profecías de Marx y de Hilferding, es decir, del predominio del capital, el imperialismo y el poder de una minoría sobre las mayorías. Por lo tanto esta perspectiva percibe a la globalización como la causante de la competencia de localización, la desocupación creciente y la incapacidad de la acción estatal para proveer seguridad ante los riesgos sociales.

En cambio, la versión optimista ve en los procesos de globalización el surgimiento de una nueva era de riqueza y de crecimiento con oportunidades para nuevos actores; la globalización de la producción y los mercados, mejora las oportunidades de acrecentar las ganancias a nivel mundial, aunque - contradictoriamente- reconoce que al estar sometida dentro de las leyes del

AUTOR:



mercado, aumenta la desigualdad en el reparto de la riqueza y agudiza las luchas distributivas.

Bodemer plantea tres elementos comunes que aparecen en el estudio del fenómeno de la globalización:

1. No es un fenómeno nuevo, se constituye en la continuación e intensificación de las transacciones colaterales que hasta ahora habían sido consideradas dentro de la categoría de internacionalización de la economía.
2. El núcleo de la globalización es la economía y la tecnología. Es decir, la globalización es en primer término de las finanzas, el comercio, la producción, los servicios y la información.
3. Cualquier intento de desacoplarse o liberarse del proceso de globalización está condenado al fracaso de su economía, esto corrobora la dependencia de los países pobres o en *vías de desarrollo* a la economía mundial y la omnipresencia de este fenómeno⁹.

¿Que comprende Globalización?

Al definir a la globalización, Carlos Moneta dice que se la debe tratar en todas sus dimensiones: en el ámbito económico, político, cultural y social. Esta falta de precisión a la que se refiere este autor nos conduce a la reflexión sobre ¿Cuáles son los alcances? o ¿Qué comprende la globalización?

Para María Dolores Fernández, directora académica de la escuela superior de comunicación de Granada, la globalización... "implica a la ciencia, la tecnología, a la comunicación de masas y multimedia y también, por desgracia, al crimen organizado".

⁹ Es el caso de Cuba, un país que se considera socialista pero que inevitablemente está inmerso en este modelo (transnacionales del turismo, cadenas hoteleras, aceptación del euro en el comercio, etc.)

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Mittelman trata a la globalización desde la economía hasta la forma dinámica de las estructuras sociales, acerca de oportunidades que nacen del restablecimiento del régimen, de la economía, y de la cultura alrededor del mundo, sobre los desafíos que surgen de la pérdida de control sobre los flujos económicos y tecnológicos.

Aldo Ferrer se centra en dos ámbitos, el comunicacional (virtual) y el económico (real), en cuanto al primero considera que los contenidos se centran en la difusión de información e imágenes a escala planetaria y en los mercados financieros ya que este penetra en todas partes y promueve la visión global del mundo.

En lo económico, la globalización se manifiesta en la búsqueda de un incremento del comercio internacional a tasas mayores que las de la producción; en este sentido, se promueven reglas en las áreas que benefician a los países desarrollados (propiedad intelectual, tratamiento a las inversiones privadas, desregulación de los mercados financieros).

Para Derckxsens comprende la expansión de la actividad económica más allá de las fronteras nacionales a través del movimiento de bienes, servicios y factores. En tal proporción que se da una guerra económica por el mercado mundial entre las empresas transnacionales de América del Norte, Japón y la Unión Europea.

Características de la globalización.-

Este proceso que ha subsistido en el mundo durante las dos últimas décadas, presenta una serie de particularidades especiales que la caracterizan, estas son:

- ✓ Planetaria. Esto significa que la serie de fenómenos que tienen como matriz o lugar de origen a un país o región se proyectan al resto del orbe del mundo generando una homogeneidad en todos los ámbitos de la esfera pública.
- ✓ Universal. La globalización tiene como campo de acción a todos los espacios del quehacer humano, como reorganización territorial de la

AUTOR:



producción, la transnacionalización de las empresas, el esparcimiento de los mercados financieros, la propagación de productos de consumo idénticos a culturas naturalmente distintas, grandes flujos poblacionales, etc.

- ✓ Asimétrica. La globalización no tiene la misma trascendencia en unos países frente a otros, o de intervención en una situación social, política o económica determinada frente a otra. ¹⁰
- ✓ Desigual. Su poder e influencia así como sus mecanismos, se distribuyen desigualmente, en atención al nivel de desarrollo económico y poderío militar y cultural de cada participante en el proceso. “arriba está la gente integrada en la economía global; el segundo nivel en la jerarquía incluye aquellos que sirven a la economía global en trabajos más precarios, y el nivel de abajo consiste en el trabajo superfluo”. Mittelman (1996)
- ✓ La globalización, tanto en su origen como en sus expresiones resulta ser impredecible en cuanto a su alcance, sus efectos y consecuencias.

La globalización en América Latina.-

América Latina, al convertirse en una eminente amenaza contra el capitalismo mundial, tras el triunfo de la revolución cubana en 1959, con la existencia de grupos subversivos en distintos países y el triunfo de Salvador Allende en Chile, determinó que los países que ejercían poder económico y político en la región aplicaran nuevas políticas para superar el descontento social. Se crearon, por ejemplo, los Cuerpos de Paz, que –al igual que en el resto del mundo- no funcionaron y agudizaron la crisis del capitalismo.

A partir de los 90's aparece la globalización como la nueva receta para Latinoamérica, una serie de reformas en lo económico condujo a los países subdesarrollados a la coexistencia de dos estructuras del mercado, conformadas por la presencia de una influencia productora y vendedora como

¹⁰ El FMI para otorgar préstamos y garantizar su pago, exigía la eliminación del proteccionismo (subsidios, préstamos, eliminación de aranceles, etc.) a los productores agrícolas de los países pobres; mientras que en EEUU ésta era una política de estado para acelerar el proceso productivo.

AUTOR:



expresión de un nuevo orden económico internacional, y por otra parte por una comunidad de consumidores de cultura, receptora, pasiva y completamente excluida del trabajo productivo por no poseer las condiciones para competir en el libre mercado.

En estas circunstancias los países latinoamericanos se encuentran frente a una incoherencia de la *dinámica* de mercado donde se les incluye como consumidores, pero al mismo tiempo al estar excluidos del trabajo competitivo no pueden participar en la producción de esos bienes y servicios, lo que se traduce en el fortalecimiento del régimen de acumulación del capital por parte de las grandes empresas transnacionales.

Estas ideas de homogeneidad de consumidores no es tan real, puesto que si bien entre algunos grupos existe homogeneidad en tanto a patrones de consumo, las dos terceras partes de la población mundial vive subsumida en la pobreza y la marginalidad, que se traduce en desigualdad social. A decir de Mesino Rivero... *“allí sólo parecieran estar globalizadas las desigualdades”*.

Los efectos de este fenómeno han sido diversos en Latinoamérica, caracterizados principalmente por un incremento desmedido del desempleo y la pobreza, privatización de servicios básicos y de la educación, deterioro de la seguridad social, concentración de la riqueza en grupos locales ligados a la industria y a las finanzas transnacionales (burguesía criolla), violación a la soberanía nacional y el evidente deterioro de la identidad cultural.

A partir del triunfo de Hugo Chávez como presidente de la república de Venezuela en 1998, en la mayoría de los países de América Latina se ha desatado una tendencia nacionalista de características socialdemócratas que apuntan –al menos en el discurso- a salir de la dependencia de la que han sido objeto a lo largo de la historia. En algunos países se han nacionalizado los recursos naturales, reformado constituciones, firmado acuerdos regionales de integración, etc.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Sin embargo, y a pesar de aquello, éstas intenciones no se ven reflejadas en el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes. En nuestro país – por ejemplo- se sigue pagando deuda externa que actualmente representa el 46 % del presupuesto de estado, se eliminan subsidios, aumenta el desempleo que se constituye en el principal factor que genera la delincuencia, se mantienen pactos político-militares con las súper potencias, etc.

2.2 GLOBALIZACIÓN Y CULTURA.-

La globalización está íntimamente relacionada con la cultura –vid supra-, pues este fenómeno parte de reformas en lo económico y despliega su influencia a todos los espacios del accionar del ser humano en su convivir en sociedad.

Al igual que en otros estadios de la humanidad como lo fue el Renacimiento (S. XVII-XVIII), la cultura desarrolla un papel muy importante en los procesos de transformación social, pues constituye el pilar fundamental para consolidar a una estructura social determinada.

Antes de introducirnos en lo que concierne al estudio de la cultura y el papel que desempeña en medio del proceso de globalización mundial, es necesario definir a la cultura como tal para posteriormente contrastarla con las ideas globales del mundo que nos trae este modelo.

Desde una visión desarrollista, Sierra sostiene que la cultura es un sistema de transformación, autoconstrucción y desarrollo social... a través de la información y el conocimiento como experiencia acumulada sobre el entorno, objeto de la transformación y auto producción de la cultura como comunidad.

A decir de Freire, toda acción de la cultura incide sobre la estructura social, en el sentido de mantenerla tal como está, verificar en ella pequeños cambios o transformarla.

Taylor habla de la cultura en ámbitos más generales y la define como el todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



leyes, las costumbres, disposiciones y hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de una sociedad.

La cultura por tanto no se reduce a las expresiones artísticas, al actuar de las personas en sociedad o al elevado nivel de conocimientos que se posee; mas bien apunta a todos aquellos aspectos que el individuo en su vivir en sociedad comparte con los otros, desde las técnicas empleadas en la construcción hasta el modo de comportarse y relacionarse con los demás (forma de peinarse, vestirse, o de saludar, gestualidades, referentes de conducta, religión, etc.)

Una cultura se compone de:

- ✓ Instituciones (leyes morales o punibles).
- ✓ Ideas (creencias, tradiciones, valores).
- ✓ Técnicas (productivas, de defensa, de sustento).
- ✓ Materiales, arte, etc.

Si hablamos de las distintas culturas que confluyen en medio de un grupo social determinado –sea grande o pequeño- estamos refiriéndonos a la interculturalidad, que, además, consiste en el respeto a las diferencias entre una cultura y otra, es decir a una coexistencia entre culturas diversas contrario a todo proceso de sometimiento o detrimento de unas sobre otras.

Es, precisamente, en esta coexistencia entre culturas donde la globalización encuentra su punto de quiebre con el ámbito de la cultura, pues esta supone ampliar el carácter global de la economía hacia la homogeneidad cultural.

La globalización al relacionarse con la idea de competencia internacional favorece la expansión de la industria cultural homogeneizadora, da lugar a la expansión de los mercados y por tanto, la “*potencialidad*” económica de las sociedades produce mayor intercambio transnacional y debilita las convicciones del sentido de pertenencia nacional.

Cuatro décadas antes, en 1961 Habermas preveía que... el surgimiento de la industria cultural bajo el capitalismo monopolista era el fin de la esfera pública burguesa y la constitución de un sistema de manipulación de las conciencias.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Globalización e Interculturalidad.-

Al definir a la cultura en la etapa imperialista -fase superior del capitalismo- y especialmente en su proceso de globalización, necesariamente tenemos que hablar de la incompatibilidad entre esta y la interculturalidad. Ambas resultan discordantes, mientras la última se fundamenta en un reconocimiento, respeto y promoción de la diversidad cultural de los pueblos, la globalización apunta hacia la consolidación de una cultura única o global que tiene como matriz a la cultura dominante que *por las propias condiciones de libre competencia* están por encima de las subalternas.

Edgar Morín (2007), hace hincapié en la forma en que la globalización determina a la cultura: “La globalización actual forma parte de un proceso histórico de dominación económica y de la expansión planetaria del capitalismo, en tanto las configuraciones culturales con las características propias de cada época”.

Una determinante que influye en la falta de credibilidad de las sociedades – sobre todo la latinoamericana- en los proyectos de integración como el ALCA o el TLC, se ve reflejada en las experiencias que han resultado de dichas alianzas en las propias sociedades nacionales y locales, que dejan efectos devastadores en sus economías y agudizan las desigualdades económicas y sociales.

El conocimiento en la globalización.-

En febrero de 1995, se reunió a los miembros del G-7¹¹, quienes acuñaron el término *Sociedad Global de la Información*, que se asocia al de Globalización en la medida en que las nuevas tecnologías de la información son un factor determinante para establecer las relaciones constituyentes de la Aldea Global de la que habla Mc Luhan, partiendo de la base de que Globalización no se resume a internacionalización y que la información es la base del capitalismo para globalizar sus rendimientos.

¹¹ Grupo que reunía a los 7 países más poderosos del mundo de aquel entonces, estos son: USA, Rusia, Japón, Alemania, Francia, Reino Unido e Italia.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Concentrados en la capitalización de la información como instrumento de poder, se olvida que el conocimiento es un ente dinámico que está evolucionando constantemente a la sociedad y que puede servir tanto para sostener al actual sistema como para desmantelarlo y, de no ser compartido se hace obsoleto y se queda sin uso. Sus dueños o “secuestradores” quedan también marginados y reducen sus posibilidades de crecimiento y desarrollo.

Alvin Toffler habla de un cambio de poder, en el sentido en que el conocimiento desplaza a cualquiera otra forma (material o inmaterial) de ejercer el poder en las estructuras mundiales, de manera que quien posea la mayor capacidad de conocimientos será quién tenga el poder en el mundo.

Los avances científico-tecnológicos han dado lugar al desarrollo económico y determinan la hegemonía de unos países sobre otros. Los del primer mundo concentran la información a través de las grandes transnacionales de la información, la misma que es utilizada para consolidar su poderío económico. Se valen del conocimiento en el estudio de las ciencias sociales para legitimar a la ideología, idioma y en definitiva a la cultura dominante a través de los medios de comunicación.

A lo largo de la historia, el poder se ha ejercido a través de la fuerza, la riqueza y el conocimiento, pero “el poder de mejor calidad se deriva de la aplicación del conocimiento... la buena calidad implica utilizar el mínimo de recursos del poder para alcanzar la meta... con los conocimientos adecuados, uno puede sortear las situaciones peligrosas, para empezar, y, de ese modo, evitar el gasto de fuerzas o de riquezas”¹²

2.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL ESTADO.-

Los medios de comunicación a través de su historia se han ido articulando a las condiciones en las que se desarrollan las políticas económicas en sus distintas

¹² TOFFLER, Alvin. “El cambio de poder”. Pág. 39.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



épocas, al igual que se armonizan hoy a los nuevos paradigmas de mercado. La actual economía mundial se determina por su carácter global, de ahí que los medios de comunicación se han convertido en un importante sostén del nivel ideológico del estado capitalista.

Vicente Romano plantea que la televisión al igual que el resto de medios de comunicación de masas... “sirven a muchos fines y desempeñan diversas funciones. Pero su papel principal estriba en reproducir una visión de la realidad que mantenga el actual poder económico y social de la clase dominante”.

Los mecanismos de realimentación y retroalimentación se han implementado de tal manera que están modificando la propia estructura del sistema comunicativo, ahora hablamos de comunicación global, pues los soportes técnicos con los que cuenta el sistema interactúan entre sí, con la facilidad que les proporcionan las nuevas tecnologías y la sociedad en red.

El papel que desempeñan los medios de comunicación en toda estructura estatal consiste en darle vigencia y legitimidad a un sistema o formación económica social determinada, al igual que todas aquellas entidades que forman parte de la superestructura; *si el estado es capitalista, todo su aparataje y sus elementos sociales o materiales serán pro-capitalismo, si la actual etapa del capitalismo es la globalización, hablaremos entonces de la comunicación global.*

El aspecto más importante de la actual etapa es el desarrollo resultante del innegable tratamiento, y hábil y acertada transmisión de la información. La gestión del conocimiento ha pasado a ser el gran desafío, junto con la habilidad para combinar la aplicación de los nuevos procesos comunicativos. La crisis del capitalismo y del modelo del estado-nación se combina con el vacío ideológico que crean los medios de comunicación en sus contenidos, que paralelamente

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



completa el neoliberalismo con su idea de mercado-rector y que sentencia la soberanía del consumidor sobre la del ciudadano.

La globalización queda asociada, pues, a la crisis del Estado que refleja la incapacidad de gestión cultural del Estado para mantener unificada a la población por aquellos vínculos comunes que los caracteriza e identifica como naciones. Esta crisis del Estado-nación tiene algunas consecuencias, como las siguientes:

- ✓ El principio de ciudadanía adquiere debilidad en cuanto más avanza esta tendencia.
- ✓ Surge una tendencia de rechazo social generalizado hacia la globalización y al nuevo Estado (Es el caso de la mayoría de los países de América del Sur).
- ✓ La nación se separa del Estado y se los toma como dos entes indistintos, es decir la existencia del Estado sin nación o la nación sin Estado.
- ✓ El evidente deterioro de las identidades culturales, con la pretensión de algunos gobiernos o de actores sociales de hacer surgir una identidad regional, que se constituye en una probable solución para la recomposición social frente a la crisis del Estado-nación.
- ✓ Aparecen comunidades, sectores o grupos de presión con distintas posiciones ideológicas y concepciones políticas que reclaman el respeto a sus identidades culturales mediante una propuesta de interculturalidad¹³ y al mismo tiempo surgen nuevas identidades globalizadoras como la alienada identidad europea o latinoamericana (emo's, cultura rock, grupos neo-nazis, hibridaciones culturales, etc).

Identidad.- Consiste en un principio de autodefinition relacionado con un determinado atributo cultural (religión, raza, nación, territorio, género); a diferencia del término ciudadano que se asocia solamente con los derechos o

¹³ Ej.- La CONAIE. Movimiento indígena que aparece en el Ecuador a inicios de los 90's y que se inserta en la palestra política para reivindicar sus derechos colectivos.



deberes que tiene un individuo como tal en medio de la estructura normativa de un estado (leyes).

Especial relación aparece entonces entre la identidad y la soberanía que en medio del proceso de globalización, pierden vigencia y tienden a desaparecer. En estas condiciones, el estado adquiere un sentido mas bien clásico y queda como mero garante de seguridad y facilitador de las operaciones las grandes empresas transnacionales.

Basándonos en un estudio realizado por Manuel Castells en América Latina, quien afirma que frente a las presiones de cambio tecnológico, económico y cultural de la globalización, el Estado no desaparece sino que se transforma; resultado de dicha transformación, éste procura a toda costa la creación de estratégicas alianzas a corto y largo plazo con otros estados, para solventar conjuntamente los problemas económicos y sociales que trae la globalización.

Tras su aparición, estas alianzas llegan a generar algunas transformaciones en la forma en que se llevaba la política internacional, como:

- Dan lugar a aparición de los nuevos Estados co-nacionales, como la Unión Europea, con un Banco Central Europeo independiente, una moneda única y, por tanto, una economía unificada, a la que se añaden múltiples instituciones y leyes de ámbito europeo, similar a la unificación de las trece colonias inglesas –actual EEUU- .
- Se le dan mayores atribuciones y poderes a las instituciones internacionales que son manejadas principalmente bajo la tutela de Estados Unidos, como las Naciones Unidas, la Organización de Estados Americanos, la Organización de la Unidad Africana y las distintas organizaciones de seguridad regionales, en Europa, el Pacífico, América Latina, etc.
- Se consolidan alianzas militares fuertemente integradas, como la OTAN, que, en la práctica, une a las fuerzas armadas de sus países y consolida unas fuerzas armadas supranacionales con un mando conjunto.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



- Surgen *novedosas* alianzas políticas entre estados co-nacionales e instituciones internacionales, como la Comunidad de Estados Soberanos, entre las ex-repúblicas de la ex-Unión Soviética.
- Proliferan las áreas de integración económica que trastocan la soberanía económica nacional, y deterioran gravemente a las frágiles economías de los países pobres como el Acuerdo de Cooperación Económica en el Pacífico, después llamado ALCA y finalmente TLC o la unión arancelaria de los países del ASEAN en el sudeste de Asia. Y otras, alternativas a estas como las integraciones regionales como el MERCOSUR o UNASUR.
- La creación de instituciones económicas supranacionales de créditos devoradores de economías, como son el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, con la capacidad de regulación o desregulación económica global, bajo control del exclusivo club G-7, en base a su opinión sobre los mercados financieros internacionales y no de las “leyes naturales” del mercado, como lo plantean en el discurso dominante.

Así, el Estado-nación burgués se dota de toda clase de instrumentos para salir –al menos en la economía de unos pocos- bien librado en la globalización; el precio es alto, desde la pérdida de soberanía hasta llegar a compartir el poder del Estado con organismos internacionales.

Pero, a pesar de todo este control, en la economía del estado global no es posible asegurar el control de los gobiernos sobre los flujos de capital, información y tecnología, como se ha verificado en momentos tales como la crisis inmobiliaria norteamericana de hace más de dos años o los repetidos fracasos para controlar el Internet.

Por otra parte, el Estado-nación, en casi todo el planeta está buscando su relegitimación mediante las mismas prácticas del desarrollismo de los 80 y 90, pero con otros nombres como: descentralización administrativa, participación ciudadana¹⁴ y la transferencia de competencias a gobiernos locales y

¹⁴ Elementos que aparecen en la constitución del 2008 del Ecuador. Capítulos I y II.



regionales que en algunos casos, dicha descentralización va acompañada del reconocimiento de identidades nacionales, regionales y locales, intentando así asociar el principio de ciudadanía política y la afirmación de la identidad cultural.

Paralelamente a ello, vienen formándose organizaciones que cumplen un papel similar al del Estado con el nombre de ONG's (organizaciones no gubernamentales) que complementan las políticas públicas, articulando recursos privados y desburocratizando la gestión de programas sociales, capitalizando un desarrollo paralelo a la internacionalización de la intervención de los Estados con el objetivo específico de restaurar o sostener -por medios no gubernamentales- la legitimidad en crisis.

Los medios de comunicación, al encontrarse en medio del proceso de globalización apuntan a una mundialización económica en la forma de los grandes monopolios de las comunicaciones, y la información.

En medio de esta nueva dinámica, los medios hacen suya la nueva ideología de la información, basada en la difusión de toda una miscelánea de contenidos inservible, superflua, trivial o banal, pero que a la final mantiene entretenido al público.

Resultado de las ingentes cantidades de información -banal- que circula en los medios, ha desembocado en una profunda crisis del viejo papel de los medios como mediadores sociales y más bien se viene impulsando la apropiación de determinados patrones dominantes que llegan al público mediante el discurso dominante.

El papel determinante del estado capitalista genera... cambios en la configuración de la agenda temática de los medios pues, al mismo tiempo que se han convertido en la principal fuente de información política.... es el gran

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



foro público, donde se libran las batallas del poder, con más virulencia que el Parlamento.¹⁵

2.4 TELEVISIÓN Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL.

La televisión, medio que tras un continuo avance a lo largo de su historia hoy posee la capacidad para transmitir texto sonido e imagen a través del mismo canal en tiempo real, llegó a constituirse en un medio que pasó a formar parte de la vida privada de las personas y que está presente en el 95 % de los hogares del mundo, indiscutiblemente se ha convertido en uno de los principales elementos que determinan la cultura de un pueblo.

Marshall Mc Luhan en los 60, advertía la existencia de una “aldea global” de un mundo irracional, dice Mc Luhan “yo nombré a esto la Aldea Global, pero la gente pensó que yo estaba imaginando una situación ideal, en realidad, una aldea no es una cosa ideal, porque la gente sabe demasiado sobre los demás, no hay privacidad, no hay identidad. En la Aldea Global eléctrica la gente sabe demasiado, y ya no hay un lugar donde esconderse”.

La globalización de las telecomunicaciones, tiende a difundir hábitos de consumo, comportamientos y valores predominantes de las sociedades industrializadas, y a imponerse las culturas de los países más poderos, en este sentido se hace necesario plantearse la importancia de la televisión, pues se constituye en uno de los más importantes e influyentes medios de comunicación como intermediario en el proceso de las construcciones socioculturales.

Al referirnos a esta visión global del mundo y de la cultura, será necesario definir las relaciones entre globalización e interculturalidad, puesto que la naturaleza de la una supone la inexistencia de la otra, correspondientemente; y por ello determinaremos el nivel de influencia de la televisión en el actual

¹⁵ FERNÁNDEZ, Ma. Dolores. “Globalización y medios de comunicación”, Pág. 28.



proceso global de transformación cultural que se opone a la idea de interculturalidad.

La tendencia que fomenta la globalización es la de crear una cultura de medios basada en el reduccionismo y uniformización de la conciencia. Por esta razón, en Norteamérica se ha invertido en grandes y costosos estudios sobre la influencia y los condicionamientos de la conducta a través de la televisión, con el único objetivo de construir al tipo de ser humano mas conveniente para el modelo de producción y consumo capitalista.

Esta manipulación de la conciencia o creación de una falsa conciencia, al igual que en el S. XIX procuró que la vida cultural de la sociedad coincidiera con los intereses políticos y económicos de la burguesía valiéndose de aliados como la iglesia y la escuela; ahora la globalización se sirve de los medios de comunicación masivos para el mismo fin: convertir el interés de la clase dominante en interés general.

En cuanto al discurso televisivo, el que mayor influye en la conducta de los públicos no es precisamente el que mayor información veraz contenga, sino el que es capaz de sintonizarse emocionalmente con las necesidades circunstanciales del público, para lograr que éste asuma como propio o se sienta “parte de” algo frente al discurso audiovisual.

Por las características que posee la televisión, se constituye en uno de los principales medios que permiten la difusión de la globalización de la cultura, puesto que puede provocar que millones de personas del mundo estén recibiendo el mismo mensaje al mismo tiempo a través de una sola cadena televisiva.

Jesús Martín Barbero, sostiene “el medio que muestra en mayor medida los cambios de costumbres, las modas, los modos de vivir y actuar, etc. Es decir, la televisión pone otro espacio, un espacio del mundo, un espacio global, con tintes locales, con figuras locales de lo global, etc.”

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Hasta su desaparición o hasta ser desplazada por el Internet u otro medio, la televisión continuará siendo el mas importante instrumento de la globalización en la enajenación cultural; las innovaciones tecnológicas conservarán la visión transnacional de la televisión, favoreciendo la circulación sin fronteras de productos, pero también de formatos, personajes, o temas estandarizados que en medio de esta dinámica van afirmando niveles y espacios diversificados de identidad.



CAPITULO III

INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN

Por las características propias de la televisión, ésta ha logrado tener un importante desarrollo a lo largo de su historia hasta convertirse en el medio de comunicación que posee un mayor número de público, lo cual, obviamente ha incidido en el nivel de influencia que posee sobre la sociedad.

3.1 LA TELEVISION Y LA CONDUCTA HUMANA

El ser humano, en el proceso evolutivo se ha ido predisponiendo a actuar y relacionarse de ciertas maneras en determinadas circunstancias.

Resultado de aquella predisposición indistinta, las personas en las organizaciones actuales se conducen y actúan muchas veces de modos que no parecen benéficos para ellos ni para su entorno, debido a las influencias que recibe del medio en el que se desenvuelve, de los avances tecnológicos, de la economía y de los cambios sociales que se van produciendo.

La conducta humana es un medio que le permite al individuo desenvolverse y desarrollarse activamente en sociedad, no sólo como un conjunto de interacciones estímulo – respuesta, sino como una disposición individual frente a determinados estímulos que provocan una respuesta, la misma que va estar sujeta a modificaciones dependiendo del individuo y del medio en el que se encuentre. Por ello, la conducta será diferente en cada ser.

Las distintas concepciones respecto al comportamiento humano se han ido desarrollando a medida que el hombre ha evolucionado. Así han surgido nuevos puntos de vista dados por diferentes filósofos y psicólogos:

Piaget, Wallon y Erikson, hacen un estudio sobre el desarrollo de la conducta humana dividiéndola en cuatro etapas básicas: infancia, adolescencia, madurez e involución, presentando mayor atención al estudio de la resolución de operaciones complejas basado en el cambio de madurez de las personas, es

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



decir, cuanto mayores y más complicadas sean las operaciones que el sujeto puede realizar, mayor será su madurez.

Watson (1913) retoma la definición de los conductistas y establece que “el comportamiento es el conjunto de reacciones objetivamente observables que un organismo, provisto de un sistema nervioso, ejecuta en respuesta a los estímulos del medio”. Vinculando así los estímulos del medio, con las reacciones del organismo, siendo los dos observables y dependientes uno del otro.

Piéron al contrario de Watson, define al comportamiento como la manifestación objetiva de la actividad global de un organismo, como la manera en que un ser vivo recibe las influencias del medio y elabora sus reacciones.

El hombre un ser social en constante interacción en la sociedad que ha convivido en sociedades simples y complejas, sistemas de interacción social igualitarios y jerarquizantes, sociedades subsistenciales y de consumismo. Sin embargo, ha experimentado una evolución de una complejidad tal que se ha traducido en la aparición de una variedad de formas adaptadas de acuerdo con un criterio histórico y económico.

El ser humano al tener una economía productora, generó el incremento demográfico y a la par dio lugar a la aparición de sistemas sociales distintos en los que se establecen jerarquías funcionalmente diferentes que marcaron el comienzo de las desigualdades.

El comportamiento del individuo en sociedad se determina por las condiciones de adaptación al medio y por las conductas individuales que se influncian unas a otras, con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida, pero no necesariamente aquella influencia ha de ser para el colectivo, puesto que cada uno de estos ha de procurar en primer término la satisfacción de sus necesidades particulares.

El avance o retroceso de una sociedad está necesariamente determinado por patrones de mentalidad y de comportamiento psicosocial, en donde los medios de comunicación juegan un papel decisivo.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



Los medios de comunicación ejercen a través de sus contenidos una influencia constante y poderosa sobre la manera de pensar y actuar, para dar lugar a la conservación del orden establecido que se configura en la dependencia interna y externa del subconsciente.

Los medios de comunicación son instrumentos en constante evolución, que se ajustan a la realidad social concreta y se modifican en la medida en que el individuo cambia sus patrones conductuales.

Ese nexo entre los medios y la conducta de las personas ha permitido que el mensaje de la ideología dominante, se convierta en un factor decisivo del comportamiento del individuo, al punto que los... "sujetos globalizados... -de hoy en día- son seres anónimos, sin rostro ni identidad, que conviven rodeados de millones de gentes que caminan indiferentes, insensibles al drama humano. Cada uno más preocupado en su tarea de sobrevivir"¹⁶

La opinión pública en ocasiones recibe tal cantidad de informaciones que es incapaz de reconocer cuales son erróneas y cuáles no, cuales están manipuladas y cuáles no, es esta hiperinformación que sitúa al individuo en el punto inverso al que creía estar ubicado, es decir, el receptor de ese enorme flujo informativo no tiene capacidad suficiente como para asimilar y procesar de manera apropiada la información que le llega, es decir no es capaz de discriminar lo bueno de lo malo, y por ende su conducta frente a determinadas circunstancias va a variar y a ser modificada.

Herbert Blumer realizó el primer estudio sobre el efecto de los medios en la persona y formuló la conocida Teoría de La Bala Mágica, llamada también teoría de la Inyección Hipodérmica, que sostiene que los mensajes de los medios afectan directa y cuantificablemente al comportamiento de los individuos.

¹⁶NARVAEZ, Mauro. "Ideología de los medios en el Ecuador". Material de apoyo. Pág. 32.



Potter, dice en cambio, que... “ no tiene en su dinámica interna, inclinación alguna por mejorar al individuo o impartir cualidades de utilidad social. No tiene objetivos sociales, como tampoco relación social en su influencia”

Más tarde en los años sesenta Marshall Mc Luhan estableció con la frase “El medio es el mensaje”. La televisión constituye un fenómeno fundamental en la historia del mundo ya que hace retornar a la sociedad a sus orígenes tribales y crea una “aldea global” de personas que utilizan los medios para comunicarse, Mc Luhan nunca estableció pruebas sobre la investigación, pero su planteamiento aun sigue siendo materia de debate.

La televisión es un medio omnipresente en la vida social, a pesar de que las nuevas tecnologías como el Internet avanzan de una forma vertiginosa. Crea modelos, estereotipos o patrones que son asumidos por la colectividad como normas de conducta, así por ejemplo, la imagen difundida sobre el canon de belleza en las pasarelas de moda más prestigiosas del mundo, se convierte en el modelo a seguir por millones de jóvenes en todo el mundo, llegando a crear casos de anorexia nerviosa o bulimia. “*Cultura global*” que se impone como un estereotipo de belleza y aprobación social, que establece en líneas generales que *quien no se ajusta al estereotipo difundido por los medios, está fuera del círculo de las oportunidades a nivel social, económico, etc.*

Igualmente la posesión o uso de determinados bienes o servicios creados por la publicidad como referente de status social, lleva a pensar que si se conduce tal o cual vehículo, o si viste una determinada marca obtendrá una gran autosatisfacción personal y un elevado grado de aprobación social (cultura de marca).

3.2 CONTENIDOS TELEVISIVOS.-

La televisión cuenta con múltiples y de los más variados formatos, pero para analizar los contenidos en un sentido más amplio y sobre todo para evitar caer en la particularidad del estudio, necesariamente tomaremos como referente a las funciones de esta que son la informar, formar y entretener.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



No necesariamente va desligada una función de otra, en la mayoría de los contenidos se contrastan entre sí las dos primeras funciones con la de entretener.

La función de informar se evidencia en emisiones de noticieros diarios y de micro-informativos que tienen algunas características:

- Duración de 30 a 120 minutos o de micro-informativos de 1 a 15 minutos por emisión, que no llegan a representar ni siquiera el treinta por ciento del total del tiempo que estas tienen al aire.
- La información que se publica es generalmente manejada en el sentido de la *política del medio* que consiste en difundir todo lo que no perjudique a los intereses del medio en cuestión.
- El contenido noticioso está compuesto por lo que a criterio del director del noticiero o informativo es más importante o digno de publicarse.
- La estructura de la noticia o nota informativa al ser producto de la construcción humana, no es completamente objetiva o imparcial.
- La información *novedosa* que presentan, generalmente está vinculada a la difusión de la cultura global anteriormente tratada (farándula, moda, espectáculos, etc.)

La función de formar incluye programas cuyos contenidos son dirigidos a públicos específicos, para tratar de ampliar el nivel de conocimientos de una persona frente a un tema; las características de esta función en cuanto a contenidos son:

- Mayor presencia en la televisión pagada que en la pública debido a que es la menos rentable en cuanto a beneficios económicos y la que generalmente –debido a la mala producción- cuenta con menor rating.
- Su espacio de tiempo aire no es fijo, hay cadenas mundiales en la televisión pagada que lo hacen todo el día, pero en el caso de las estaciones comerciales no sobrepasan las 120 horas diarias.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



- El conocimiento transmitido al público posee, en la mayoría de los casos, las ideas del discurso dominante de arribismo, pasividad social, desarrollismo, bienestar individual, etc.

Finalmente, el entretenimiento es indudablemente el que se apodera de la mayor parte del espacio televisivo debido a que posee las características ideales para garantizar los fines de la televisión -que hace referencia Francisco Iglesias en líneas anteriores- en medio del actual orden. Estas son:

- Cubren no menos del 60% del espacio de tiempo aire de las estaciones televisivas.
- Incluye todo lo concerniente a series, *reality shows*, novelas, caricaturas, música, cine, programas y transmisiones deportivas, programas cómicos, de cocina, familiares, de farándula, etc.
- Posee un elevado nivel de audiencias, debido a que la mayor parte de las personas usan la televisión como un medio de distracción.
- Al carecer de producción propia debido a su elevado costo, la mayor parte de esta programación es importada de las grandes transnacionales productoras de los conocidos enlatados culturales.
- Los contenidos de la programación son muy diversos y están dirigidos a la amplitud del público y por tanto buscan la homogeneidad en la conducta social.
- El discurso dominante que prima en la producción importada -en su mayoría norteamericana- , refleja la clara pretensión del emisor de darle primacía a la cultura dominante que se muestra como la cultura global.

La publicidad que en su mayoría se presenta en los medios comerciales o televisión pública o abierta, ha de entenderse en medio de la función informativa que los ofertantes realizan a través de una serie de estrategias con el objetivo de dar a conocer un producto. Es menester mencionar que en la mayoría de los casos se incita a la compra de productos que nada tienen que

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



ver con las necesidades mediatas o inmediatas de las personas, es decir se incita a la cultura del consumo o consumismo.

Más allá del cambio generacional en la forma de hacer televisión (contenidos), que se desarrolla gracias al avance tecnológico y la pericia con la que cuentan los periodistas, publicistas y técnicos de hoy; la función implícita de legitimar al orden establecido que contiene el mensaje televisivo es una permanente. Como lo dice Armand Mattlert “Todo se mueve, pero nada cambia en la sociedad de consumo”.

El nivel de intencionalidad de cada uno de los mensajes que llegan a través del televisor, es, en definitiva algo muy complejo de determinar para el televidente común, puesto que incluso el mismo emisor podría ser un tipo culturalmente alienado que mecánicamente construye dicho mensaje.¹⁷

Joseph Klapper ex miembro de la USIS (Entidad norteamericana dedicada a la propaganda, penetración y espionaje), plantea algunos efectos de los medios de comunicación, como la resistencia de las personas a cambiar las ideas establecidas, que se traduce en la conservación del status quo; el monopolio de la propaganda subliminal norteamericana, que no posee adversario alguno que contrarreste esta tendencia pro-capitalismo y que mas bien refuerza las ideas basadas en el lucro; refuerzo del sistema mediante el predominio de contenidos de entretenimiento que genera pasividad social, entre otras.

Estos efectos son fácilmente percibibles, por ejemplo, al momento de decidir electoralmente el candidato *mejor conocido* es aquel que ha logrado construir y reforzar una imagen ideal de sí mismo en el imaginario del electorado mediante el uso de los medios de comunicación.

El ejemplo anterior nos revela la forma en que asuntos relacionados a la política son reducidos a superficialidades, que llevan a la persona a un desinterés generalizado sobre asuntos de política, fomentando así el apoliticismo que degenera en una escasez de capacidad crítica frente al verdadero origen de la problemática social.

¹⁷ Ej.- La presentadora del programa de modas in, el crítico de cine, el actor latino que representa el papel de un narcotraficante, el periodista que opina sobre la crisis económica mundial, etc.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



García Luengo (2009), dice que la orientación de los medios... “hacia planteamientos más amarillistas, sensacionalistas, espectaculares y negativos, se ha interpretado como uno de los principales causantes de los sentimientos de alejamiento de los ciudadanos con respecto al proceso político en general”.

El nivel de incidencia de la televisión sobre los individuos, hace evidente la relación que existe entre el sistema predominante y los contenidos televisivos. El individuo se adapta a la forma que presente el sistema en la medida en que los medios de comunicación se ajusten al mismo convirtiéndose en sus portavoces; es así que en el actual proceso de globalización, el individuo mediatizado se convierte en un depositario consciente o inconsciente de la cultura global.

Por tanto, se construye a seres humanos ajustados a las ideas globales del mundo que se mueven por *el poder* o por *el tener*, más que por *el Ser* en sí.

3.3 ALIENACION EN LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL.

En el proceso de globalización capitalista, la cultura de los pueblos es producto de una transformación que se evidencia en las distintas prácticas sociales que desarrolla el individuo.

Tanto la persona, que es objeto, como la que se constituye en el sujeto de esta transformación cultural, son individuos que generalmente no tienen una conciencia plena de la forma en que se apropian y difunden las ideas que dan lugar a la conservación del status quo. Este ser que actúa inconscientemente se constituye en el individuo alienado.

La alienación, enajenación o extrañamiento es un fenómeno que fue tratado inicialmente por Hegel, y luego por Feuerbach y Marx. Aquí, una síntesis que recoge los principales elementos del tratamiento de este tema por cada uno de estos autores:

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



1. Hegel, en su obra *La Fenomenología del Espíritu* plantea que el espíritu o idea absoluta es el sujeto en su esencia, que en primera instancia no tiene consciencia de sí mismo, se exterioriza, se aliena o enajena, poniéndose a sí mismo como naturaleza y perviviendo como espíritu. La naturaleza para Hegel no tiene historia, el espíritu sí. Para llegar hasta sí mismo tiene que atravesar todo un proceso de saltar obstáculos que le pone la naturaleza y la historia del espíritu hasta llegar a sí mismo -auto conocerse- luego de un largo proceso.

En este proceso un pueblo elegido protege el devenir del espíritu, y aterriza en él y sus representantes no son más que un instrumento: Alejandro Magno, Napoleón Bonaparte etc.

Esto se da hasta llegar al Estado Moderno en el que termina su devenir y se realiza a sí mismo, el proceso de alienación termina con la historia - para Hegel- con el Estado prusiano.

2. Feuerbach, en “*La Esencia del Cristianismo*” toma su concepto de enajenación o alienación de Hegel, para describir cómo funciona la conciencia del hombre, la misma que no puede estar limitada como está el instinto del animal que no llega al nivel de conciencia, es decir, el ser humano puede pensar más allá de los límites, en la idea y el concepto de lo absoluto.

Con su conciencia ilimitada llega a pensar en lo existente o lo inexistente; la alienación es algo que el hombre hace de sí, porque trasciende a sí mismo, atraviesa su horizonte propio de sí, para convertirlo en infinito.

La alienación -empero- no concluye allí, sino que asciende a la consideración del producto del hombre: el concepto absoluto no le pertenece a sí, sino que se convierte en algo fuera de él, producto de ésta alienación que toma cuerpo en el proceso histórico del hombre.

En tal sentido, el hombre no creó a Dios sino Dios al hombre, en esto se resume la alienación propiamente dicha de Feuerbach, pero lo que



sucede es que al poseer dicha conciencia ilimitada, el Hombre ha creado a Dios: Homo Homini Deus (El hombre del Hombre es el Dios).

3. Carlos Marx, en “El Capital”, y en “Manuscritos económicos filosóficos de 1844”, conserva buena parte de los criterios de Feuerbach, respecto a la religión, y la alienación que llega a sufrir el hombre por lo que llegó a sostener que así como el opio sería un enajenante mental del individuo, “la religión, es el Opio del Pueblo”.

Lo fundamental en Marx respecto a la alienación es que el hombre trabaja en la naturaleza y la transforma transformándose a sí mismo, como una situación natural. Con el apareamiento de la propiedad privada, el sujeto no trabaja como antes para su sobrevivencia sino para la sobrevivencia de otros y para la acumulación. En el capitalismo la acumulación no tiene fin, y el mismo hombre se convierte en mercancía.

La plusvalía que el individuo genera va para otro y no para sí, hace que el hombre vea y acepte esto como normal, lo cual implica que en el mismo proceso de trabajo se aliene y sirva como herramienta y parlante en la consecución de los fines de dominio de la clase dominante. Por eso, para Marx hay distintas formas de alienación: productiva, social, ideológica, etc.¹⁸

Tanto para Marx como para Hegel, un sujeto es producto de alienación cuando no se posee a sí mismo, cuando la actividad que realiza le anula, le hace salir de sí mismo y convertirse en otra cosa distinta a la que él mismo propiamente es, que lo hace comportarse de un modo contrario a su propio ser.

De los distintos tipos de alienación que plantea Carlos Marx, la principal es la económica, puesto que de ella se derivan los otros tipos de alienación, ésta se da como consecuencia de la estructura socioeconómica que descansa en la propiedad privada.

¹⁸ El trabajador cree que, como el capitalista posee “*legítimamente*” los medios de producción, tiene una pretensión o un derecho fundado para apropiarse de su trabajo. *Es natural que el amo se lleve una parte de la cosecha: es el dueño de la tierra, al fin y al cabo.*



Transformación Cultural.-

Toda forma de alienación procurará la conservación de la estructura socioeconómica establecida y creará las condiciones para que las nuevas formas que surjan de tal estructura sean asumidas en la medida en que permitan la consecución de este objetivo.

La alienación de la que es objeto el individuo a través de los medios de comunicación, es justamente la ideológica, la misma que cumple el papel de crear en el individuo alienado una falsa conciencia¹⁹, una representación inadecuada de la realidad a fin de que sus públicos consideren naturales y por tanto justificables e inevitables sus condiciones de vida.

La cultura de los pueblos al constituirse en lo que Taylor –vid supra- define como el... “todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y todas las otras disposiciones y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que es miembro de una sociedad”, hace evidente el papel determinante que cumple la alienación ideológica en el proceso de transformación cultural; es decir la cultura es el reflejo del proceso de alienación del que ha sido objeto la sociedad.

La televisión, en tanto medio de comunicación, es un sujeto alienante que incide directamente en el cambio, alteración o modificación de los patrones culturales de las sociedades, conduciéndolas a una transformación cultural orientada a legitimar al sistema capitalista en la forma que se presente.

La cultura globalizada que hoy se expresa en distintos aspectos de la vida cotidiana, es el resultado del proceso de alienación ideológica desarrollado a partir de la década de los noventa con la globalización, donde los medios de comunicación se han convertido en su principal difusor.

¹⁹ Vicente Romano en “Medios de Comunicación, pensamiento único y falsa conciencia”, hace referencia a esta expresión en el sentido en que la gente “no sólo no tiene conciencia de su situación, sino que tiene una falsa conciencia de la misma”.



CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES.-

La influencia de la televisión en el proceso de mundialización cultural, está determinada en la medida en que un mensaje sea cual sea la forma que presente este, lleve en su contenido un nivel de carga ideológica que permita en una u otra medida servir a los intereses de la clase dominante.

De acuerdo con el modelo del conflicto social, los medios de comunicación se convierten en un medio de producción en propiedad del aparato ideológico de la clase dominante, cuya existencia refleja todo un proceso dialéctico de contraposición de intereses en cuanto a la posesión y manejo de las conciencias de la clase explotada.

Tomando en cuenta la cobertura y por tanto el nivel de audiencias que posee la televisión en relación a otros medios de comunicación, éste cuenta con un elevado nivel de incidencia en su público, mismo que al transmitir una programación mayormente importada de las grandes transnacionales capitalistas de la televisión, se convierte en un medio que legitima y difunde la mundialización de la cultura,

Las políticas económicas implementadas en el mundo capitalista a partir de la Caída del Muro de Berlín en 1989, determinaron la llegada de la globalización como una nueva forma de hacer política, como también de hacer frente a las ideas de cambio social en el mundo, en tal virtud, los efectos sociales provocados son cada vez mas latentes en las expresiones culturales de los pueblos que han sido objeto proceso de mundialización cultural.

Los contenidos televisivos, en el formato que se presenten, son en su mayoría productos culturales que alienan políticamente al individuo y resultado de aquello, tanto el emisor como el receptor del mensaje –en la mayoría de los casos- no poseen conciencia plena del papel que juegan en el proceso de apropiación de cultura global en la adopción de esquemas culturales ajenos.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



La alternativa que se presenta a esta pérdida o desgaste de la identidad cultural de los pueblos es la Interculturalidad, la misma que se fundamenta en un reconocimiento, respeto y promoción de la diversidad cultural de los pueblos, pero la misma es incompatible con el actual modelo, puesto la globalización apunta hacia la consolidación de una cultura única o global que tiene como matriz a la cultura dominante que por *las propias condiciones de libre competencia* están por encima de las subalternas.

4.2 RECOMENDACIONES.-

Dentro de este estudio se ha procurado hacer una síntesis teórica de la influencia de la televisión en medio del proceso de globalización o mundialización de la cultura, en tal virtud, se recomienda el uso de esta información en cuanto sea aplicable al fenómeno mismo de estudio, es decir, a la televisión en el actual proceso, de lo contrario podría conducirnos a una versión deformada de la realidad.

Al estudiar el fenómeno de la alienación, procurar entenderlo desde el punto de vista del proceso de inapropiación de la que es objeto el individuo, indistintamente de toda idea previa, pues, esto llevaría al apasionamiento característico de temas como la existencia de Dios, religión, etc.

A los profesionales y estudiantes de la Comunicación Social, permitirse ver un poco más allá de los límites que este sistema ha puesto como barreras para controlar la conciencia de los individuos, y, entender que la objetividad en el periodismo no es posible porque se trata de una construcción humana y el individuo por naturaleza muestra siempre una predisposición hacia algo, incluso antes de conocerlo y peor aún, al ser objeto de alienación ideológica.

Informarse, estudiar, investigar mas a profundidad sobre la alienación y los efectos de la televisión en la conducta de los individuos para en primer termino poder llegar de una mejor manera a los públicos, y a su vez para desenmascarar al sistema que de múltiples formas nos oprime y reprime

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



consiente y subconscientemente para aceptar las actuales estructuras sociales o stablishment.

Tener una actitud crítica y positiva para lograr transmitir a un mayor número de personas sobre la enajenación de la que somos producto en el proceso en el que asumimos como propia la ideas de que todo es global y nada es local.



GLOSARIO

Alienación.- Enajenación, o extrañamiento, circunstancia en la que vive toda persona que no es dueña de sí misma, ni es la responsable última de sus acciones y pensamientos. Marx, es la condición en la que vive la clase oprimida en toda sociedad de explotación, en toda sociedad que admite la propiedad privada de los medios de producción.

Apropiación.- Proceso por el que pasa la conducta de las personas, donde adquiere y asume como suya la idea de otro.

Audiencia.- Acto de recibir a un soberano, jefe de estado o persona importante a alguien para escuchar lo que tenga que decir.

Audiovisual.- Aplicase a los medios de información y educación basados en imágenes y sonidos.

Estereotipo.- Opinión o concepción muy simplificada de algo o alguien.

Hegemonía.- Supremacía de un estado sobre otros u otros.

Homogéneo.- Pertenece a un mismo género, dicese del compuesto cuyos elementos son de la misma naturaleza o condición

Ideología.- Conjunto de ideas, creencias y módulos de pensamientos que caracterizan a un grupo clase, religión, partido político.etc. Estudio de ideas para fundamentar el saber humano.

Imperialismo.- Política nacional expansionista desde el punto de vista de la anexión territorial o del dominio económico de zonas clave.

Monopolio.- Privilegio exclusivo de un individuo o grupo para vender o explotar un bien determinado en un territorio concreto.

Plusvalía.- Aumento de valor de una cosa por causa extrínseca a ella.

Status Quo.- Posición o prestigio económico social de un grupo sobre otro.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



BIBLIOGRAFÍA

- AMIR, Samin, "El Capitalismo en la era de la Globalización", s.e, 1998.
- BARBERO, Jesús Martín, "Por otra Comunicación", España, Editorial Icaria, 2005.
- BIAGI, Shirley, "Impacto de los Medios", California, 4ª edición, Thomson Editores, 1999.
- BUITRON, Rubén Darío, ASTUDILLO, "Periodismo por dentro", Ed. Quipus CIESPAL, 2005.
- CARLÓN, Mario, "Sobre lo televisivo", la filosofía clásica alemana", Medellín, 2ª edición, Editorial Oveja Negra, 1976.
- CASTELLS, Manuel, "Movimientos sociales urbanos", México, 5ª edición, Editrial Siglo XXI, 1979.
- FERNANDEZ, Maria, "Globalización y Medios de Comunicación", México, 2008.
Buenos Aires, Ed. La Crujía, 2004.
- CASSETTI, Franceso y Federico di Chio, "Análisis de la Televisión", Barcelona, tercera edición, Editorial Paidós, 1999.
- COSTE, Nathalie, "Romper las cadenas", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1990.
- DE FLEUR, Melvin, "Teoría de la Comunicación de Masas", Barcelona, 5ª edición, Paidós, 1993.
- DE MORAES, Denis, "Por otra Comunicación", Barcelona, Editorial Icaria, 2005.
- ECO, Umberto, "Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas", Barcelona, Editorial Lumen, 1973.
- ENGELS, Federico, "Ludwing Feuerbach y el fin de
- GARCIA, Néstor, "Políticas Culturales en América Latina", México, Ed. Grijalbo, 1987.
- HEGEL, Friedrich, "Fenomenología del Espíritu", México, Fondo de Cultura Económica, 1971.
- IGLESIAS, Francisco, "La Televisión Dominada", Madrid, Ediciones Rialp, 1990.

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



LOPEZ, Ana, "Inventario de medios de comunicación en América Latina y el Caribe", Ecuador, Ed. Quipus, 1993.

MARX, Carlos, "Manuscritos Económicos-Filosóficos de 1844", México, Ed. Grijalbo, 1968.

MARX, Carlos, "La Ideología Alemana", Buenos Aires, Ediciones Pueblos Unidos, 1985.

MATTELART, Armand, "Diversidad Cultural y Mundialización", Barcelona, Editorial Paidós, 2006.

NARVAEZ, Mauro, "Ideología de los medios en el Ecuador" 2007.

PEREZ, Miguel Ángel, "El mensaje publicitario y sus lenguajes", Instituto de la Publicidad, España, 1979.

STIGLITZ, Joseph, "El malestar en la Globalización", Madrid, Editorial Taurus, 2002.

SILVA, Ludovico, "La alienación como sistema", Caracas, Alfalid Ediciones, 1983.

TOFFLER, Alvin, "El Cambio de Poder", España, Litografía Roses, 2a edición, 1990.

Varios Autores, "Revista Chasqui No. 24", Editorial Quipus- CIESPAL, 2006.

WOLF, Mauro, "Los efectos sociales de los media", España, Editorial Paidós, 1994.

comunicacion.idoneos.com

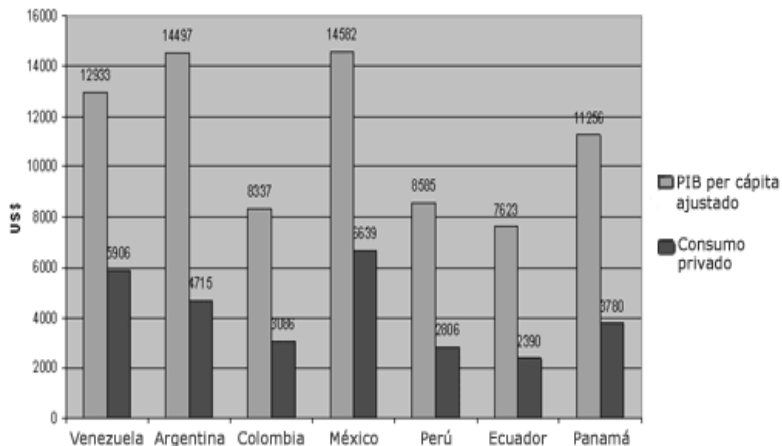
www.rebelion.org

www.googleacadémico.com



ANEXOS

1) Relación producción-consumo en A. Latina (Consumismo)



*Fuente: CEPAL, FMI, Cálculos propio

2) Hogares que tienen televisión en A. Latina.-.

Porcentaje de hogares que tienen televisor en el 2008

Bolivia	...
Brasil	95,0
Colombia	88,0
Costa Rica	94,0
Ecuador	83,0
El Salvador	84,0
Guatemala	...
Honduras	...
Mexico	93,0
Nicaragua	...
Panamá	...
Paraguay	85,0
Peru	72,0
Republica Dominicana	...
Uruguay	94,0
Venezuela	...

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



[A] OSILAC - CEPAL: Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. : Sistema de Información Estadístico de TIC

3) Consumo de Internet en A. Latina

[A]/a		Año								
Pais		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Argentina	
Bolivia	<input type="checkbox"/>	4.0	...	3.0	...
Brasil	<input type="checkbox"/>	...	9.0	10.0	11.0	12.0	14.0	17.0	20.0	24.0
Chile	<input type="checkbox"/>	8.0	13.0	19.0
Colombia	<input type="checkbox"/>	5.0	6.0	6.0	7.0	7.0	13.0
Costa Rica	<input type="checkbox"/>	4.0	5.0	7.0	10.0	10.0	12.0	15.0
Ecuador	<input type="checkbox"/>	4.0	2.0	...	7.0
El Salvador	<input type="checkbox"/>	1.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	4.0
Guatemala	<input type="checkbox"/>	1.0	2.0
Honduras	<input type="checkbox"/>	1.0	2.0	1.0	2.0	...
Mexico	<input type="checkbox"/>	...	6.0	7.0	...	9.0	9.0	10.0	12.0	14.0
Nicaragua	<input type="checkbox"/>	0.0	0.0
Panama	<input type="checkbox"/>	8.0	9.0	...
Paraguay	<input type="checkbox"/>	1.0	...	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	3.0	6.0
Peru	<input type="checkbox"/>	...	0.0	1.0	1.0	1.0	2.0	3.0	6.0	7.0
Republica Dominicana	<input type="checkbox"/>	3.0
Uruguay	<input type="checkbox"/>	...	13.0	14.0	14.0	13.0	13.0	13.0	16.0	23.0
Venezuela	<input type="checkbox"/>	2.0	2.0	2.0	...	6.0	...

OSILAC - CEPAL: Observatorio para la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. : [Sistema de Información Estadístico de TIC](#)

AUTOR:

WILMER HEREDIA LOAYZA



4) Cuadro comparativo entre Hegel y Marx sobre de la Alienación.

LA ALIENACIÓN EN HEGEL Y MARX				
significado común				
<i>sujeto escindido: el sujeto perdiendo su propio ser, convirtiéndose en algo contrario a su propia esencia</i>				
diferencias				
	<i>sujeto de la alienación</i>	<i>causa de la alienación</i>	<i>muestra de la alienación</i>	<i>superación de la alienación</i>
HEGEL	la Idea (Dios)	teológica	la existencia de la Naturaleza como algo distinto a la propia Idea	la autoposesión de la Idea en su existencia como Espíritu
MARX	la clase oprimida	la existencia de la propiedad privada	la existencia de clases sociales	abolición de la propiedad privada, las clases sociales y la explotación del hombre por el hombre

Tomado de:

http://www.webdianoia.com/contemporanea/marx/marx_fli_alien.htm