

# **¿Medios globales o globo mediado? Hacia una reconceptualización de los estudios sobre la comunicación**

Josep Seguí  
Universitat Oberta de Catalunya  
[jseguid@uoc.edu](mailto:jseguid@uoc.edu)

## **Resumen.-**

La globalización y la comunicación mediada ejercen una influencia definitiva en la construcción de identidades y culturas. También en su destrucción. Las tensiones y conflictos son comunes en ambos procesos. La contestación a los proyectos globales de homogeneización es patente y activa; y sus métodos, fuente de inspiración y conocimiento para el científico social. La creciente nomadización facilitada por los *media* nos permite pensarnos y construirnos de una forma nueva al tiempo que nos duele alejarnos de nuestras cómodas micro-comunidades. Los que llamo *micro media* son también agentes de este nuevo imaginario.

Sobre todo ello se reflexiona en este artículo. Partiendo de la reflexión y del análisis de la literatura el autor propone una discusión en torno a los retos metodológicos que se plantean a la ciencia social.

## **Palabras clave.-**

Globalización. Comunicación mediada tecnológicamente. Identidad. Cultura. Internet. Nomadización. Metodología.

## **Introducción.-**

“Es razonable pensar que la multiplicación de las máquinas de información afecta y afectará a la circulación de los conocimientos tanto como lo ha hecho el desarrollo de los medios de circulación de hombres primero (transporte), de sonidos e imágenes después (media).” (Lyotard, 1994, pág. 15)

“‘Acontecimiento mediático’: esta expresión de nuestros días puede parecer un neoplasma. Si tenemos la sensación de que siempre está ocurriendo algo en alguna otra parte, es porque estamos ‘informados’ de ello, como se suele decir. Desde ese momento nos preguntamos (aunque la respuesta sea incierta) qué distancia tomar, qué punto de vista hay que retener, qué oreja hay que tapar para discernir, detrás del estrépito y el estruendo de la actualidad, el ropaje disimulado y los cuchicheos de la historia en marcha.” (Augé, 2001, pág. 15)

“La Virgen de Guadalupe no significa lo mismo para los chicanos que para el Papa” (Zires, 2001, pág. 6)

La Psicología Social viene interesándose desde hace tiempo por las interacciones entre la comunicación humana y la globalización. Consideramos, por un lado, que la comunicación está a la base de la construcción del *Yo*. Por otro, sabemos que las interacciones fruto de aquélla formulan la realidad social, hoy global. No en vano Ken

Gergen hablaba en el año 1991 de cómo la andanada de estímulos sociales configuran nuestra cotidianeidad,

*“As I examined my own life, the experiences of those close to me, and commentaries on recent social history, one answer stood out: technological change. The technological achievements of past century have produced a radical shift in our exposure to each other. As result of advances in radio, telephone, transportation, television, satellite transmission, computers, and more, we are exposed to an enormous barrage of social stimulation. Small and enduring communities, with a limited cast of significant others, are being replaced by a vast and ever-expanding array of relationship.”* (pág. IX).

No podemos obviar cómo esos avances tecnológicos –esos medios- influyen en la socioconstrucción comunicativa de la vida y el mundo.

El juego de palabras con que titulo este artículo tiene su razón de ser, ¿qué fue antes, los medios o lo global? Creo que la interacción entre ambos conceptos es tan íntima que la respuesta a esta pregunta resulta más que compleja. Sin la enorme expansión que han experimentado los medios de comunicación en los últimos años hoy no estaríamos hablando de globalización. Pero, al mismo tiempo, si las diferentes culturas –y sus pobladores- no hubiéramos sentido esta especie de necesidad de salir de nuestras pequeñas comunidades –necesidad seguramente ancestral- tampoco los *media* se hubieran desarrollado como lo han hecho.

Los medios de comunicación dependen enormemente de la tecnología (Ihde, 1990). Y es mi idea que cada sociedad –y cada etapa histórica- dispone de las máquinas que necesita. Nuestros abuelos no hubieran sabido qué hacer con un ordenador, como muchos de nosotros no sabemos usar una azada. En este sentido, no creo en la determinación tecnológica de las culturas. Entiendo más bien que cultura, comunicación y tecnología se construyen en una amalgama social simbólica –pero también práctica- de artes, imaginarios, necesidades sociales y esperanzas de futuro; en la confianza de una vida mejor. No me son ajenas las ideas de la Escuela de Toronto (Innis, 1951; McLuhan y Powers, 1989; De Kerckhove, 1995; 1997) en el sentido de que la evolución cultural está basada en los avances comunicacionales. Ni la de Ingrid Volkmer (1999, pág. 1) de que *“such a ‘global world culture’ is shaped by –communication”*. Pero eso no quiere decir que una forma de comunicarse sea más eficaz que otra, ni que –por consiguiente- una cultura sea superior a otra. Son las necesidades cotidianas de transformar el mundo hacia esa vida mejor a que me he referido las que nos han hecho siempre inventar nuevas tecnologías. Tecnologías instrumentales, por supuesto, y –sobre todo, por su mayor potencia constructora y transformadora de la realidad- comunicacionales.

En este breve artículo trato sobre esa amalgama social simbólica, configurada en torno a conceptos como la internacionalización, la universalización, la transnacionalización y la globalización; las culturas y las identidades en el espacio global; los conflictos interculturales; las tecnologías digitales; y –finalmente, pero no por ello menos interesante- las nuevas formas de pensar en torno a las formas nuevas de comunicar.

### **Internacionalización, universalización, globalización y comunicación mediada.**

La internacionalización de cualquier quehacer humano tendría que ver con el establecimiento de relaciones en planos más o menos equilibrados a nivel de estados-

nación. Una nación exporta su cultura –u otros bienes de consumo- y comercia con otra. Cuando esa *otra* se convierte en *otras* o, mejor, en *todas* las naciones, podemos hablar de universalización. El comercio de las naranjas que se producen en el País Valenciano es *internacional*. Se venden naranjas a otros países; y se compran otros productos. La paella es un plato conocido *universalmente*.

Hace siglos (Volkmer, 1999) que los humanos comerciamos internacionalmente. Los universos simbólicos locales –en su desconocimiento de la existencia de otros, hasta hace poco- existen desde siempre. Comerciar y transmitir los valores culturales universales de una comunidad son actividades propiamente humanas que se posibilitan gracias a la comunicación, a los medios de comunicación, desde la puramente oral a la electrónica y digital. La comunicación internacional y universal necesita dos factores: tiempo y espacio, especialmente el primero. Ninguna de las dos son inmediatas. Y esa es la característica, precisamente, que las distingue de la comunicación global.

La globalización (Caputo, 1997; Castells, 1999) está basada fundamentalmente en la inmediatez, en la velocidad con que suceden los intercambios. Los medios utilizados para comunicarse (y ninguna actividad humana, económica y/o cultural, es posible sin hacerlo) en la sociedad global son inmediatos, en tiempo real. Y permiten, además, la introducción en lo local sin desplazamientos espaciales (Volkmer, 1999).

Hamid Mowlana (1996, pág. 194), observa diez dinámicas en el campo de la comunicación internacional, todas ellas interesantes, pero entre las que destaco la que hace referencia a la progresiva desaparición de los estados-nación, “*The erosion of national sovereignty and traditional forms of state power and the rise of transnational*”. El autor advierte que este es uno de los puntos de partida de la comunicación internacional hacia la global y que ninguna de ellas, ni la universal, son lo mismo.

Lo curioso es que la universalización de la comunicación se convierte en la globalización mediante la hegemonía de las formas de hacer del etnocentrismo occidental, construido sólidamente sobre los pilares culturales de las naciones de Europa y los Estados Unidos de Norteamérica. Y digo que resulta curioso por la evidente poca tradición e historia cultural del país americano. Pero también porque diferentes analistas coinciden en considerar que Europa “... ha sido durante la mayor parte del tiempo un pequeño suburbio del complejo afroeurasiático” (Filali, 1998, pág. 2); “... *Which had never been the “center”, and which, during its best times, became only a “periphery”*” (Dussel, 1998, pág. 5)

Los occidentales, a pesar de lo comentado por Abdú Filali y Enrique Dussel, nos consideramos el centro del mundo; quizás un poco más que los orientales, los musulmanes, los africanos o los latinoamericanos, por citar algunas de las grandes culturas. Es preciso reconocer que la nuestra –una vez superado el oscurantismo de la laguna medieval gracias a la Ilustración, ahora también superada- posee un grado de plasticidad (Eco, 1962) del que no disfrutaban otras. La razón, probablemente, es de orden puramente simbólico: hace ya siglos que no nos movemos por motivos de fe. Pero ello no creo que nos de derecho a pensar que estamos en el centro del universo. La relativa facilidad con que la cultura occidental hace suyas muchas características externas no le autoriza a imponer códigos de comunicación universal –constructores de identidades privadas e institucionales-; a generalizar –globalizando- el capitalista “*transnational*

*corporatism*” (Miyoshi, 1998, pág. 259) y lo que Armand Mattelart (1996) llama el *prêt a porter* ideológico.

Ideología –“¡extremadamente primitiva!”, siguiendo a Samir Amin (1997, pág. 92)- del capital global materializada a través de la transnacionalización económica, que se sustenta en la volatilidad de los capitales (Sennett, 1998; Rifkin, 2000) y que tiene su máxima expresión en la llamada macdonalización,

*“La circolazione e il successo mondializzato di elementi di cultura popolare quali la Coca-Cola, Dallas, McDonald’s e Pokémon confermano alcuni dei nostri contemporanei nell’ipotesi dell’omogeneizzazione planetaria delle culture: sedimentandosi nei contesti locali, a poco a poco essi ne soffocherebbero creatività e tradizioni specifiche. Tale ‘processo di saturazione’ finirebbe per rendere la ‘periferia’ X culturalmente ‘indistinguibile dal centro’”* (Rossi, 2003, pág. 33).

Los antropólogos Néstor García Canclini (1999) y Arjun Appadurai (1996) –cada uno desde sus diferentes universos culturales- coinciden en afirmar que la globalización –a todas luces imparable- no tendría por qué suponer un proceso de homogeneización de las culturas del mundo. Proponen más bien una profundización en el análisis de lo local, lo nacional y lo mundial contrapuesto al pensamiento único occidental que trata de imponerse desde diversos sectores, algunos aún simbólicos –religiosos-; otros políticos –claramente conservadores-; y, los más, económicos. El conservadurismo político y el retroceso del imaginario colectivo de la mayor parte de las corrientes religiosas cristianas se instrumentalizan y materializan al mismo tiempo a través de los medios de comunicación *masivos* –que no tanto *de masas*- mediante la concentración del poder económico en cada vez menos manos, como acordamos en el debate mantenido recientemente en este curso. El liberalismo totalitario que permite esa concentración salió enormemente reforzado tras la caída –en el vacío, traumática y sin alternativas- de los regímenes comunistas occidentales a principios de los pasados años 90. La fuerza del poder del dólar –y ahora del euro; también la del yen japonés-, su movilidad transfronteriza, parece imponer sin trabas su dictadura –la explotación de los recursos y de las personas- a los países periféricos, antes del tercer mundo. Fuerza ideológica primitiva y homogeneizadora que muestra ser capaz de no dejar títere con cabeza.

Sin embargo, algo parece estar moviéndose en el entorno global. Los nuevos movimientos sociales de contestación –muchos de ellos basados en medios de comunicación *micro*, como Indymedia-. La enorme movilidad de personas y bienes de producción y consumo que están haciendo cambiar totalmente los supuestos económicos y sociales que hasta ahora nos mantenían atados a la centralización del trabajo y a la seguridad del entorno comunitario y vecinal. Y –sobre todo- los flujos de información. Todo se debate entre el control panóptico de los medios de comunicación centrales del transcápital y los multidireccionales; y cómo la gente común nos apropiamos de ambos, cómo los usamos en la construcción de nuestras identidades y culturas.

### **Identidades, comunicación, culturas...**

La cuestión de las identidades es una de las más polémicas en los estudios culturales, antropológicos y psicológicos. Definir la identidad –tanto a nivel microindividual como macrosocial- tiene enormes dificultades.

Diversas identidades culturales muestran diferentes puntos de vista en cuanto a la realidad social, a la simbólica y a la comunicacional, las tres totalmente interdependientes. La ya citada tendencia a la homogeneización no puede quedarse en la mera constatación de un hecho. Es preciso profundizar en su análisis. Este artículo no lo pretende, pero sí, al menos, formular algunos apuntes en esa línea.

Mowlana (1998) caracteriza la cultura islámica como problemática en cuanto a las relaciones entre el estado y la comunidad, lo que genera una auténtica crisis de identidad, agravada al entrar en contacto con los medios de comunicación europeos. Los *media* modernos -de transporte físico (el tren, el avión) y simbólico (la radio, la televisión, el teléfono)- se han introducido al mismo tiempo que los clásicos -basados en la lectoescritura; el libro, la prensa escrita-. Ninguno de ellos tiene un mayor peso específico que otro y se introducen en aquella cultura sin renunciar al intercambio comunicativo tradicional en las mezquitas y otros lugares públicos de reunión. Esa crisis de identidad a que se refiere Mowlana parte de la europeización de algunas comunidades islámicas que, aún manteniendo gran parte de sus tradiciones, van abandonando muchos de los supuestos más fundamentalistas del Corán y la Sharia. Es suficiente acceder al canal -de capital privado- 2M tv de Marruecos, o a las televisiones de Argelia o Egipto, para comprobar cómo muchos de los símbolos -modos de vestir, música, fútbol- y formas de hacer -telenovelas, telediarios, concursos, series de producción propia- típicamente europeos se han incorporado a su imaginario colectivo, conviviendo con otras fórmulas sociales más tradicionales. Resulta interesante también acceder a la cadena internacional Aljazeera.

Más lejano en el espacio, el asianismo es visto por los occidentales como un espectáculo, según Leo Ching (2001). Un espectáculo a consumir a través del turismo, los reportajes de televisión o el cine. Un espectáculo dramático en ocasiones. Como el tsunami del pasado mes de Diciembre. Asia parece ser -lo era hasta el desastre referido- el destino ideal de cualquier turista *aventurero*, de la mayor parte de parejas de recién casados. Tailandia y Bali han sustituido a otros destinos exóticos de América Latina. El turismo de lujo y también el llamado sexual parecen dirigir, asimismo, hacia allí sus vuelos. Las mejores fuentes de información sobre aquellos países tan lejanos las encontramos en internet: en las páginas web de las agencias de viajes.

García Canclini (1990) analiza el fenómeno de la hibridación al estudiar la reciente historia cultural de América Latina. Antes me he referido a las telenovelas como típicas formas de hacer televisión en Europa. Sin embargo, sus inventores fueron las cadenas latinoamericanas. No en vano, dos de las más potentes a nivel global tienen su origen en aquel continente: Televisa en México y O Globo en Brasil, muy próximas -a nivel de producción y consumo- a las grandes productoras estadounidenses: CNN, MTV, Fox. El antropólogo mexicano reconoce, no obstante, que la ubicación exacta de todas estas cadenas es difícil de determinar. Gracias a la tecnología, hoy pueden estar emitiendo desde cualquier lugar del mundo en función de los costes, por ejemplo, de mano de obra.

Margarita Zires (2001, pág. 1) introduce un elemento de reflexión en cuanto a la apropiación que las personas hacemos de los mensajes mediados,

“¿Acaso por el hecho de que millones de miradas estén viendo una misma imagen, todos ven lo mismo y se produce el mismo fenómeno? Evidentemente el acto de mirar

‘lo mismo’ tantas personas no es irrelevante, ni mucho menos, pero no se puede reducir, como a veces sucede, a una macrointerpretación.”

Y muestra la tensión entre la homogeneización cultural y la diversificación en América Latina, perfectamente reflejada en su cita que reproduzco al inicio de este artículo.

Esa tensión es la que se construye entre lo global y lo local, dando lugar a un nuevo concepto sociológico: la glocalización. Ulrich Beck (1997) habla, siguiendo a Roland Robertson, de la “*intensificación de dependencias recíprocas* más allá de las fronteras nacionales” y de que “las globalizaciones *presentes* y las globalizaciones *conscientes* y *reflejadas en los medios de comunicación* son también dos caras de un mismo proceso.” (pág. 77; cursivas en el original). Lo local es ya *glocal* como apropiación del imaginario global que se hace consciente y, por tanto, se muestra a través de los medios. Todo ello es fruto de la fragilidad de lo local en los dos sentidos que le da Appadurai (1996): a) la corrosión del contexto en que se produce materialmente la vecindad y b) la subrogación de lo local vecinal a procesos de jerarquización organizacional.

Lo esencial, en este punto, es, siguiendo a Beck (1997) que la glocalización “...abre y configura el horizonte mundial en la producción transcultural de mundos significativos y de símbolos culturales.” (pág. 77-78). Lo local se integra en una interacción multicultural con la amplitud del mundo. ¿Significa esto la progresiva pérdida de las microidentidades sociales locales en un mundo absolutamente dominado por el transcapital y las marcas publicitarias globales? Posiblemente...

Lo local –como producto de lo vecinal- pierde cada vez más su sentido en lo global. Y más aún cuando la única garantía institucional de su pervivencia –el estado-nación- está en serio peligro de desaparecer, manteniendo únicamente su función como defensor del orden de poder de los intereses transnacionales.

El estado-nación pierde hegemonía política y simbólica gracias a la transnacionalización del capital, pero también a la movilidad de las personas y la información. La legítima soberanía y el isomorfismo de la gente y los territorios –usando palabras de Appadurai (1990)- amenazan también su consistencia. Las interacciones internacionales en la globalización son asimétricas por lo que, según el analista chileno Dante Caputo (1997) es necesario reforzar el estado-nación para poder subsistir en un entorno globalizado. Manuel Castells (1999), sin embargo, afirma que el estado actual es rehén de los flujos globales, aunque se están generando nuevas articulaciones sociales no exentas de riesgos de exclusión (pág. 7),

“La globalización, en su encarnación actual de capitalismo informacional desregulado y competitivo, supera a los estados, pero articula a los segmentos dinámicos de las sociedades en todo el planeta, al tiempo que desconecta y margina a aquellos que no tienen otro valor que el de su vida”

¿Y las naciones sin estado? Su subsistencia es, probablemente, más difícil a medio y largo plazo. Naciones como Catalunya o el País Valenciano –sin una estructura estatal independiente, a pesar de sus gobiernos autonómicos- ven día a día peligrar sus identidades que, hasta ayer se debatían con la idea de españolidad o europeidad y hoy tienen que hacerlo con la de globalidad. Más complicado lo tiene la segunda, con una autopercepción histórica e identitaria *débil* frente a la *fuerte* de la primera, bailando entre una identificación radical (de raíces) cultural con la catalanidad y una largamente

impuesta desde el centro del estado español. A este respecto es interesante analizar los diferentes enfoques de sus televisiones autonómicas, una de cuyas misiones fundacionales es, precisamente, el mantenimiento de las identidades diferenciales de sus nacionalidades. Mientras el uso del idioma catalán –la lengua, factor de fuerte auto-identificación especialmente en las comunidades pequeñas como las que estoy tratando- en TV3 y Canal 33 (Catalunya) es absoluto, una gran parte de la programación de Canal 9 (primer canal valenciano; no tanto en la segunda cadena, Punt 2) es en castellano.

Andreas Huyssen (2001) mantiene la hipótesis de que cuanto más amenazada se ve la memoria cultural de una comunidad más se refuerzan las estrategias de memorización pública y privada. Los *media* no son inocentes tanto en las fórmulas de amenaza como en las de refuerzo identitario. Siempre tienen una intención en función de quién los controla. Naciones con una autopercepción fuerte –como la catalana- utilizan los medios como refuerzo. Otras, más débiles, ven cómo su identidad es amenazada y se deteriora cada día más. En los casos que ejemplifico los propietarios de las cadenas son los gobiernos autonómicos. En Catalunya los políticos –sea cual sea su signo; derecha o izquierda; CiU o tripartito- parecen tener muy clara la defensa de la identidad comunitaria y nacional. En el País Valenciano, con gobierno de un partido centralista como el PP, la memoria histórica y cultural diferencial no parece tener mucho valor.

Un breve repaso de algunas grandes culturas –la islámica, la asiática, la latinoamericana- me ha llevado a pensar sobre dos más pequeñas y más próximas –la catalana y la valenciana-, incluyendo en ambos casos reflexiones sobre los *media*. Trabajar ahora sobre el conflicto me parece ineludible.

### **¿Conflictos interculturales? ¿Contestación global?**

La comunicación es siempre retórica (Billig, 1987; Gergen, 2004). Siempre tiene una intención manipulativa, intención de que alguien haga algo. Es inevitable que en el quehacer comunicativo humano surja el conflicto, tanto a nivel micro como macro.

Catalunya y el País Valenciano viven en constante conflicto con el estado español, en una continua reafirmación de sus señas de identidad (más fuertes o más débiles) y a la búsqueda de mayores cotas de autonomía.

Si la comunicación fuera sólo información, transmisión de conocimiento, los conflictos interculturales –o internacionales- deberían tender a anularse, en tanto que parece ser que cuanto más se conoce al otro, más se le aprecia. Sin embargo, no hay evidencia empírica de que esto sea así. Más bien al contrario, cuantos más avances en los medios de comunicación, más conflictos aparecen. Cuando la manipulación comunicacional llega a extremos como el de la imposición de unas formas de vida, por ejemplo, política como la democracia, a determinadas naciones –Afganistán, Irak- (además de otros intereses, como sabemos), el conflicto desemboca en violencia declarada, como también sabemos. El DVD de la película de Michael Moore, Fahrenheit 9/11 incluye como extras algunos reportajes en los que se muestra cómo era la vida cotidiana antes de la invasión occidental de Iraq. Podemos afirmar, con todas las consecuencias y también con toda la relatividad del término, que era *normal*, a pesar del embargo y los continuos bombardeos desde la guerra del Golfo.

"Queréis afirmar la Diferencia e, incluso, si lo he entendido bien, defender el derecho a la Diferencia. ¡Pues qué bien! No pedíamos tanto. Sí que nos habéis ayudado a

aclarnos... Ya no diremos que tal raza es superior a tal otra -se acabó el racismo de papá-, diremos simplemente que es diferente. ¿No es la modernidad el respeto a la Diferencia? ¿Queréis un estado lo más reducido posible? No sabéis hasta qué punto estamos de acuerdo... Ya es hora de que el Estado-providencia adelgace un poco: no es necesario estar demasiado corpulento para ser un vigilante nocturno eficaz. ¿Hasta cuándo vamos a seguir agotándonos para mantener bajo perfusión a la Seguridad Social y a la Educación nacional? ¿Habéis dicho nomadismo y movilidad?... También en esto os sorprenderá nuestra audacia: nuestras empresas van a empezar a "nomadizarse" - disculpad el neologismo- más deprisa que vuestros trotamundos más aguerridos. Evidentemente, en Nueva York, París o Londres, habrá un poco más de gente en las aceras. Pero, después de todo, ¿no es lo que ocurre en Nueva Delhi, Caracas o Sao Paulo? ¿Por qué los países ricos tendrían que ser privilegiados?" (Châtelet, 1998, pág. 54)

El texto del filósofo francés Gilles Châtelet refleja a la perfección el espíritu de la globalización capitalista. Sin duda. Pero hay otras voces.

Edgar Morin aplaude en un artículo de 1999 el surgimiento en Seattle de una resistencia a la homogeneización mental y cultural. Y esa ciudad - y los actos de protesta que allí hubo frente a la reunión de la World Trade Organization- dieron lugar a un movimiento difuso y universal de contestación global y electrónica (también física: Génova, Barcelona, Laussane...), fuertemente apoyado y mediado por la organización Indymedia.

El terrorismo islámico internacional –cuya historia no es reciente, pero alcanzó su máxima expresión criminal, y también simbólica, el 11-S y el 11-M- puede ser visto en cierto modo como una reacción defensiva ante las agresiones constantes que algunos estados-nación de aquella cultura sufren desde hace años. En ningún caso es justificable, pero un artículo de Edward Said –“Barbarians at the Gates”- parecía estar advirtiendo el año 1999 de que lo que sucedió podía suceder, de no cambiar la política exterior de los Estados Unidos de América contra aquéllos países. Las consecuencias del terrorismo externo se dejan notar, además, en un refuerzo del control interno facilitado por el estado... ¿en beneficio de quién?

Desde las alturas del propio imperio globalizador surgen voces disidentes. Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía en el año 2001, ex-vicepresidente del Banco Mundial, exconsejero del Fondo Monetario Internacional, exconsejero del expresidente norteamericano Bill Clinton y defensor de la liberalización económica, dice que "se han pasado". Hace días lo ví por la CNN diciendo que el capitalismo global, en su ánimo desregulador, en sus prisas liberalizadoras fundamentalistas (2001) ha superado todos los límites razonables. También dice que se ha perdido el sentimiento de decencia y de justicia social y observa que los países periféricos (antes del tercer mundo) están cada vez más enfadados (2002).

Países, estados-nación, comunidades, vecindades, identidades,... periféricos en los que "*Marginality is becoming universal*" (De Certeau, 1984, pág. xvii). Revitalización de los ciclos de protesta antisistema, terrorismo externo e interno, críticas desde las alturas del propio imperio...

Algo más se mueve globalmente.

## Medios digitales y nomadización

Hasta ahora he venido poniendo ejemplos de comunicación basados en los *mass media*, especialmente la televisión. Para trabajar con los medios digitales es preciso retomar mi teoría de los *micro media*, para diferenciarlos de los masivos. El teléfono móvil e internet facilitan un tipo de comunicación distinto a los medios tradicionales. Sus características diferenciales fundamentales son a) que la comunicación no es masiva e indiscriminada; y b) posibilitan la interacción multidireccional. Su influencia en nuestras vidas, aunque según Mowlana (1996) no deben subordinarse a la tecnología en sí, es enorme.

La mediación electrónica y digital facilita la migración. El mundo es cada vez más pequeño no sólo en un sentido imaginativo (Appadurai, 1996), sino físico. Imaginar que uno puede estar allí, facilita que uno termine por ir allí. El antropólogo propone cinco paisajes diferentes, aunque inter-relacionados, fluidos e irregulares, en el universo electrónico,

- Paisajes étnicos. De personas.
- Paisajes técnicos. De tecnología.
- Paisajes financieros. Que facilitan la movilización de capitales.
- Paisajes mediáticos. Información.
- Paisajes de ideas.

Todos ellos comparten la característica de ser espacios reales contruidos con bits y que configuran gran parte de nuestra realidad cotidiana. No son sólo productos imaginarios, sino bienes de consumo electrónico, eso sí, volátiles y dispersos. Appadurai (2001) encuentra que su discurso es "*...dangerously dispersed*" (pág. 2) y los caracteriza como objetos en movimiento que incluyen ideologías, gente, ideas, bienes, imágenes, mensajes, tecnologías y técnicas. Encuentra un aspecto positivo -que comparto- en cuanto a que son motor de la imaginación de las personas, en tanto fuente de información multivariada; aunque nos advierte de los peligros de que los movimientos del capital sean independientes del control de los estados.

Todo eso y más -conectividad, innovación, flexibilidad (García López, 2003)- es la comunicación global.

Una microetnografía de la vida social nos acerca al ciudadano *glocal* y *glocalizado*. Todos los paisajes *appadurianos* le conectan con un mundo en el que también juega su papel. La vida en red ya no se limita a unos márgenes físicos muy determinados -el vecindario, la comunidad, la nacionalidad- sino que se procesa en la macro-urbe, en el sentido de Manuel Delgado (1999) de relajación de los controles sociales, frente a lo comunal, a lo insertado en las coordenadas del tiempo y del espacio; y donde todo el mundo se conoce. Tener un espacio propio en la ciudad global es alargar la identidad, eternecer la vida. Es la ilusión de que alguien, en algún lugar del globo, antes o después dedicará un cuarto de hora a las fotos, a las poesías, a todas las cosas más que la gente ordinaria insertamos en nuestras páginas web personales, en los *weblogs*, en nuestros

currículums, en nuestras historias de vida antes privadas, ahora públicas, "*The implications of ordinary people as content creators go far beyond merely providing content. In an interactive medium like the Internet, people expect to participate, (...), allowing them to be seen and heard.*" (Evans, 2001, pág. 223).

La globalización en sí facilita y promueve la migración de las personas (Mittelman, 2000) a la búsqueda de mejores condiciones de vida. Migración física y electrónica que genera la "*Cosmopolitaness*" global (Jeffres et al., 2004, pág. 3), la vuelta a formas nómadas de organización tribal y el cambio de los márgenes institucionales e imaginarios, "*As the margins change, the contents of all forms of human organization change. As a result, we are experiencing a dramatic shift in our sense of locale, identity, time, values, ethics, etiquette, and culture*" (Meyrowitz, 2003, pág. 97).

Ben Davis (1995) observa cómo las nuevas formas de comunicación se alejan de los viejos modelos industriales y sociales. El ordenador, el teléfono móvil, se convierten en máquinas de conocimiento, "*Mechanisms for exploiting multimedia conditions*" y "...*generating new economics and the means to model those economies.*" (pág. 250), al tiempo que la audiencia se hace más activa y selectiva (Mowlana, 1996).

La comunicación audiovisual como *mass media* está cambiando rápidamente. El público exige a los medios tradicionales lo que ya recibe de los *micro*: inmediatez, interacción. ¿Nos acercamos a la desaparición de los medios, digamos, clásicos? Creo que no. En los próximos años vamos a asistir a cambios importantes en la tecnología y su conceptualización. Si miramos un momento hacia el pasado vemos que la televisión, por ejemplo, o las formas de distribución del cine –vídeo, DVD- han cambiado enormemente. Los cambios seguirán.

Y, si los cambios tecno-comunicativos siguen, también tendrán que cambiar nuestras formas de acercarnos –como científicos sociales- a su estudio y análisis.

### **Discusión: hacia nuevas formas de análisis de la comunicación mediada y globalizada**

Appadurai (1996, pág. 187) manifiesta que necesitamos "...*a strong theory of globalization from a sociocultural point of view*" que nos permita analizar las nuevas intertextualidades incorporando las que ya conocemos; que atienda tanto a las actividades comunicativas locales como a las globales. Saskia Sassen (2001) nos alerta de la producción de nuevas espacialidades y temporalidades basadas en los *micro media*.

El antropólogo chileno Francisco Osorio (2002, pág. 1) se pregunta en su acercamiento al estudio de los *mass media* desde su especialidad, "¿Qué estudiar? ¿Qué teoría tengo que usar? ¿Son nuestros métodos normales suficientes?"

Se está haciendo más que patente la necesidad de nuevos métodos en la ciencia social.

Desde la Sociología, la Psicología social, la Antropología o la Comunicología hemos usado y abusado de técnicas clásicas, tanto cuantitativas como cualitativas. Las encuestas, los cuestionarios, la estadística –tecnologías *duras* propias de los métodos cuantitativos- tienen un grave problema en sus análisis y representaciones de la realidad:

esta cambia demasiado deprisa. Construir un indicador sociométrico es muy laborioso. Aplicarlo y analizarlo también. Y, una vez hecho, lo más probable es que la realidad social que hemos investigado haya cambiado tanto que el resultado de nuestro trabajo ya no sirva para nada.

La observación participante, la entrevista semiestructurada o en grupo, el estudio de caso, la historia de vida –tecnologías cualitativas- dependen en exceso de la interpretación subjetiva del investigador, por lo que corren el riesgo de derivar en literatura.

Se hace precisa una reconceptualización de los métodos tradicionales de análisis y la búsqueda de nuevos métodos. Pero antes es necesario saber qué queremos investigar. Ahora ya no es suficiente con ver cómo funcionan las estructuras de relación humanas o cómo son las conductas de determinados grupos sociales. Ahora estamos hablando de redes de interacción muy difusas y cambiantes. Ya no hay estructura, ya no hay grupo. Afirmaciones como la precedente me han costado no pocos disgustos en alguna que otra interacción académica. Espero que en esta ocasión no sea así.

Hoy una persona de 70 años puede comunicarse como una de 18. Ahora un hombre y una mujer consumen igual, seguramente, *lo mismo*. Un marroquí conduce un BMW y un valenciano come *cous-cous* el domingo, en lugar de la tradicional paella. Los papeles y los roles se están intercambiando. La realidad ya no es lo que era...

Pero hay más: la evidencia de que la participación del científico en la investigación de *lo que está pasando* cambia a su vez lo que está pasando. Los sociólogos, psicólogos, antropólogos y comunicólogos tampoco somos lo que éramos: notarios de los hechos. Ahora, con cada intervención construimos nuevos mundos; cada teoría (¡más teorías, por favor!) evoca nuevos imaginarios, nuevos símbolos.

No quiero que se vea en mis palabras una tendencia hacia la anarquía, el caos intelectual o el nihilismo. Probablemente, nuestras nuevas formas de hacer pasen por una simbiosis –y no ese enfrentamiento actual- entre lo cuantitativo y lo cualitativo, entre la representación y la interpretación. Seguramente hemos de ser capaces también de integrar otras formas de pensar que estamos aprendiendo de otras culturas; dialogar con ellas con la mente abierta a otras posibilidades de razonar, de entender y explicar las cosas, de hacer ciencia.

El camino –y la discusión- es apasionante.

### **Conclusión.-**

El Informe McBride (ver Esteinou, 2004; Gómez, 2004) en torno al nuevo orden de la información y comunicación cumplirá 25 años el próximo mes de Octubre. Las conclusiones del mismo no eran muy esperanzadoras. Proponía 7 bases para la mejora de la situación, bases que copio de Gómez (2004, pág. 2),

- Respeto a las identidades culturales y acceso a las fuentes para toda la sociedad.
- Eliminación de desequilibrios y desigualdades.

- Libertad de prensa e información.
- Supresión de los efectos nocivos de los monopolios.
- Flujo libre y equilibrado de la información.
- Pluralidad de fuentes.
- Respeto del derecho de todos los pueblos a participar en los intercambios internacionales de información.

Los dos autores citados coinciden en señalar que no sólo no se ha solidificado ninguna de estas bases, sino que la situación ha empeorado.

En el año 77 no se hablaba de globalización, ni los medios de comunicación que teníamos a nuestra disposición eran los que son ahora. Ni una ni los otros parecen haber hecho gran cosa por esa mejora de la vida humana a que me he referido en este artículo. En ningún caso voy a afirmar que cualquier tiempo pasado fue mejor, ni que la tecnología no favorece una mayor calidad de vida. Pero será preciso ponernos a trabajar urgentemente en ver por qué ni la globalización ni los medios de comunicación participan en mejoras a nivel global y qué podemos hacer al respecto. Para ello hemos de usar las metodologías clásicas que tenemos a nuestra disposición. También las nuevas que sea necesario.

Las aspiraciones de este artículo no eran muy ambiciosas. He trabajado de forma teórica, aunque usando algún que otro ejemplo práctico, con el fin de situar qué es lo que queremos investigar y cuál es nuestro marco de acción. También cuál es nuestra responsabilidad como científicos, como constructores de nuevas realidades.

“La humanidad no está en ruinas, está en obras. Pertenece aún a la historia. Una historia con frecuencia trágica, siempre desigual, pero irremediamente común.” (Augé, 2003, pág. 19).

Josep Seguí  
València, 15/05/2005.

### **Bibliografía.-**

- Amin, Samir** (1997/1999): *El capitalismo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Appadurai, Arjun** (1996): *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appadurai, Arjun** (2001): “Grassroots globalization and the research imagination”. En Appadurai, Arjun (ed.), *Globalization*. Durham & London: Duke University Press.
- Augé, Marc** (2001): *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa.
- Augé, Marc** (2003): *El tiempo en ruinas*. Barcelona: Gedisa.
- Beck, Ulrich** (1997/1998): *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Billig, Michael** (1987/1996): *Arguing anf thinking. A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Caputo, Dante** (1998): “Globalización y estado nación”. En *Progreso global*.  
<http://www.globalprogress.org/castella/seminarios/dcaputo.html>. Fecha de revisión enlace: 11/05/2005.

- Castells, Manuel** (1999): "Globalización, identidad y estado en América Latina". En *Temas de Desarrollo Humano Sustentable*. Chile: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Châtelet, Gilles** (1998/2002): *Vivir y pensar como puercos. De la incitación a la envidia y el aburrimiento en las democracias de mercado*. Toledo: Lengua de Trapo.
- Ching, Leo** (2001): "Globalizing the regional, regionalizing the global: mass culture and asianism in the age of late capital". En Appadurai, Arjun (ed.), *Globalization*. Durham & London: Duke University Press.
- Davis, Ben** (1995/1997): "Wheel of culture". En Barrett, Edward y Redmond, Marie, *Contextual media. Multimedia and interpretation*. Cambridge: The MIT Press.
- De Certeau, Michel** (1984/1988): *The practice of everyday life*. London: University of California Press.
- De Kerckhove, Derrick** (1995/1999): *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- De Kerckhove, Derrick** (1997/1999): *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa.
- Delgado, Manuel** (1999): *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama.
- Dussel, Enrique** (1998): "Beyond eurocentrism: The world-system and the limits of modernity". En Jameson, Fredric y Miyoshi, Masao (eds.), *The cultures of globalization*. Durham & London: Duke University Press.
- Eco, Umberto** (1962/1984): *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-De Agostini.
- Esteinou, Javier** (2004): "El rescate del Informe Mc Bride y la construcción de un nuevo orden mundial de la información." En *Razón y Palabra*, núm. 39.  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n39/jesteinou.html>. Fecha de revisión enlace: 15/05/2005.
- Evans, Andrew** (1991): *This virtual life. Escapism and simulation in our media world*. London: Fusion Press.
- Filali Ansary, Abdú** (1998): "Globalización y participación de la periferia". En *Progreso global*.  
<http://www.globalprogress.org/castella/seminarios/filali.html>. Fecha de revisión enlace: 11/05/2005.
- García Canclini, Néstor** (1990/2001): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- García Canclini, Néstor** (1999): "Opciones de políticas culturales en el marco de la globalización". En *Innovarium*. <http://www.innovarium.com/Políticas/polcultglobalizacion.htm>. Fecha de revisión enlace: 11/05/2005.
- García Canclini, Néstor** (2002): "Globalizarnos o defender la identidad ¿Cómo salir de esta opción?" En *Innovarium*.  
<http://www.innovarium.com/Teorias%20de%20la%20Cultura/Nestor%20Garcia%20Canclini/Globalizarnos%20o%20defender%20la%20identidad.pdf>. Fecha de revisión enlace: 11/05/2005.
- García López, Noel** (2003): "La globalització". En García López, Noel et al., *Psicosociología de la vida urbana: marginació, exclusió i violència*. Barcelona: Fundació per la UOC.
- Gergen Kenneth J.** (1991/2000): *The saturated self. Dilemmas of identity in contemporary life*. New York: Basic Books.
- Gómez, María Rosa** (2004): "Del cielo por asalto a las décadas perdidas". En *Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires*.  
[http://www.observatorio.org.ar/rev3/r3\\_mcbride.htm](http://www.observatorio.org.ar/rev3/r3_mcbride.htm). Fecha de revisión enlace: 15/05/2005.
- Huysen, Andreas** (2001): "Present pasts: media, politics, amnesia". En Appadurai, Arjun (ed.), *Globalization*. Durham & London: Duke University Press.
- Ihde, Don** (1990): *Technology and the lifeworld. From garden to earth*. Bloomington & Indianapolis: Indiana University Press.
- Innis, Harold A.** (1951/2003): *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Jeffres, Leo W.; Atkin, David J.; Bracken, Cheryl Campanella; Neubdorf, Kimberly A.** (2004): "Cosmopolitanism in the internet age". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (1), article 2.
- Lyotard, Jean-François** (1994): *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- Mattelart, Armand** (1996/1998): *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, Marshall; Powers, B.R.** (1989/2002): *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Meyrowitz, Joshua** (2003): "Global nomads in the digital veldt" En, Nyíri, Kristóf (ed.), *Mobile democracy. Essays on society, self and politics*. Vienna: Passagen Verlag.
- Mittelman, James H.** (2000): *The globalization syndrome. Transformation and resistance*. Princeton: Princeton University Press.
- Miyoshi, Masao** (1998): "'Globalization', culture, and the university". En Jameson, Fredric; Miyoshi, Masao (eds.), *The cultures of globalization*. Durham: Duke University Press.

**Morin, Edgar** (1999): "El siglo XXI comenzó en Seattle". En *El País*, 10/12/1999.

**Mowlana, Hamid** (1996): *Global communication in transition. The end of diversity?* California. SAGE.

**Mowlana, Hamid** (1998): "Covering Islam: Media and its impact on Muslim identity". En *Insight, Islamic Political Views*, <http://www.insight-info.org/politics/ItemList.asp?SubjectID=38&SubjectTitle=Viewpoints%20of%20%20Professor%20Mowlana&CategoryID=10&CategoryTitle=Hamid%20Mowlana>, Fecha de revisión enlace: 08/05/2005.

**Osorio, Francisco** (2002): "Propuesta para una antropología de los mass media." En *Cinta de Moebio*, núm. 13. <http://www.moebio.uchile.cl/13/frames09.htm>. Fecha de revisión enlace: 12/05/2005.

**Rifkin, Jeremy** (2000): *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

**Rossi, Cristina** (2003): *Antropologia culturale. Appunti di metodo per la ricerca nei 'mondi contemporanei'*. Milano: Guerini Studio.

**Said, Edward** (1999): "Barbarians at the gates". En *Al-Ahram Weekly*. Iss. N. 420. <http://weekly.ahram.org.eg/1999/420/op2.htm>. Fecha de revisión enlace: 15/05/2005.

**Sassen, Saskia** (2001): "Spatialities and temporalities of the global: elements for a theorization". En Appadurai, Arjun (ed.), *Globalization*. Durham & London: Duke University Press.

**Sennett, Richard** (1998/2001): *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

**Stiglitz, Joseph** (2001): "Hacia un nuevo consenso de 'tercera vía'". En *El País*, 09/05/2001.

**Stiglitz, Joseph** (2002/2003): *El malestar en la globalización*. Madrid: Santillana.

**Volkmer, Ingrid** (1999): "International communication theory in transition: parameters of the new global public sphere." En *MIT Communications Forum*. <http://web.mit.edu/comm-forum/papers/volkmer.html>. Fecha de revisión enlace: 12/05/2005.

**Zires, Margarita** (2001): "Más allá de las concepciones sobre la globalización cultural y el aislamiento de las culturas locales. Tendencias de convergencia y divergencia cultural en América Latina". En *Innovarium*. <http://www.innovarium.com/Politiclas/Globalizacion/Zires%20globalizacion%20cultural.pdf>. Fecha de revisión enlace: 11/05/2005.

## **Web.-**

**Aljazeera en árabe:** <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/2798469E-8290-4C1A-9560-51AEBFCB09BA.htm>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**Aljazeera en inglés:** <http://english.aljazeera.net/HomePage>.

**Indymedia:** <http://www.indymedia.org/es/index.shtml>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**O globo:** <http://oglobo.globo.com/online/default.asp>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**Radiotelevisión valenciana:** <http://www.rtvv.es/>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**Segunda cadena de la television marroquí:** <http://www.2m.tv/>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**Televisa:** <http://www.esmas.com/televisahome/>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**Televisión autonómica de Catalunya:** <http://www.tvcatalunya.com/ptvcatalunya/tvcHome.jsp>. Fecha de revisión enlace: 14/05/2005.

**World Trade Organization (WTO):** <http://www.wto.org/>. Fecha de revision enlace: 15/05/2005.

## **Televisión.-**

**2M Marroc:** Dial 316 Digital Plus.

**Canal Argelia:** Dial 318 Digital Plus.

**CNN International:** Dial 67 Digital Plus.

**ESC1 Egypt:** Dial 319 Digital Plus.

**RTM Marroc:** Dial 315 Digital Plus.

**TV7 Argelia:** Dial 317 Digital Plus.

## **Otros.-**

**Gergen, Kenneth J.** (2004): Social construction, relational theory, and change practices Workshop. Philadelphia 3-6 June, 2004.

**Moore, Michael** (2004): DVD Fahrenheit 9/11. Cameo Media.