



Límite

ISSN: 0718-1361

revlimite@uta.cl

Universidad de Tarapacá

Chile

Rodríguez Ponce, Emilio; Palma Quiroz, Álvaro  
EDITORIAL. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN  
Límite, vol. 7, núm. 25, 2012, pp. 5-8  
Universidad de Tarapacá  
Arica, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83624079001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## EDITORIAL

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

Según McLuhan, los medios de comunicación masivos junto con transformar la vida de los individuos en la sociedad se han constituido en extensiones de la capacidad de conocer y, por lo tanto, en elementos relevantes para cambiar o moldear las percepciones sobre la sociedad y las relaciones entre los individuos.

Los medios de comunicación son un poder que, a través de sus contenidos difundidos masivamente, son capaces de construir una realidad. En este contexto, la propaganda emerge como un conjunto de acciones organizadas para difundir masivamente ideas, opiniones, valores. Así los núcleos de pensamiento o los grupos con afinidades políticas tienen acceso a una forma de penetrar con sus ideas, valores y actitudes en la sociedad.

Desde esta perspectiva, la comunicación cumple un propósito motivacional y, en consecuencia, se transforma en un medio para justificar, persuadir o incluso estimular la realización de ciertas acciones.

Los seres humanos somos políticos por naturaleza, por lo tanto la comunicación puede ser concebida como un acto de orden político, que va en la búsqueda de establecer relaciones de poder. En la comunicación política intervienen además factores de tiempo, lugar, acontecimientos y, lo más importante, las intenciones de quienes participan en ella dentro de un orden político establecido.

La comunicación política tiene un rol correlacionado con el tipo de sistema al que sirve; así por ejemplo, en una dictadura su papel se verá limitado básicamente a servir como un instrumento del poder establecido; en tanto que en un sistema democrático la comunicación ocupará un rol más central en los procesos de interacción entre los distintos agentes del sistema.

Dado que la política es una ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado, la vinculación entre política y comunicación es permanente. Hoy por hoy, los medios pueden ejercer un poder que sobrepasa las posibilidades de reacción y respuesta del individuo, y en tal sentido la política tiene en la comunicación no sólo un instrumento, sino un medio estratégico para su empleo. En cualquier caso, los medios de comunicación constituyen el canal informático que permite a las personas evaluar las decisiones que afectan a su vida, y que son adoptadas por los grupos en el poder.

De hecho, una comunicación política genera acciones potenciales o reales en los individuos. En consecuencia, la comunicación política tiene como propósito fundamental sistematizar la información que fluye de los gobernantes y gobernados, en un flujo de ida y vuelta. Sin comunicación, la política tendría un alcance restringido, un significado menor, y menores dimensiones para la actuación. El punto es que la comunicación política se refiere a los hechos del poder, pero también de los fines de la vida, de los valores, de las metas de la existencia de la sociedad, de lo correcto e incorrecto.

Con estos antecedentes, es posible establecer las siguientes reflexiones:

- La comunicación política es un proceso interactivo, ya que los distintos actores del sistema pueden actuar y, en conjunto, a través de múltiples flujos de información y realimentación es posible configurar una construcción colectiva de las realidades políticas, sus alcances e implicancias.
- La comunicación política es un proceso de interdependencia que posibilita los intercambios de mensajes y símbolos, es decir, ideas, valores y actitudes de naturaleza política entre los miembros de una sociedad.
- La esencia de la comunicación política son las personas. Sus ideas, sus valores, sus actos, y el mensaje que se construye, en ida y vuelta, tiene como objetivo fundamental incidir o motivar a las personas.
- La comunicación política nace y se hace por y para establecer relaciones humanas, que intentan comprender y explicar los principales elementos políticos que configuran el sistema de poder en la sociedad.

Ahora bien, se puede postular que todo mensaje es el resultado de una interpretación selectiva del emisor. En el proceso de comunicación surgen actitudes éticas, estados de ánimo, convicciones políticas y morales, creencias religiosas, nivel cultural y cultura social. Ningún mensaje informativo puede ser exactamente fiel a la realidad; es decir, no puede ser en sentido matemático objetivo, imparcial, apolítico, neutral e independiente.

Por lo tanto, la comunicación puede ser concebida como una manera de construir y configurar la realidad. Así, los medios de comunicación masivos constituyen instancias que refuerzan la comunicación lingüística y que multiplican las posibilidades de comunicación. Estos medios canalizan de forma unilateral los flujos de comunicación en una red centralizada, del centro a la periferia, de arriba abajo, y pueden reforzar la eficacia de los controles sociales.

Los medios de comunicación pueden monopolizar y condensar los procesos de entendimiento social, aunque, en todo caso, el flujo de información que transmiten no consigue blindarse contra la posibilidad de que los actores lo cuestionen. Los medios de comunicación, lejos de ser perfectamente neutrales, pueden ser un determinante estructural de las formas de pensar, actuar y sentir de la sociedad.

Por otro lado, en la actual sociedad de la globalización es claro que los distintos países y continentes han desarrollado múltiples interdependencias que tienden a unir los destinos de los individuos y de los pueblos. En tal contexto, es válido preguntarse si existen visos de una democracia global o transnacional.

Las respuestas pueden ser múltiples y no exentas de sesgo. Es cierto que la globalización genera componentes referenciales que son asumidos e incorporados culturalmente por individuos de distintas naciones, principalmente por quienes interactúan en redes como Internet. Ahora bien, la cuestión es descubrir si tales componentes culturales constituyen efectivamente una suerte de integración que se suma y nutre con los valores idiosincrásicos de las personas, o si más bien se trata de una especie de colonización por parte de los poderes que controlan los medios de comunicación a nivel mundial.

La inquietud es válida cuando se considera el rol protagónico y la influencia de los medios de comunicación en la sociedad actual. Máxime cuando existe evidencia de un alto grado de concentración en las organizaciones que controlan la mayor parte de los satélites, las telecomunicaciones, la televisión, la radio, Internet, el acceso a la información, la industria cultural y el entretenimiento en todo el mundo.

La comercialización en niveles extraordinarios de todas las actividades y el crecimiento del control corporativo tienen implícito un contenido político que estimula el consumismo, da explicaciones plausibles para la desigualdad de clase, favorece el individualismo, mientras que el activismo político, los valores cívicos y las actividades no comerciales se ven más bien menoscabadas.

En tal contexto, la interrogante es si los medios de comunicación masivos se encuentran en capacidad de producir una auténtica integración global de las civilizaciones y de las culturas.

No existe evidencia acerca de que los medios de comunicación masivos garanticen una comunicación transparente, simétrica e interactiva entre emisores y receptores. En ese marco, es difícil que exista una opinión pública que proporcione al ciudadano común del mundo global acceso a la información y garantice la legitimidad de los procesos de elección y la profundización de la globalización.

Sin embargo, existe una mirada alternativa, ya que para Castells, Internet, el medio de comunicación masivo más representativo y característico de la sociedad de la información, es una creación cultural que refleja los principios y valores de libertad. De esta forma, en la actualidad, en los países democráticos, Internet se consolida como medio de expresión, información y comunicación horizontal entre los ciudadanos y recibe la protección constitucional y judicial de las libertades. Internet, libertad de expresión y democracia se conjugan en la sociedad globalizada, al menos en este tiempo.

Finalmente, parece plausible plantear las siguientes reflexiones:

- En la democracia global, los medios de comunicación son una dimensión fundamental al determinar el mapa cognitivo de los ciudadanos. Ciertamente, existe

posibilidad de réplica o de no aceptación cognitiva de los mensajes generados; pero es indudable que el ciudadano común recibe de los medios masivos una fuente permanente de ideas, valores, actitudes y conocimiento acerca de cómo ocurren las cosas en el mundo.

- Si bien, en términos amplios, los medios de comunicación aparecen abiertos a la sociedad, e incluso Internet es construida con aportes de todas las ideas del mundo, la concentración de medios constituye un riesgo inherente de la sociedad actual.
- La sociedad de la información y del conocimiento no está exenta, o al menos no está garantizada la exención de que la generación de la información tenga alguna especie de sesgo que condicione el accionar y la conformación de ideas y pensamiento en el hombre común.

Rector Emilio Rodríguez Ponce\*  
Álvaro Palma Quiroz  
Universidad de Tarapacá  
Arica, Chile  
erodrigu@uta.cl

---

\* Instituto de Alta Investigación. Universidad de Tarapacá. Casilla 7-D. Arica. Chile.