

AVISO PARA NAVEGANTES

Herbert L. Schiller

• INTRODUCCIÓN

Haciendo honor a su título, este libro lanza una advertencia acerca del desarrollo presente y futuro de las tecnologías de la información, de quiénes las dominan y cuáles son sus objetivos previsibles, centrando la atención en la lucha por el poder mediático. Un escenario en el cual los principales actores son las grandes multinacionales, fundamentalmente norteamericanas, favorecidas por la pérdida de capacidad de acción de los gobiernos nacionales.

Dada la complejidad del fenómeno, se analizan aspectos tecnológicos, políticos, económicos y sociales relevantes para la comprensión del estado actual de la infraestructura de comunicaciones, y que al mismo tiempo permite al autor pronosticar la próxima y preocupante evolución de las condiciones de acceso a la información por parte de los ciudadanos.

• ESTRUCTURA Y CONTENIDO

La obra analizada se estructura en cuatro partes bien diferenciadas: una introducción y tres capítulos, contando el primero de ellos con dos subcapítulos y el tercero con siete. Complementariamente se añaden un glosario y la obligada bibliografía.

En la **introducción**, el autor define las características básicas del capitalismo del siglo XXI y sus principales agentes, las empresas multinacionales, remarcando el papel de las corporaciones multimedia dedicadas a la difusión de productos culturales. Es este aspecto, la capacidad de expansión, uno de los pilares del poder que las nuevas tecnologías otorgarán a quienes controlen infraestructuras y contenidos en los emergentes canales de comunicación. Las referencias se dirigen lógicamente al mercado estadounidense, y a la influencia que éste ejerce sobre el resto del mundo.

Schiller finaliza este apartado con una cuestión candente, sobre la que volverá en el desarrollo de la obra: vista la concentración de poder efectuada por los grupos americanos de la información y, por tanto, su función decisiva en la selección de los contenidos culturales, el autor se pregunta si existen posibilidades de protección del patrimonio propio por parte de las autoridades nacionales.

CAPÍTULO I: Fantasías de las autopistas de la información y realidades empresariales.

En el primer subcapítulo, se nos ofrece una visión general sobre las nuevas olas de la tecnología de la comunicación, caracterizadas por la exagerada promoción de que son objeto y su inmediata utilización para generar beneficios económicos. Partiendo de un análisis de la historia reciente, llegamos a la situación actual, caracterizada por el auge del sector privado en contraposición al descalabro de los estamentos públicos. Esta coyuntura ocasiona un incremento significativo de las desigualdades sociales, y el autor expone sus fuertes críticas a las soluciones propuestas por la administración Clinton, basadas en el diseño de una *Infraestructura de Información Nacional (N.I.I.)*. Una por una, se estudian las promesas ofrecidas y se desmontan las débiles bases sobre las que se asientan. De este modo, Schiller expresa su disconformidad con las nuevas tecnologías como elementos propiciatorios de cambios sociales positivos.

El segundo subcapítulo trata el papel absolutamente preponderante del sector privado en el desarrollo de la mencionada N.I.I. En efecto, ésta se caracteriza por la sustentación casi exclusiva en la inversión privada y la competencia entre entidades empresariales como incentivo para mejorar el servicio prestado y disminuir su coste. Respecto a esta aseveración, se muestran dos contradicciones específicas: la muy escasa validez de las fuerzas de mercado para satisfacer las demandas sociales y la sensible retracción de la competencia producida por la concentración de poder en muy escasos conglomerados empresariales. El autor señala como ejemplo notable de estos problemas la venta, en 1993, de parte del espectro radiofónico norteamericano a grandes compañías privadas.

A raíz de este movimiento privatizador de la información, se nos plantea una nueva cuestión: la regulación del mercado. La competencia ha llevado al sensacionalismo y la uniformidad de contenidos, y los debilitados medios de control público son ineficientes debido a la corrupción y a la propia falta de competencia legal.

Tras esta valoración, el autor propone soluciones: la atención a la diversidad de talentos existentes en una comunidad, la política de subvenciones y la reserva de canales de comunicación públicos.

Finaliza el capítulo tratando otro tema de gran importancia: la consideración del sector audiovisual como objetivo estratégico a corto plazo por parte de las potencias económicas mundiales, y el temor despertado en muchos países por la invasión cultural americana, con la consiguiente influencia en la denominada "conciencia nacional".

CAPÍTULO II: Poder estatal y redes electrónicas universales asociadas.

Según Schiller, el poder real está actualmente en manos de unas pocas megaempresas, que asumen en la práctica las funciones antes asumidas por los gobiernos nacionales. La causa la sitúa en la tendencia global hacia la privatización, una realidad en más de 50 países, que desvía el control, en este caso de los medios de comunicación, a corporaciones con ánimo de lucro, lo cual no garantiza el cumplimiento de las finalidades sociales deseadas. Esta gran capacidad de acción adquirida por el sector empresarial desemboca en el fenómeno de la "comunicación total", entendido como el control de todo el proceso de creación, promoción y distribución de bienes culturales. No extraña, pues, que la "comunicación total" se haya convertido en objetivo a corto plazo para las grandes empresas audiovisuales. Esto produce una intensa lucha entre las mismas, habida cuenta de la magnitud del mercado en disputa, y un intento por parte de los poderosos contendientes de evitar cualquier tipo de vigilancia estatal.

Nuevamente, se incide en la incapacidad de las futuras tecnologías de la información para favorecer el cambio social, dado su previsible carácter privado y el aumento de la desigualdad social que causarán. Para el autor, esta situación puede ocasionar fuertes convulsiones políticas a nivel mundial, y apunta como posible solución la intervención de organismos supranacionales, concretamente la ONU. Sin embargo, matiza pronto esta afirmación, alegando la posición dominante de los EEUU en este y otros escenarios políticos internacionales, y teniendo en cuenta que la posición imperialista parece dominar en los círculos de poder de este país, pretendiendo un liderazgo mundial a través del dominio de las tecnologías de la información.

Citando a Alvin Toffler, se presentan los conceptos de "economía reducto" y "revolución del rico". El primero haciendo alusión a los grandes centros de poder, y el segundo a los deseos de los grupos dominantes de ampliar sus ventajas socioeconómicas.

CAPÍTULO III: El eclipse de la soberanía cultural.

Fruto de los fenómenos antes mencionados, las tecnologías de la información se presentan para Schiller como el eje principal de cambio al servicio de la industria. El futuro sistema global de comunicación será regido por un consorcio de empresas, con la consiguiente erosión del poder de los gobiernos nacionales. Siendo las principales funciones de este sistema la dirección de la actividad económica y la distribución cultural,

podemos hacernos una idea bastante precisa de la magnitud del cambio que se aproxima, y de las repercusiones que tendrá a todos los niveles. Se propone como ejemplo la gran ofensiva multinacional sobre el mercado de la televisión en Asia: el resultado es el desmoronamiento de la soberanía cultural y política en los países "invadidos".

A continuación, se muestra la influencia política de los medios de comunicación, muy evidente en casos como el monopolio informativo mundial ejercido por la CNN durante la Guerra del Golfo Pérsico, con lo cual se transmitió un punto de vista único (norteamericano, por supuesto) para todo el planeta.

Se expone también la peculiaridad del poder mediático frente a otras formas de poder (industrial, militar, político) consistente en una mayor influencia en la conciencia de los ciudadanos. El autor cita a Wriston, según el cual cualquier intento de aislamiento nacional resulta inútil, y no es posible impedir la colonización cultural. Parte de la responsabilidad corresponde al atractivo del producto cultural americano, basado en el dominio de la mercadotecnia y la aplicación de tecnología punta a efectos especiales novedosos.

En el ámbito social se aprecia un fenómeno similar: los grupos sociales de presión pierden el poder que acaparan los grupos empresariales, resultando desvirtuado por completo el debate público. La dependencia casi absoluta de la publicidad hace que los medios privados se conviertan en aparatos ideológicos y mercadotécnicos, y en consecuencia se hallan ausentes los análisis profundos de la realidad.

En cuanto a la globalización aplicada a los medios, se aportan ejemplos como las campañas de penetración en mercados emergentes, con elevados gastos en mercadotecnia y comunicación, que no pocas veces crean graves problemas internos en los países objetivo. Los intentos de estas naciones de combatir la hegemonía americana, originados en los años sesenta y setenta, no han tenido éxito, pese a los muchos apoyos logrados. Sólo en ocasiones, y de forma temporal, países como Francia han logrado acotar el avance de la industria cultural USA. De cualquier modo, la presión americana para eliminar estructuras de control en Europa ha dado sus frutos, impulsada por medidas liberalizadoras que apartan a los Estados de las competencias en materia de comunicación. Este dominio del mercado alcanza también a la selección y formación de los profesionales de los medios informativos, cerrando de esta forma las posibilidades de disensión.

Esta concentración del producto cultural causa costes inmediatos para los trabajadores del sector, especialmente en el caso de la producción cultural autóctona, que no puede competir con los medios de las grandes empresas.

Concluye esta obra Schiller con la afirmación de que los monopolios privados en el sector de la comunicación *"contribuyen a acelerar la crisis de gobernabilidad nacional y mundial. Encauzar con coherencia este dilema es el reto del futuro"*.

• VALORACIÓN PERSONAL

En cuanto a las ideas básicas que presenta esta obra, destacaremos la preocupación por la toma del poder de las multinacionales de la información como un hecho, a nuestro juicio irrefutable, digno de ser conocido por los ciudadanos en general, y muy especialmente por los profesionales de la comunicación. Tal vez la concienciación de esta realidad sea el primer paso para invertir el proceso o al menos encontrar formas de combatir esta hegemonía.

Coincidimos plenamente con el autor en la denuncia de los modos imperialistas norteamericanos, de la sustitución de la búsqueda de la verdad por el diseño de un espectáculo digerible, del mensaje único y las voces sesgadas, de la imposición de falsos valores y, en suma, de la mercantilización del hecho comunicativo. Pero en lo que tal vez podamos distinguir el trabajo de Schiller es en la estremecedora visión de futuro que ofrece, con una red de comunicación única, global, discriminatoria y con ansia de lucro. Nos parece elogiable, asimismo, la cita de Toffler referente a la "revolución del rico", constituyendo una advertencia valiosa acerca

de las intenciones de ciertos grupos.

Sin embargo, y como único punto de parcial desacuerdo, depositamos un voto de confianza en la viabilidad de una comunicación asequible, transnacional, multicultural y en cierta medida, libre. Es posible que continúen existiendo caminos para que una minoría concienciada pueda expresarse sin trabas, y que autores como Herbert L. Schiller puedan informar sobre la información amenazada.