

EL PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA
CONSTRUCCIÓN DE LAS AGENDAS POLÍTICAS INTERNACIONALES A LA
LUZ DE LAS TEORÍAS DE JESÚS MARTIN BARBERO, NÉSTOR GARCIA
CANCLINI, PAUL VIRILIO Y EL REALISMO HEGEMÓNICO DE JOSEPH NYE

FABIAN MAURICIO GERENA REINA

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C., 2012

“El Papel de Los Medios Masivos de Comunicación en la Construcción de Las Agendas Políticas Internacionales A La Luz De Las Teorías De Paúl Virilio, Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Y el Realismo Hegemónico de Joseph Nye”

Disertación de grado
Presentada como requisito para optar al título de
Internacionalista
En la Facultad de Relaciones Internacionales
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Presentado por:
Fabian Mauricio Gerena Reina

Dirigido por:
Mauricio Carabalí Baquero.

Semestre II de 2012

*A mi madre, a mi hermano.. a Orión que siempre nos acompaña con su amor
incondicional*

AGRADECIMIENTOS

Durante este tiempo han pasado por mi vida personas que con su alegría han alimentado mi alma. A ellos les deseo lo mejor y que Dios los ilumine en su camino.

A mi director, por su paciencia, disciplina y comprensión. A la Universidad por brindarme experiencias maravillosas que me han enriquecido como ser humano.

A mí madre: Nancy Reina, y a mi hermano Alex por ser ejemplo de bondad humildad y trabajo. A mi familia y amigos por su amor...

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	6
1.1 LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS EN LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISION A LA LUZ DE GARCIA CANCLINI Y MARTIN BARBERO.	11
2. LA MUNDIALIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	17
2.1 LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LAS AGENDAS POLÍTICAS INTERNACIONALES A LA LUZ DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES.	20
3.3. LA TEORÍA DE BARBERO CANCLINI Y VILIRIO COMO COMPLEMENTO A LA TEORÍA DE JOSEP NYE.	28
4. CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFIA.	

LISTA DE GRAFICOS

Cuadro 1. Análisis Teórico medios Masivos de Comunicación	15
Cuadro 2. Influencia de los MMC en las Agendas políticas Internacionales	24
Cuadro 3. Cuadro Jesús Martín Barbero De los medios a las mediaciones.	29

INTRODUCCIÓN

Comprobar que los medios masivos de comunicación (MMC) influyen en la construcción y establecimiento de las agendas políticas ha sido objeto de estudio por parte de diferentes escuelas de pensamiento de la Comunicación. Sin embargo, a partir de la década de los 80 del siglo XX, los medios masivos entraron a jugar un papel fundamental en el sistema internacional, marcaron un rol determinante en la lucha por el poder y en el establecimiento de la hegemonía del sistema, lo que pasó a ser objeto de estudio de las Relaciones Internacionales.

Posteriormente, con la aparición de las nuevas tecnologías de la información en la década de los 90, el papel de los medios de comunicación tendría una participación mucho más activa, éstos influenciaron rápidamente la política internacional y se convirtieron en un vehículo que buscaría mantener la estabilidad ejercida por los Estados más potentes.

Martha Cabrera profesora e investigadora de línea de investigación Manejo y Resolución de Conflictos del Observatorio de Análisis de los Sistemas Internacionales de la Universidad del Externado de Colombia afirma que los cambios de estas dos décadas “enmarcaron un reposicionamiento de las prácticas de comunicación y de la utilización que de ellas hacen tanto los Estados como de los medios de comunicación globales, que rápidamente generaron efectos evidentes, como por ejemplo la transmisión de conflictos armados”¹.

Por otro lado, Cabrera afirma que estas épocas configuraron un nuevo paradigma caracterizado por volver las intervenciones norteamericanas como un medio para salvaguardar la seguridad mundial. Esto bajo la estructura de la agenda informativa, caracterizada por el uso de imágenes televisivas suministradas por fuentes norteamericanas.² “Las acciones militares en Panamá (1989), Iraq (1991),

1 Ver Cabrera, Martha. “Guerra de imágenes, imágenes de guerra: cuatro eventos mediáticos de la guerra de Iraq”, *Oasis*. No 13. (2007). p. 61. Documento electrónico.

2 Comparar Cabrera, “Guerra de imágenes, imágenes de guerra: cuatro eventos mediáticos de la guerra de Iraq” p. 67. Documento electrónico.

Somalia (1992), Haití (1994), Sudán (1997) e Iraq (1998) se enfocaron en cierta medida bajo el contexto narrativo de la visión norteamericana del mundo”³.

Ahora bien, el escenario en el cual el papel de los medios se empezó a posicionar en la escena internacional fue en La Guerra del Golfo de 1991 considerada como la primera Guerra informática, en donde la televisión transmitió de forma global y en "tiempo real" los sucesos, hechos y acciones de la guerra a nivel internacional, marcando el paradigma del Nuevo Orden Mundial.

Partiendo de los postulados mencionados por Cabrera, esta investigación buscó en un primer momento analizar la influencia de los medios masivos de comunicación en las agendas políticas internacionales a la luz de las teorías de Relaciones Internacionales. Al encontrar que la escuela de pensamiento Realista, enfoque de este trabajo teórico, explica este fenómeno bajo la perspectiva de la teoría de Transición Hegemónica de Joseph Nye, la investigación no tendría un aporte significativo.

Sin embargo, algo que la teoría de Nye no profundizó fue el alcance internacional que han obtenido los medios en las últimas décadas gracias a la aparición de las nuevas tecnologías de la información. Ésta teoría solo menciona el papel que han ejercido los MMC como instrumentos para detentar y mantener el poder entre los Estados, a través del concepto teórico de Soft Power, postula como los medios influyen en la construcción de las agendas políticas internacionales y no el auge que adquirieron éstos en la estructura de la política internacional y en el poder que obtuvieron en la década de los noventa.

Por lo anterior, este escrito teórico ha buscado complementar la teoría del Realismo Hegemónico de Josep Nye, basándose en las teorías de la Comunicación, las cuales permiten afirmar y profundizar los postulados de Nye incluyendo el fenómeno de los medios de comunicación de masas con las nuevas tecnologías.

Dentro de la teoría de la Comunicación, la investigación apuntó a estudiar teóricos contemporáneos que explicaran el fenómeno y la influencia de los medios

³ Ver Cabrera, “Guerra de imágenes, imágenes de guerra: cuatro eventos mediáticos de la guerra de Iraq” p. 62. Documento electrónico.

masivos en otras culturas, su auge en la globalización y el papel de estos en el escenario internacional: Robert Wiener, Theodor W Adorno, Walter Benjamin, Marshal McLuhan, Raymond Williams, y Habermas anuncian algunos postulados. Sin embargo, estos autores no explicaron en su totalidad el alcance que los medios masivos de comunicación han obtenido con las redes y las tecnologías de la información.

Por lo anterior, esta investigación se delimitó específicamente en los autores que: en primera medida coinciden y complementan los postulados de Nye, y en segunda medida, estudian los efectos conseguidos de los medios por las tecnologías, dando como resultado tres teóricos de la Comunicación inspirados en los postulados de la escuela de Frankfurt, quienes explican el papel de los medios de comunicación y su alcance obtenido en la década de los noventa. Estos teóricos son: Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, y Paul Virilio.

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo general de esta disertación fue entonces establecer la forma en que las Teorías de Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero y Paul Virilio pueden complementar la tesis de la influencia de los medios masivos de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales, que manifiesta en el concepto de Soft Power realizado por Joseph Nye.

En relación con el objetivo general, se plantearon tres objetivos específicos: 1. Analizar teóricamente cómo los medios masivos de comunicación se han convertido en un vehículo político que influencia los procesos de toma de decisión de las agendas políticas internacionales según Néstor García Canclini, y Jesús Martín Barbero. 2. Analizar bajo la perspectiva teórica de Paul Virilio cómo ha sido la mundialización de los MMC obtenida en las últimas décadas por las nuevas tecnologías. 3. Evaluar si los Medios Masivos de Comunicación complementan la teoría de transición Hegemónica de Joseph Nye.

Ahora bien, la estructura de este trabajo de grado está compuesta por tres capítulos que hacen referencia a la Tesis, Antítesis y Síntesis respectivamente: El primer capítulo explica cómo las teorías de Néstor García Canclini y Jesús Martín

Barbero complementan la tesis de la influencia de los medios masivos de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales que manifiesta el Soft Power de Joseph Nye, según la explicación teórica que dan Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini en definir que los Medios Masivos son un vehículo, que influencia la cultura de las sociedades y repercute en los procesos de toma de decisión, lo que determina la agenda política.

El segundo capítulo permite evidenciar a la luz de Paúl Virilio, el auge obtenido por los medios gracias a las redes y la cibernética; razón fundamental para que éstos entren en el escenario internacional. Así mismo, este apartado explica que no sólo las Teorías de la comunicación pueden complementar la disciplina de Relaciones Internacionales sino que ésta también podría complementar las teorías de la comunicación, específicamente sobre el papel de los medios en la política internacional.

El tercer capítulo finalmente, evalúa si las teorías de la comunicación han complementado la teoría de Transición Hegemónica de Joseph Nye y la manera en que pueden ser útiles para analizar el fenómeno de los medios masivos.

Cabe resaltar que esta disertación no pretende defender una posición específica sino construir una reflexión teórica capaz de analizar el fenómeno de los medios en las agendas políticas internacionales. Por otro lado, el escrito busca generar en el lector una visión completa de una teoría clásica la cual permite comprender un fenómeno que ha estado inmerso de diferentes maneras en el escenario internacional, caracterizado por las relaciones de poder entre quienes gobiernan y quienes son gobernados, entre la hegemonía, el receptor y la sociedad, así como la importancia de los medios masivos como una herramienta clave de poder.

El texto también busca demostrar la pertinencia de analizar un fenómeno a partir de diferentes disciplinas, así como la virtud que ofrece las Relaciones Internacionales de poder estudiar el comportamiento del sistema internacional por múltiples Ciencias, Escuelas de pensamiento y teorías que permiten comprender el mundo y la sociedad internacional.

Esta investigación se hizo por medio de un método de análisis e interpretación de textos, y un ejercicio hermenéutico de los conceptos claves de diferentes teorías de la Comunicación y la disciplina de Relaciones Internacionales. Las fuentes teóricas utilizadas se remitieron a fuentes secundarias tales como libros académicos sobre las teorías y los conceptos pertinentes para explicar el objeto de estudio de este trabajo. Igualmente se consultaron revistas académicas de investigaciones cuantitativas y estudios realizados que comprenden el fenómeno de la Comunicación. Así mismo se consultaron los diferentes medios informativos que muestran algunos hechos y acontecimientos para comprender el fenómeno de los medios en la escena internacional.

Finalmente, este trabajo de grado es una invitación a expertos en Relaciones Internacionales escritores, estudiantes, analistas, teóricos de la Comunicación, o de otras disciplinas a construir un debate teórico opuesto o complementario que permita enriquecer esta reflexión teórica capaz de analizar el fenómeno de los medios masivos y su papel en las Relaciones Internacionales.

1. ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Explicar y entender los medios de comunicación, en un primer acercamiento de análisis parece ser muy fácil de exponer, debido a que la comunicación es una necesidad inherente a los seres vivos, es indispensable para la supervivencia de la sociedad y es una herramienta de uso cotidiano para la humanidad. Sin embargo, demostrar la influencia de sus medios, identificar los intercambios de los diferentes agentes, y explicar los efectos que producen sus transmisiones, ha sido una compleja reflexión teórica de difícil solución. Es por esta razón, que el presente capítulo tiene como objetivo analizar desde la evolución teórica de los medios masivos de comunicación: cómo y por qué se han convertido estos en un vehículo político, objeto de estudio de rigurosos y complejos análisis que han dado como resultado diversas teorías, a la luz de la Ciencia de la Comunicación. La exposición de este análisis permitirá comprender cómo estas teorías pueden completar a la disciplina de las relaciones internacionales.

Una teoría comprende un sistema lógico, compuesto de observaciones, axiomas y postulados, que permiten deducir y comprender ciertas realidades.⁴ La Ciencia de la Comunicación comprende teorías que responden a las realidades que los medios han producido en la historia de la humanidad. Dentro de las más importantes se encuentran: la Teoría de la Comunicación o tradicional, cuyo principal exponente es Claude Shannon, quien elabora una teoría matemática de la comunicación, en la cual estudia los mensajes, y los medios para transmitir, almacenar y clasificar la información para las sociedades altamente tecnificadas⁵.

La Teoría Crítica, como su nombre lo indica hace un análisis profundo en contra de la Teoría tradicional de la comunicación, según el cual el conocimiento y la recepción de la información están determinados por mediaciones, “porque la

⁴Comparar Leire, Moure “La teoría de la política internacional treinta años después”. *Revista Electrónica de Estudios Internacionales*. No. 17. (2009). p5. Documento electrónico.

⁵.Comparar Ramírez, Alfonso. “Conceptos básicos de la TRM” En *Teoría de la información y Comunicación*, 2003.p.22. Documento electrónico.

producción de las comunicaciones no puede existir independientemente de los procesos socio históricos y económicos y de quienes manejan su industria”⁶.

Otra de las teorías más estudiadas de la Ciencia de la Comunicación es la Teoría de los Medios Masivos de Comunicación (Mass Media) la cual explica y analiza los medios como herramientas de interlocución cuyo mensaje está dirigido a más de un individuo, a una audiencia y o público determinado. Dentro de los principales medios masivos que contempla esta teoría son: la radio, la televisión, el cine, la prensa, entre otros que nacieron gracias a la aparición de las tecnologías de la información y comunicación (TIC)⁷, como Internet. Por otro lado, existen escuelas como la de Frankfurt, que estudian los medios masivos de comunicación; autores como Walter Benjamín, Marshall McLuhan explican cómo los medios son utilizados para difundir la ideología dominante, a través de la cultura de masas, de la sociedad de masas y el poder de los diferentes medios masivos de comunicación.

Actualmente, Jesús Martín Barbero es uno de los teóricos exponentes más importantes de los medios masivos, que ha hecho un análisis complementario de los estudios de la Comunicación, “porque ubica a los procesos comunicacionales dentro de la cultura y propone una investigación desde las mediaciones, la recepción y los usos que la gente recibe de la comunicación”⁸.

Barbero, parte de las escuelas de Frankfurt, de la Teoría Crítica y de la Teoría de la Comunicación para poder explicar los fenómenos contemporáneos de los medios y el alcance que han obtenido éstos, relaciona la influencia en la cultura, los valores y la política. Sin embargo, no es el único autor que analiza estos procesos de comunicación; existen dos autores contemporáneos y afines al pensamiento de Martín Barbero que comparten varias premisas teóricas y complementan el análisis de sus

⁶ Ver Barbero, Jesús Martín *De los medios a las mediaciones*. 2003. p.57

⁷ Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tics) se definen como un conjunto de descubrimientos e innovaciones en las últimas décadas en los campos de las telecomunicaciones, la informática y la electrónica. Dentro de las principales se tecnologías se encuentran los multimedia, los video juegos, los satélites de comunicaciones las redes de cobre y fibra óptica que transmiten datos y flujos de información. Ver Tamayo, Eduardo. “Movimientos Sociales y Comunicación en Tiempos de la Globalización”, 2006. p. 2. Documento electrónico.

⁸ Ver Crespo, Quinche. “De los medios a las mediaciones o preguntas por el sentido”, 2000. p.62. Documento electrónico.

postulados: el primero es Néstor García Canclini quien hace un estudio riguroso del consumo de la comunicación, la cultura y la hegemonía y el segundo es Paúl Virilio quien habla del alcance que han adquirido a nivel mundial los medios de comunicación con el fenómeno de las redes, multimedia, Internet y Real TV. Estos serán los autores de referencia para el análisis de esta disertación, que complementarán la premisa de Nye que se refiere a la influencia de los medios de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales.

Tanto Martín Barbero como García Canclini afirman que el fenómeno de los medios masivos nace con la aparición de la sociedad de masas, que comienza a gestarse con la concepción del lugar y el papel de las multitudes en la sociedad. Definida como: “una enorme masa de personas semejantes e iguales que insaciablemente giran sobre sí mismas con el fin de poder darle los pequeños placeres vulgares con que llenan sus almas”⁹

Barbero expone en su libro *De los medios a las mediaciones* una reflexión teórica que responde a la pregunta ¿porqué se denomina masa a esta sociedad? explicando esta afirmación como “un fenómeno psicológico por el que los individuos, por más diferentes que sea su modo de vida, ocupaciones o carácter están dotados de un alma colectiva”.¹⁰ Así mismo, Barbero cita en su libro la obra teórica *L’opinion et la Foulé* de la escuela del funcionalismo norteamericano, el cual agrega que las creencias¹¹ ya no son difundidas por las instituciones tradicionales y al ser estas la razón de desplazamiento y atención del público, es la comunicación (específicamente

⁹ Ver, Barbero Jesús Martín “La psicología de las muchedumbres”. En *De los medios a las mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*. 2003. p. 32

¹⁰ Para Freud según Barbero el alma colectiva es un alma cuya formación es posible solo en el descenso en la regresión hacia un estadio primitivo, en el que las inhibiciones morales desaparecen y la afectividad y el instinto pasan a dominar poniendo la masa psicológica a merced de la congestión y del contagio, impulsivas, crédulas e irritables, Las masas se agitan, violan leyes, desconocen la autoridad y siembran el desorden allí donde aparecen”.Ver Barbero, “La psicología de las muchedumbres” p. 32.

¹¹ Para Bon las creencias son objeto de un desplazamiento fundamental: en lugar de tener como espacio de comprensión de su estatuto social lo religioso, las creencias se reubican en el espacio de la comunicación. Comparar Barbero, *De los medios a las mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*. P.33.

de la prensa) que hacen que estas creencias sean divulgadas, de tal manera que crean un sistema de valores comunes transmitido por los medios¹²

Para Barbero, la masa es convertida en público y las creencias en opinión. Entonces, el nuevo objeto de estudio para las escuelas de pensamiento de la comunicación “será entender el público como efecto psicológico de la difusión de la opinión, la cual genera la llamada alma colectiva¹³. Por lo tanto, Barbero vincula a los medios masivos como interlocutores de creencias, convertido estas en opiniones construidas por un número masivo de personas (público) que recibe los mensajes basados en códigos y valores iguales a los transmitidos por el emisor.

Por otro lado, para los teóricos del viejo continente la sociedad de masas representa la degradación cultural de las sociedades occidentales, en donde los medios masivos como el periódico acaban con la riqueza y variedad de medios como los libros que permiten hacer una reflexión de la información. Barbero critica medios masivos tradicionales como el Periódico, que muestra de que manera este, hace que “cada cual piense solo lo que le hagan pensar”. Esto significa para él la decadencia y la degradación de la cultura¹⁴.

Posteriormente, con la posguerra de los años cuarenta el poder de las naciones cambia, la hegemonía se desplaza, redireccionando conceptos y puntos de vista disímiles a los teóricos de Europa, dirigiendo la teoría de los medios hacia un nuevo punto de reflexión.¹⁵“Para los norteamericanos la sociedad de masas representa la afirmación y la apuesta por la plena democracia, el síndrome del liderazgo mundial, a través de la fusión económica, el control de la información, y el nuevo discurso de libertad: de comercio, de palabra, de prensa”¹⁶

Los mensajes transmitidos en la época de resplandor Estadounidense se asumieron como la cultura de un pueblo que recibía información a través de los

¹²Ver, Barbero, “La psicología de las muchedumbres” p. 36.

¹³ Ver, Barbero, “La psicología de las muchedumbres” p. 36.

¹⁴ Ver Barbero Jesús Martín “La Metafísica del Hombre- masa” En *De los medios a las mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*. 2003.P.42

¹⁵ Ver, Barbero Jesús Martín “Antiteoría la mediación masa como cultura” En *De los medios a las mediaciones Comunicación, Cultura y Hegemonía*. 2003.P.43

¹⁶ Ver, Barbero Jesús Martín “Antiteoría la mediación masa como cultura p. 44

medios masivos: “una cultura definida por medio de códigos de conducta”¹⁷. Estos códigos ya no son transmitidos ni por la familia ni por la escuela, ahora son los medios de comunicación de masas los que realizan esa función¹⁸ que gracias a la industrialización se fueron posicionando e incluso se convirtieron en elementos de uso diario de la sociedad. Luego, con el resplandor de los filmes, la televisión, la publicidad y la radio generaron industrias capaces de moldear la cultura y la opinión pública.

De esta manera, Barbero vincula lo masivo con la industrialización, y comprende el auge que han adquirido los medios masivos en los últimos años a tal punto que forma parte fundamental del mercado. Ahora bien, Barbero “Parte de la idea de que los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son solamente un fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, vive la constitución del sentido de su vida”¹⁹ lo cual hace pensar que la visión inicial de los medios²⁰ cambió considerablemente hasta convertirse en un vehículo político, económico y cultural que influenciaría directamente a la sociedad.

¹⁷ Ver Barbero. “Antiteoría la mediación masa como cultura p. 44.

¹⁸ Ver Barbero. “Antiteoría la mediación masa como cultura P. 45.

¹⁹ Ver Sunkel, Guillermo. “Una mirada otra: La cultura desde el consumo”. 2002 p. 3. Documento electrónico.

²⁰ La visión inicial de los medios masivos es entendida como una manipulación de mensajes determinados únicamente por la ideología dominante, que transmiten una información influenciada por un particular. Barbero cambia en el sentido de esta manipulación al vincular las creencias y valores dentro de los procesos de la comunicación que ya no solo son controlados por una industria sino que se han convertido en patrones comunes dentro del comportamiento del individuo. Comparar Barbero Jesús Martín “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones” En *De los medios a las mediaciones Comunicación Cultura y Hegemonía*. 2002. p5.

1.1. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS EN LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISION A LA LUZ DE GARCIA CANCLINI Y MARTIN BARBERO.

Cuando el don de la palabra es restringido por el manejo de la imagen, cambian las estructuras comunicativas sobre las que se apoyan, tanto las relaciones de representación como las estrategias de negociación y decisión.²¹

Con la inmersión de los medios de comunicación en el ámbito cultural y en la estructura social de la humanidad, su influencia empieza a tomar un rol importante en el proceso de toma de decisión que involucra los aspectos políticos económicos y sociales que para Néstor García Canclini, inician desde la sociedad de consumo. El cual está directamente relacionado con los receptores de la información. En su artículo el consumo cultural: una propuesta teórica analiza los procesos de recepción de la comunicación a través del concepto de consumo cultural que se define como: “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que los valores simbólicos prevalecen sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”²².

Canclini difiere del concepto tradicional de consumo humano²³ y reconoce el poder que los medios masivos han obtenido en el comportamiento de las sociedades, en donde la intención de los mensajes esta manejada por los intereses de los productores divulgando un consumo cultural basado en los comportamientos y estilo de vida²⁴.

El consumo para Canclini se define como: “El conjunto de procesos socioculturales en que realiza la apropiación y los usos de los productos, es una práctica en la que se construyen significados y el sentido de vivir, con lo cual este

²¹ Ver Lechner Norber “La política ya no es lo que fue”.*Revista digital Nueva Sociedad* No144 (Julio 1996) p. 6. Documento electrónico.

²² Ver Sunkel. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. p. 5

²³ Para Canclini el consumo humano tiene poco que ver con las necesidades naturales, los productos no son comprados por satisfacer las necesidades humanas. Ver Lozano Carlos, “Teoría e investigación de la Comunicación de Masas” 2007 p. 186.

²⁴ Comparar con Lozano Carlos, “Teoría e investigación de la Comunicación de Masas” p.186.

comienza a ser visto como espacio clave para la comprensión de los comportamientos sociales”²⁵.

A raíz de estos postulados se podría afirmar que el consumo de los medios masivos de comunicación complementa la afirmación teórica de Barbero que se refiere a la influencia en el pensamiento de la sociedad y de su cultura, a través de códigos de conducta e imaginarios colectivos que transmiten la comunicación masiva. Si bien, un medio nunca va a reflejar a una sociedad en su totalidad, éstos se rigen con base en intereses personales direccionado a las necesidades básicas, en donde han logrado introducir en las sociedades, distintas tendencias y comportamientos culturales debido a la convivencia indispensable de estos como instrumento de uso diario de la humanidad.

Un ejemplo de la inmersión de los medios de comunicación en la cotidianidad humana, se le atribuye a la televisión. A través de aspectos como la política, el cual penetra el espacio doméstico, con diversas formas de intervención, de los lenguajes y las culturas en la construcción de actores y sistema político. En este momento Barbero y Canclini abren un nuevo espacio de discusión, en donde “la política se plantea desde el espacio de la comunicación, lo que significa analizar los elementos simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder”²⁶.

La política en la comunicación posiblemente es una de las reflexiones más destacadas de Jesús Martín Barbero a la luz del concepto de las mediaciones, que articula la cultura, la política y la comunicación, “constituyendo el principal elemento del discurso político, en un escenario estratégico capaz de representar el vínculo entre los ciudadanos y la comunidad para mantener cierto orden colectivo”²⁷.

Es así como Barbero define mediaciones como “articulaciones entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, vistos en el lugar que se produce el sentido de los usos en diferentes temporalidades y pluralidad de matrices culturales”²⁸.

²⁵ Ver Sunkel. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. 2002. p.3. Documento electrónico.

²⁶ Ver Barbero “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p5.

²⁷ Ver Barbero Jesús Martín “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p7.

²⁸ Ver Crespo, Quinche. “De los medios a las mediaciones o preguntas por el sentido”.p 67

Para Barbero las mediaciones son aquellos espacios en donde los medios masivos de comunicación ejercen como un instrumento que permiten transmitir patrones de conducta de las sociedades, que inciden, en los movimientos sociales y permiten difundir cierto orden colectivo manejado por algunos intermediarios. Por ejemplo, para Barbero “la institucionalidad es un ámbito en la mediación, que sigue afectando la regulación de los discursos Estatales, que posiblemente se encuentran bajo intereses de privados”²⁹.

Se podría afirmar entonces que las decisiones políticas por parte de los gobernantes son tomadas en cierta medida desde los medios, quienes contribuyen a través de sus transmisiones a la construcción de las realidades sociales basadas en las necesidades de los individuos³⁰. Así mismo, los políticos diseñan su agenda política tratando de acomodarse en las realidades que los medios construyen e introducen en la población, constituyendo éstas como una lista de cuestiones y eventos “*siques and events*” que se presentan bajo una jerarquía de importancia determinada por quienes manejan la información³¹.

Por otro lado, del análisis de Barbero, específicamente de su obra “de los medios a las mediaciones” se pueden citar varias afirmaciones sobre la influencia de los medios masivos de comunicación en la construcción de las decisiones políticas. En primer lugar porque Barbero define a los Mass Media como “espacios decisivos, de reconocimiento social, en el cual hacen de los discursos y la acción política un mecanismo que permite actuar sobre el proceso de toma de decisión”³². Esto, debido a que los medios masivos juegan un papel estratégico en la vida cotidiana de las audiencias, “ya que inciden en la cultura cotidiana de las mayorías, de sus

²⁹ Ver Barbero Jesús Martín “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones.” p.20.

³⁰ Comparar McCombs, Maxwell. “Estableciendo la agenda el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento” 2006. Pág. 53 Documento electrónico.

³¹ Comparar Orlando J D’Adamo, Virginia García Beaudoux y Flavia Freidenberg “Efectos políticos de los medios de comunicación de masas. Un análisis de la función de establecimiento de la agenda”1998.p3. Documento electrónico.

³² Ver Barbero Jesús Martín, Comunicación espacio publico y Ciudadanía. *Revista digital folios Edición especial Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia* (2010) Pág. 46 Documento electrónico.

imaginarios, en expectativas de vida, en sus modelos de comportamiento³³. Así mismo, los medios, definen los temas sobre los cuales las audiencias deben pensar, sesgando la orientación del público hacia ciertos temas. Esta acción en palabras de McCombs se define como *Agenda Setting*³⁴.

Para Barbero entonces, la configuración de los procesos de toma de decisión están directamente relacionados con el poder que los medios tienen, y estos a la vez toman más fuerza porque el mismo público al centrarse sólo en la información que estos proveen, entran en una conducta determinada por quienes manejan los mensajes. Asimismo, estos tienden a representar el mundo político de manera uniforme y sesgada, de tal manera que la opinión pública escenifica la información como realidades, con el fin de homogenizar un mensaje. Es así como, los medios masivos de comunicación en un primer análisis, influyen en las agendas políticas debido a que éstas generalmente son construidas por líderes de la opinión pública que ven una oportunidad de resolver las necesidades que la audiencia manifiesta³⁵.

Ahora bien, “el poder de los medios masivos aparece especialmente por la intromisión de estos en la vida y cotidianidad de los núcleos familiares, debido a la permanente información que reciben, marcando tendencias, gustos, y modos de actuar³⁶”, influyendo directamente en el comportamiento político porque al informar de manera limitada existe una desproporción “tanto del desarrollo de una creencia distinta como la carencia de espacios políticos diferentes lo que permitirían construir

³³ Ver Barbero Jesús Martín, “Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina”.*Revista Latina de Comunicación Social*, No .26 (23 02-2000) p.11 Documento electrónico.

³⁴ Teoría que explica la capacidad que tienen los medios en fijar la agenda publica, se centra exclusivamente en el estudio de los medios de comunicación y en como establecen e influncian al público. Maxwell McCombs y Donald Shaw son los principales autores y proponen la idea de que los medios, por su selección de noticias, determinan las materias sobre las que el público debe pensar. El estudio original nace 1972 el cual propone la hipótesis sobre la capacidad de los medios en transferir los temas importantes desde los medios a la audiencia. Ver Sádaba Teresa, Rodríguez Virgili Jordi. “La construcción de la agenda de los medios: El debate del estatus en la prensa española” Universidad de Navarra 2007. p.89 Documento electrónico.

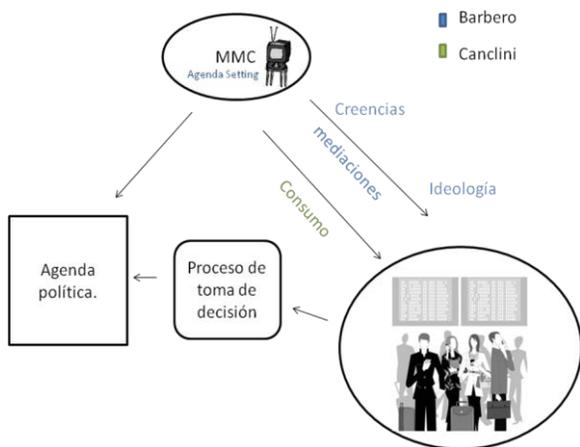
³⁵ Comparar Barbero Jesús Martín “El miedo a los medios, Política, comunicación y nuevos modos de representación”.*Revista digital Nueva Sociedad* No161 (2002) p 45. Documento electrónico.

³⁶ Ver Barbero “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p.5

una idea opuesta, lo cual pone en riesgo la estabilidad de quienes dominan la información”³⁷.

De esta manera, los medios se han convertido en un espacio de representación homogéneo y adaptado a la sociedad, por ejemplo en un estudio realizado “en España durante la última década que muestra junto con la iglesia la institución de mayor credibilidad es la televisión con el 71% de la población”³⁸ lo que afirma el postulado de Barbero sobre la influencia de los medios masivos en la sociedad, la cual determina la construcción de la agenda política.

Cuadro 1. Análisis Teórico medios Masivos de Comunicación



Análisis.

Existen dos caminos por los cuales los medios masivos son un vehículo de poder: El primero como menciona Canclini y Barbero es a través de la sociedad, en donde los medios construyen la estructura y necesidades políticas, estas se expresan en proceso de toma

Fuente: Cuadro elaborado por el autor del presente trabajo de grado con base en la información tomada, de Jesús Martín Barbero Néstor García Canclini

La influencia de los Medios masivos en la agenda política se ve entonces de entrada como un agente inmerso en lo público con la escena mediática y con un discurso modelo propuesto por quienes manejan la información, de acceso fácil por el hecho estar inmerso en el espacio más íntimo del núcleo social que es la familia. En donde los medios masivos como la televisión, estructuran las decisiones políticas,

³⁷ Ver Barbero, Jesús Martín. “El miedo a los medios, Política, comunicación y nuevos modos de representación” *Revista digital Nueva Sociedad* No 161 (may/jun.1999) p 47. Documento electrónico.

³⁸ Ver Reig, Ramón “Medios de Comunicación y poder en España” p.43.

que clasifican las prioridades según la agenda de noticias, estructurando las prioridades de las necesidades humanas.

En general, el presente capítulo expone la evolución teórica que han adquirido los medios masivos a través de las diferentes corrientes de pensamiento que analizan los teóricos de la comunicación, asimismo el texto analiza los postulados de Jesús Martín Barbero y de García Canclini los cuales permiten comprender de que manera los medios se convirtieron en un vehículo político.

Particularmente, al analizar los postulados de Martín Barbero se puede concluir que los Medios se constituyeron en una herramienta para ejercer poder tanto, en el proceso de toma de decisión de la sociedad como quienes construyen la agenda política, por consiguiente gracias a su evolución por las tecnologías ha hecho que estos ejerzan una influencia en el ámbito económico cultural y político.

Sin embargo, los aportes teóricos de Martín Barbero y García Canclini no dimensionan el alcance actual que han obtenido los medios masivos. Por lo tanto, es necesario analizar a la luz de Paúl Vilirio la influencia de los medios masivos de comunicación en la construcción de la agenda política con las nuevas tecnologías.

2. LA MUNDIALIZACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini explican teóricamente cómo los medios masivos de comunicación se convierten en un vehículo político capaz de incidir en las agendas políticas. Barbero bajo el concepto de mediaciones, y Canclini basado en el enfoque del consumo, la cultura y la hegemonía.

Ahora bien, uno de los principales aportes de Barbero, en el libro *De los medios a las mediaciones* es el análisis sobre el alcance y evolución que han adquirido los medios masivos gracias a las tecnologías innovadoras que han hecho que entren a afectar a un mundo globalizado por mecanismos como las redes, dejando a un lado el área de influencia nacional, y convirtiendo las agendas políticas en temas comunes para la sociedad internacional.

Barbero complementa esta afirmación basándose en los postulados de Paúl Virilio quien explica de qué manera el fenómeno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han sido la razón por la cual los medios masivos se convierten en un instrumento no solo nacional, sino que determinan la política internacional. Por lo tanto, este capítulo analizará desde la perspectiva teórica de Paúl Virilio cómo gracias a la mundialización de los medios masivos de comunicación por las nuevas tecnologías, estas influyen las agendas políticas internacionales.

Paúl Virilio en su libro *La Bomba Informática*, afirma que las tecnologías de la información y la comunicación han sido la causa por la cual la humanidad cambiaría su estilo de vida, es decir, “con este fenómeno la estructura del Estado y la economía de bienestar durante el final del siglo XX se transformarían, y el nuevo siglo se convertiría en la llamada economía de Burbuja, de los flujos e intercambios financieros, el posicionamiento de las multinacionales, y la consolidación del individualismo basado en una economía de consumo promulgada por las entidades comerciales”³⁹.

³⁹Ver Virilio, Paúl. *“La Bomba Informática”* 1999. p. 13.

Virilio observa a las nuevas tecnologías como un instrumento disuasivo y estratégico que incluso determinará la competencia de los Estados, al buscar aumentar el número de receptores a través de sus industrias mediáticas. A tal punto que la guerra de la nueva generación no será ni la genética, ni la nuclear, será la de la información⁴⁰.

El nuevo siglo se marcará entonces:

Por la llamada guerra de información que desencadenará rápidamente una reacción en cadena, reconfigurará los cambios en una era global, y vencerá aquel que sea el primero en cubrir todos los escenarios receptivos de la información. Esta visión del mundo se define como metageofísica que representa la interactividad cibernética del mundo contemporáneo (...) Ahora bien, la virtualización estratégica, económica y política del nuevo siglo se define como transhorizonte.⁴¹

Por otro lado, Virilio se refiere a dos medios masivos que entran en juego en el escenario de las nuevas tecnologías: La televisión y la red, analiza su influencia, su alcance, así como sus características que determinan los efectos en las audiencias.

Con las nuevas tecnologías el objetivo de la televisión cambió de manera radical, “su función no solo era la de informar o entretener a la masa de los espectadores sino la de invadir el espacio doméstico de los particulares a ejemplo de una nueva iluminación susceptible de ser recibida en el menor tiempo posible (Tiempo real)⁴²”. “Con Real TV la tierra ya no se extiende hasta perderse de vista, ni todas sus facetas en la súbita multiplicación de los puntos esto es efecto del anuncio de la recientísima globalización”⁴³.

Internet, por otro lado, es a la vez la peor y la mejor de las cosas: el progreso de una comunicación casi sin límites.⁴⁴ El primer efecto en la sociedad, ha sido romper paradigmas conservadores que la humanidad tenía, se traspasan las fronteras de la moralidad para entrar a un mundo de libertad. Ésta es la llamada comunidad virtual, lo que cambiará la relación y estilo de vida de los seres humanos, siempre

⁴⁰ Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, p.125.

⁴¹ Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, P. 25

⁴² Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, P. 27

⁴³ Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, P. 25

⁴⁴ Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, P. 28

determinado por una industria de consumo. Una comunidad que determinará su agenda de opinión por la industria que le proporciona ese espacio de comunicación.

Para Virilio el poder de las redes, internet y la televisión se definen como la bomba informática: “una bomba en la que la interactividad es a la información lo mismo que, en el caso de la bomba atómica, la radiactividad es a la energía”⁴⁵. Y se refiere no al objeto explosivo, sino al contexto estratégico que es punto de atención para los Estados que buscan mantener el poder a través de la comunicación. El nuevo orden mundial al que nos referimos lleva la marca del totalitarismo según Paúl Virilio y está presente en todo objeto de la tecnología. Esta premisa se comprueba en los principios económicos que gobiernan el mercado de los denominados intangibles (los medios de comunicación, la industria del entretenimiento y del software, y los servicios).

Virilio, sostiene que los medios masivos de comunicación ejercen un poder sobre las poblaciones a través del acceso rápido y hábil que han adquirido éstas. Así mismo, son las cadenas comerciales quienes determinan la opinión pública manejando un modelo heterogéneo, en un sistema de creencias común que esta determinado por las industrias.

Estados Unidos usa la tecnología como guerra hegemónica, la velocidad de la información y los medios masivos como estrategia disuasiva en su intervención.

Paúl Virilio afirma en una entrevista realizada por Heinz-Norbert publicada en el Frankfurter Rundschau, el 11 de diciembre de 1999 que existen dos conflictos en donde la velocidad de la información y la tecnología aparecieron como estrategia de guerra. El primero fue en la guerra del Golfo Pérsico donde se intentó cubrir el conflicto con velocidad absoluta. Tanto en la comunicación interna como en la divulgación del conflicto. El segundo conflicto fue el de Kosovo, que se perfiló a comienzos de la intervención americana, en la aceleración de la información. Esta

⁴⁵ Ver Virilio, “*la Bomba Informática*”, p. 127

velocidad absoluta mundializó no solamente la estrategia de guerra; la política y la economía entrarían rápidamente en el juego de las redes y la cibernética⁴⁶.

De esta manera, la industria de los medios entró en el campo de las nuevas tecnologías gracias a recientes industrias dedicadas a modernizar los instrumentos de la comunicación, que pese a que conservarían el mismo efecto en sus audiencias y en las agendas políticas, su alcance traspasó la frontera de lo nacional gracias al cubrimiento que las redes alcanzarían, a tal punto de influenciar en el ámbito internacional. De esta forma las agendas de opinión y las agendas políticas concentrarían patrones comunes proporcionados por la ideología de sus industrias, pero con un alcance de tipo internacional, por lo cual se puede afirmar que aparece una nueva agenda: la agenda política internacional.

2.1. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LAS AGENDAS POLÍTICAS INTERNACIONALES A LA LUZ DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES.

Con la internacionalización de los medios de comunicación, los temas de la agenda política cambian, en una tendencia globalizada, las creencias se universalizan y la ideología se vuelve una corriente de pensamiento universal

Es así como La disciplina de las Relaciones Internacionales explica de manera teórica el papel de los medios de comunicación y el poder de estos como medio para mantener la ideología de un determinado Estado, en la escuela Realista. Sin embargo, no contempla los avances que han adquirido estos durante las últimas décadas. Empero, conforme al aumento de los medios de comunicación en la escena internacional como instrumento estratégico de poder, aparece una teoría de esta corriente clásica que explicaría este fenómeno. La Teoría del Realismo hegemónico de Joseph Nye. En esta teoría se puede identificar tres tendencias o corrientes; el

⁴⁶ Comparar también Jock, Heinz Norbert. “Una súbita detención de por vida en la prisión temporal del Mundo” 2000 p. 167

nacionalismo económico, la teoría de la estabilidad económica, y, la teoría de la transición económica/soft power

La teoría de Transición Hegemónica o Soft Power es una teoría que empieza en la década de los noventa. El principal artículo de esta teoría es “The Changing Nature of Soft Power”. Esta surge después del Paradigma Estructural o Neomarxista, finalizando la Guerra Fría. En este nuevo contexto, esta nueva teoría surge ante la necesidad de explicar los nuevos fenómenos y actores internacionales de la posguerra fría.

El Realismo Hegemónico busca explicar cómo las potencias maximizan y mantienen su poder como hegemonías, y Nye propone una nueva forma de poder, en una dimensión intangible. Esta dimensión asociada con recursos tales como la cultura, la ideología, e instituciones, se denomina *Soft Power*, en contraste con el *hard command power*⁴⁷, usualmente asociado con recursos tangibles como la fuerza militar y el poder económico. Nye justifica el *Soft Power* de la siguiente manera:

Un Estado puede lograr los resultados que quiere en el sistema porque otros Estados quieren seguirlo o han aceptado un sistema que produce dicho efecto. En ese sentido, configurar la agenda y estructurar las situaciones en *World politics* toma la misma importancia que hacer que otros cambien en determinadas situaciones. Para hablar de la nueva cara de la potencia, *cooptive power* en contraste al *command power*⁴⁸.

El *cooptive power* se apoya en la atracción de las ideas o en la capacidad de configurar la agenda mundial según los intereses de la Nación en una forma que determina las preferencias que otros van a expresar. Es decir, la “*agenda-Setting*” (como medio político) para beneficio propio, y en la atracción hacia los valores y políticas del Estado, a través de la cultura.

El principal elemento del *Soft Power* según Nye es la credibilidad, donde los medios masivos de comunicación cumplen un rol fundamental en la política internacional, debido a que estos pueden fijar una conducta determinada, además,

⁴⁷ Se refiere a la capacidad de cambiar lo que otro hacen, y se apoya en la coerción y la amenaza, mientras que el *cooptive power*, se refiere a la capacidad de formar o definir lo que otros quieren. Este último se puede apoyar en la atracción hacia una cultura e ideología o la capacidad de manipular la agenda política Ver. Nye, Joseph. “The Changing Nature of Power”, *En Soft Power, the Means To Success In World Politics* p.15

⁴⁸ Ver. Nye, Joseph. “*The Changing Nature of Power*”, p.16

deben informar rápidamente, convirtiendo esta acción en una competencia por transmitir primero los mensajes, traspasando esta operación entre Estados en una lucha por la legitimidad⁴⁹

Entre más exista legitimidad del Estado, será mejor su atracción, por lo tanto, su poder será mayor.⁵⁰ En la medida en que el poder requiera de legitimidad, el Estado debe ganar aceptación de la sociedad, no sólo de su población, sino de la de otros Estados. Así mismo, debe buscar proyectar el poder sobre distintos grupos e individuos, quienes a partir de la atracción, son susceptibles de cambiar su comportamiento en beneficio de la hegemonía.

El Soft power brinda la posibilidad de ejercer el poder efectivo sobre un sistema democrático, donde la opinión pública tiene mayor peso sobre su gobierno, que en un sistema autoritario. Este poder depende en gran medida del uso que se le da, a la comunicación, siendo este una forma de transmitir los valores y cultura de manera efectiva, logrando credibilidad y atracción⁵¹. Pero la comunicación no es monopolio del Estado; no es éste quien por sí solo produce el *Soft power*. De hecho la sociedad civil misma genera elementos de atracción como fuente de este tipo de poder, como en el caso de la televisión, las universidades, entre otros. Estas fuentes privadas pueden estar representando, en mayor o menor medida, los valores e ideología del Estado.

El Estado debe ser capaz de valerse efectivamente de estas fuentes para convertirlas en poder efectivo en su beneficio. Estas fuentes atraen otros grupos de otros Estados, lo que puede traducirse en la atracción del Estado como tal, modificando la conducta política del otro. La política internacional es así una competencia por la atracción, legitimidad y credibilidad⁵²

Pese a que Nye desarrolla esta teoría en el contexto de posguerra fría, cuando las redes y actores no estatales cobran cada vez más fuerza y la información es más accesible gracias a Internet, El mismo Nye acepta que la modalidad de Soft power,

⁴⁹ Comparar, Nye, Joseph. "The Changing Nature of Power", p.17

⁵⁰ Comparar. Nye, Joseph. "The Changing Nature of Power" p.24

⁵¹ Comparar. Nye, Joseph. "The Changing Nature of Power", p.45

⁵² Ver Nye, Joseph. "The Changing Nature of Power", p.45

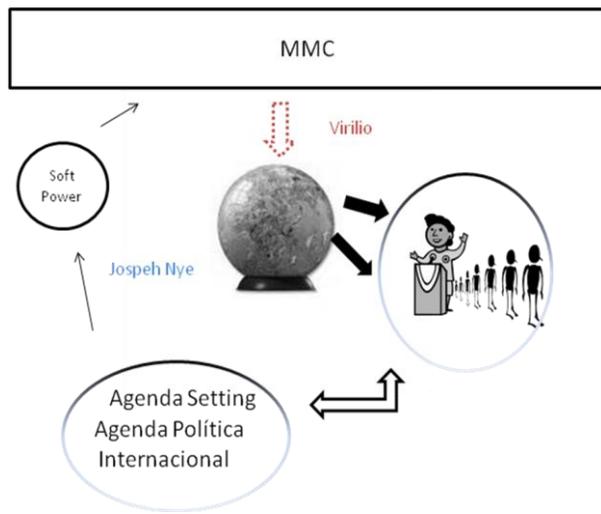
podría explicar los conflictos de Vietnam, el Golfo Pérsico y la intervención en Somalia así como la intervención en Kosovo, Afganistán e Irak.

Estados Unidos, en cada uno de estos conflictos buscó ejercer influencia sobre los Estados que mantenían una posición estrategia neutra, así como aquellos que se encuentran bajo su esfera de influencia. Para esto se vale del poder duro en tanto disuasión, y del poder blando, a través del uso de la información y los medios de comunicación.

La televisión, el cine, los comerciales, resultan ser un vehículo que lleva la cultura y los valores occidentales a las regiones que se esperaba incluir en la esfera capitalista, así como a los Estados ya incluidos en ésta, con el fin de mantener la influencia y evitar que se vean atraídos hacia lo que no se considere como occidente. Mientras se mantengan democráticos, es más factible que pueda convertir la atracción que ejerce sobre ellos en poder efectivo. De este modo puede seguir manteniendo un sistema capitalista entre esas naciones, el cual beneficia económicamente a Estados Unidos.

Estados Unidos utiliza la información a partir de varios recursos que los medios masivos de comunicación le han dado, para influenciar política, cultural y económicamente, dando la posibilidad de utilizar los principales instrumentos de comunicación como lo son: las cadenas internacionales y las redes, con el fin de seguir idealizando el capitalismo y occidente, manteniendo una estabilidad de su hegemonía a través de los valores y los estereotipos marcados por los medios masivos de comunicación en cada locución.

Cuadro 2. Influencia de los MMC en las Agendas políticas Internacionales.



Análisis.

Los medios Masivos de Comunicación se han internacionalizado gracias a las tecnologías de la información y al poder que han adquirido estos según Virilio.

Con la internacionalización, los medios de comunicación se vuelven una forma de Soft Power que influyen de manera directa a la Agenda política, ahora Internacional.

La búsqueda de mantener el poder está en quien maneja los medios masivos, para determinar sobre la ideología y creencias de la sociedad.

Fuente: Cuadro elaborado por el autor del presente trabajo de grado con base en la información tomada, de Jesús Martín Barbero Néstor García Canclini

Hasta este punto Nye analiza el poder y la influencia de los medios de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales, sin embargo, con la implementación de las tecnologías de la información y comunicación los medios de comunicación, Estos han adquirido un rol determinante en el escenario internacional. Que Nye no analiza en su teoría. Escenario que Martha Cabrera ejemplifica en tres periodos importantes: El primero de ellos, fue durante la guerra fría, específicamente el conflicto de Vietnam, donde en efecto los medios norteamericanos se convirtieron en una herramienta estratégica para convencer a las audiencias, otorgando un mayor respaldo, por parte de la opinión pública en intervenir en la región. Sin embargo, durante la guerra, los medios de comunicación produjeron efectos negativos, estos se manifestaron en los contenidos de prensa y noticias, los cuales mostraban el fracaso político obtenido por Estados Unidos durante la guerra.⁵³

⁵³ “Pasado el conflicto en Vietnam los medios de comunicación se convirtieron en tema de discusión en el pentágono y en las escuelas militares, cuyo objetivo era lograr una opinión pública positiva en futuros conflictos” Ver Cabrera, Martha “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría”. *Oasis*. No. 12. (2006-07). pp. 119-140.

Según Cabrera, “es a partir de este momento que las guerras y conflictos no sólo se pelearían en los campos de batalla, sino también en las propagandas y medios”⁵⁴. Si bien es cierto que, fue durante en este periodo que los medios se convirtieron en un tema de discusión como estrategia militar y su influencia se ampliaría gracias a las tecnologías, desde la primera Guerra Mundial, los panfletos eran una forma estratégica para influenciar en contra de aliados por los alemanes.⁵⁵ Empero, con los avances tecnológicos, los medios masivos de comunicación aumentarían su poder para difundir en comportamiento político, y estratégico de los gobiernos.

El segundo acontecimiento que le dio a los medios masivos de comunicación un papel fundamental de carácter internacional, fue en la guerra del Golfo de 1991, donde la relación de los medios con las fuerzas militares se vio marcada, por la necesidad de controlar la información. Esto se manifestó a través de un memorando norteamericano denominado Annex Foxtrot ⁵⁶ En el cual, se mencionaba que “la decisión de lo más altos funcionarios de la administración incluido el presidente Bush era suministrar el flujo informativo que respalde los objetivos políticos de las operaciones para evitar los errores percibidos en Vietnam”⁵⁷ Por otro lado, este periodo se caracterizó por la capacidad de los medios de transmitir su información a gran escala y en directo, lo que ampliaría la cobertura de la información, y la posibilidad de llegar a más audiencias. La Guerra de Golfo fue considerada como la primera guerra virtual. Y esta consideración se debe a que la guerra si bien fue en el Golfo Pérsico, su alcance fue mundial y en tiempo real, gracias a las redes.

El tercer acontecimiento que incluye a los medios de comunicación en la escena internacional sucedió en 1993 en Somalia. Diferente a los dos casos anteriores, donde los medios fueron incluidos en la estrategia militar de los

⁵⁴ Ver Cabrera, “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría”.p.78

⁵⁵ Ver Cabrera, “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría .p. 80

⁵⁶ Documento preparado por un capitán de la Armada Estadounidense donde afirmaban que los medios de comunicación entrarían a formar parte de la estrategia en las próximas guerras, haciendo control de la información. Ver Sorh Raúl, *Historia y Poder de la Prensa la Guerra Virtual del Golfo* p.75

⁵⁷ Ver Sorh Raúl, *Historia y Poder de la Prensa la Guerra Virtual del Golfo* p 75.

conflictos, en este caso, los medios masivos de comunicación se convirtieron en un instrumento político, que entraron a influenciar las políticas exteriores de los Estados. Es decir, los medios de comunicación, en este caso la televisión, mostraron escenas bastante abrumadoras: miseria, niños muriéndose de hambre y una problemática profunda de salubridad para alertar a la opinión pública de muchos Estados. Lo que hizo que, la sociedad civil pusiera en tema de discusión la posibilidad de intervenir en la región de África. Este efecto se traspaso también como tema en la agenda en las Naciones Unidas.

Efectivamente, “la intervención de las tropas norteamericanas y de las Naciones Unidas se hizo, resaltando la entrada de estos actores como una hazaña heroica por los medios de comunicación mas influyentes del Estado norteamericano”⁵⁸. Sin embargo, el desgaste de tropas pronto se iba a notar así lo afirma Martha Cabrera “La operación resulto un fracaso alrededor de 70 hombres resultaron heridos y 18 resultaron muertos y cinco sobrevivientes”⁵⁹. Rápidamente este fracaso político fue cubierto por el gobierno Americano, procurando no recaer en los desastrosos de Vietnam.

Ahora bien, Existen otros acontecimientos que han hecho de los medios de comunicación una herramienta importante en la escena internacional; Bosnia (1999), Afganistán (2001) Irak (2003), Siria(2007) que ejemplifican el papel de los medios de comunicación en las Relaciones Internacionales, conflictos que se han convertido en objetos de estudio de teóricos de esta disciplina, que incluso refuerzan la importancia de analizar la influencia de los medios en las agendas internacionales y transnacionales.

⁵⁸ A partir del episodio de la batalla de Mogadishu (Somalia), La administración Clinton limito efectivamente su intervención humanitaria a lugares de interés nacional, de allí su negativa de intervenir en Ruanda (1994). En los medios, la decisión de retirarse se apoyo en la narrativa “conflicto entre clanes tradicionales” (Basada a su vez en “topologías evolucionistas familiares asunciones racistas y un deseo popular por la simplicidad que alienta la autoimagen norteamericana construyendo una imagen simplificada de los somalíes como “otros” que pueden ser eventualmente descartados Ver Cabrera, “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría” p 119

⁵⁹ Ver Cabrera, “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría”p 127.

Teóricos que en la última década han entrado a analizar el papel determinante de los medios masivos en la escena internacional, no solamente como un vehículo de información sino como un instrumento de dominación para detentar y mantener poder. Teorías como la dependencia de Wente, y Sistémica también podrían ser complementadas, y hacer aportes significativos al poder que han adquirido los medios.

No obstante, cabe resaltar que este análisis está delimitado hacia las teorías de Joseph Nye y los teóricos de la comunicación: Barbero, Canclini y Virilio y por lo tanto las teorías y análisis de Wente y teóricos de las Relaciones Internacionales no serán mencionados en este trabajo, sin embargo, es necesario mencionarlo para saber los diferentes enfoques en que los medios pueden ser estudiados.

En general este capítulo parte del análisis desde la perspectiva teórica de Paúl Virilio, para explicar la mundialización de los medios masivos de comunicación por las nuevas tecnologías, que influyen las agendas políticas internacionales.

Asimismo, el texto analiza los postulados de la teoría de transición Hegemónica de Joseph Nye y como se analizan los Medios de Masivos Comunicación desde esta teoría a la luz de la disciplina de las Relaciones Internacionales afirmando la capacidad de estos, de influir en la cultura de una sociedad, en los actores internacionales, y en sus agendas políticas.

Posteriormente, este apartado ejemplifica de manera detallada algunos acontecimientos en donde la disciplina de las Relaciones Internacionales, actualmente analiza desde otros enfoques y teorías el poder de los medios masivos de comunicación, aclarando la diversidad de análisis que se pueden hacer de los medios masivos de comunicación.

Finalmente, este capítulo muestra cómo los medios de comunicación se han convertido en un actor determinante, en el escenario internacional a tal punto que Nye en su teoría no logra explicar, confirmando la necesidad de analizar de que manera los teóricos de la Comunicación pueden profundizar a las relaciones internacionales y poder hacer un análisis exhaustivo de este fenómeno.

3. LA TEORÍA DE BARBERO CANCLINI Y VILIRIO COMO COMPLEMENTO A LA TEORÍA DE JOSEPH NYE.

Con la internacionalización de los medios masivos de comunicación, la disciplina de las relaciones internacionales, ha analizado este fenómeno como un actor determinante dentro del sistema internacional. Sin embargo, el poder que han adquirido estos, durante la última década, permite extender el análisis hacia las teorías de los medios de comunicación.

Por lo anterior, son Las teorías de Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero y Paúl Vilirio que en este texto podrían complementar la teoría de la influencia de los medios masivos de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales propuesta en el concepto de Soft Power de Joseph Nye, a través de la explicación teórica que dan Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini a los Medios Masivos como un vehículo político, que influyen en la cultura de las sociedades y que repercuten en los procesos de toma de decisión, lo cual puede determinar la agenda política. Así mismo, Paul Vilirio explica teóricamente la mundialización de los medios de comunicación a partir de las nuevas tecnologías, lo que implica que las intenciones de los mensajes del emisor se traspasen a un plano y efecto internacional que incide directamente en las agendas internacionales.

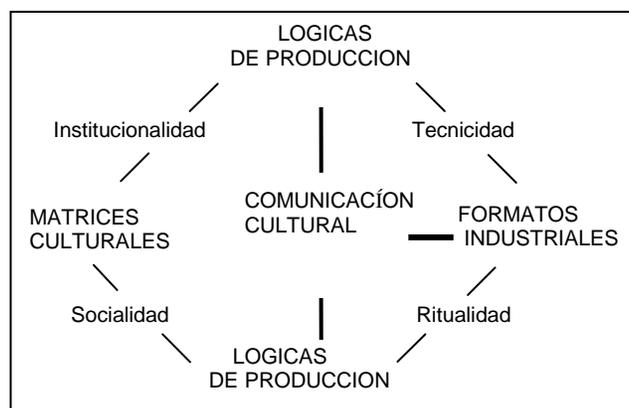
Con base en lo anterior, este capítulo tiene como objetivo profundizar, articular y evaluar de qué manera los teóricos de la comunicación complementan las premisas planteadas por Nye sobre el papel que juegan los medios masivos comunicación, en el concepto de Soft Power.

Basándose en los principales postulados de Joseph Nye, Barbero complementa la variable que se refiere a la nueva forma de poder en una dimensión intangible, una dimensión asociada con recursos tales como la cultura, la ideología, e instituciones, lo que él denomina como Soft Power en el libro De los medios a las mediaciones, que incluso se considera como el aporte más significativo de esta obra y es la teoría de la Mediación.

Según Barbero, “la mediación se explica a través de dos ejes temáticos: el diacrónico que está compuesto por dos variables que son: Matrices Culturales, y Formatos industriales. Y la segunda variable del eje temático es sincrónico: que está compuesto por las Lógicas de Producción y las Competencias de Recepción y Consumo”⁶⁰

Las relaciones obtenidas por las variables de los ejes diacrónicos y sincrónicos están conformadas de la siguiente manera: “mientras que las Matrices Culturales y las Lógicas de Producción se miden a través de las instituciones, las Matrices Culturales y las Competencias de Recepción y Consumo lo hacen por medio de la Sociabilidad. Las Lógicas de Producción y los Formatos Industriales están mediados por las Tecnicidades, y entre los Formatos industriales y las Competencias de Recepción o Consumo median las Ritualidades”⁶¹

Cuadro 3 Cuadro Jesús Martín Barbero De los medios a las mediaciones.



Fuente: Barbero, Jesús Martín. “De los medios a las mediaciones” En *De los medios a las mediaciones. Comunicación Cultural y Hegemonía. 1999*, p.xvi

La relación que existe entre Matrices Culturales y Formatos Industriales se explica a raíz de los “cambios de articulación que se han desarrollado entre los movimientos sociales y los discursos públicos, al configurar modalidades de

⁶⁰ Ver, Barbero, Jesús Martín *De los medios a las mediaciones. p.xvi*

⁶¹ las ritualidades para Barbeo se definen como la observación de las formalidades y normas establecidas para hacer una cosa. Ver, Barbero, Jesús Martín *De los medios a las mediaciones .p xvii*

producción que han permitido patrones hegemónicos de comunicación colectiva”⁶². Es decir, que en un principio la cultura era el objeto argumentativo de los discursos públicos, mediante la utilización de modalidades como el teatro, melodrama, o folletines que posteriormente se convertirían en los patrones de comportamiento, ya no sólo basados en la creencias impartidas por la cultura sino en matrices influenciadas por ciertas industrias que tenían como fin generar un comportamiento específico⁶³.

Para Barbero, la socialidad media las Matrices Culturales y las Competencias de Recepción y Consumo, debido a que ésta conforma los hábitos de comportamiento, las relaciones cotidianas de los hombres, el rol que juegan en la estructura y la constitución de los actores que componen las relaciones de poder. Por lo tanto, las competencias de recepción y consumo moldean prácticas de la sociedad.

Las Matrices Culturales y las Lógicas de Producción que se miden a través de las instituciones, es una mediación caracterizada por intereses y poderes afectados por la intervención del Estado. Entonces, Barbero dice que “si se mira desde la socialidad, la comunicación se revela en cuestión de fines, si se mira desde la institucionalidad la comunicación se convierte en una cuestión de medios”⁶⁴, entendida como una configuración discursiva pública que está influenciada por los intereses privados.

Las tecnicidades que median las Lógicas de Producción y los Formatos Industriales son entendidas como la capacidad de renovar los modos y espacios de recepción como las redes, que buscan el replanteamiento constante del sentido de las arengas masivas.

Barbero se refiere a la mediación de las ritualidades como “el nexó simbólico que sostiene toda comunicación: los anclajes de la memoria. Las ritualidades constituyen la interacción entre los espacios y tiempo de la vida cotidiana y los

⁶² Ver Barbero. “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p.19

⁶³ Comparar. “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p.19

⁶⁴ Ver Barbero. “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p.18

espacios y tiempos que conforman los medios. Esto, les brinda cierta capacidad de poner las reglas entre significación y situación”⁶⁵

Las ritualidades remiten desde las Competencias de Recepción los diferentes usos sociales de los medios, convirtiéndose éstos en vehículos informativos inherentes a la cotidianidad del ser humano.

El concepto de Soft Power se puede complementar con el de los ejes diacrónicos y sincrónicos y sus variables que proporciona la teoría de la mediación, en la medida en que juicios expuestos por Nye como la capacidad de expresar ideas, valores y normas que atraen, influyen y guían a otros, se pueden complementar con los de la relación entre Matrices Culturales y las Lógicas de Producción que se miden por las instituciones. Esta es la lógica la que explica cómo los discursos públicos son determinados por intereses privados a través de los medios basados en configurar los comportamientos y valores que puedan mantener las relaciones de poder entre el Estado y sus audiencias.

Los medios masivos de comunicación son entendidos por Nye como instrumentos que hacen uso de la información y la opinión pública para ejercer una hegemonía, lograr credibilidad y atracción. Barbero podría complementar esta afirmación con su proposición de la relación entre Formatos Industriales y las Competencias de Recepción o Consumo que se median por las ritualidades, debido a que éstas explican cómo el uso de los medios se ha convertido en un comportamiento habitual y cotidiano de la sociedad. Bajo esta percepción se ubican los medios masivos como la televisión e Internet, que han pasado a invadir el espacio doméstico de los particulares al convertirse en una necesidad de consumo de los habitantes ⁶⁶

Lo anterior permite deducir que la información se ha convertido en una carrera por transmitir los mensajes en el menor tiempo posible: ésta se considera como la nueva lucha de los Estados por ser los emisores de las noticias en una contienda constante por generar industrias que se posicionen en el mercado de consumo del ser humano. Virilio define esto como la Bomba Informática, argumento

⁶⁵ Ver Barbero. “Pistas para entre-ver de los medios y mediaciones”.p.19

⁶⁶ Comparar Virilio, “*la Bomba Informática*”,p. 127

que coinciden con las premisas de Nye e incluso complementa este análisis al profundizar de qué manera las industrias de los Estados han luchado por dominar el espacio informativo después de la segunda Guerra Mundial.

Las Lógicas de Producción y los Formatos Industriales que están mediados por las Tecnicidades, son el espacio en el cual las Teorías de la Comunicación y las Teorías de Relaciones Internacionales se articulan, y son el punto de inflexión en donde ambas pueden complementarse entre sí, siendo en este caso la comunicación el complemento idóneo para Nye, sin descartar que las teorías de Relaciones complementan a las de la comunicación⁶⁷. En las tecnicidades se encuentra el fenómeno de las redes, y la sociedad de la información.

Cabe resaltar que en las tecnicidades -punto de articulación donde coinciden las escuelas de pensamiento de la comunicación y la disciplina de Relaciones Internacionales- se encuentran los hechos históricos en donde los Mass media entran a hacer parte fundamental en la configuración del escenario internacional. Uno de ellos es Kosovo el escenario histórico considerado como el hecho en que las dos disciplinas analizan la comunicación y marca el paradigma de las redes en las Relaciones Internacionales.

Kosovo, representaba un reto geoestratégico para Estados Unidos, y los medios de comunicación fueron utilizados como instrumentos que determinaron una agenda de intervención humanitaria en este conflicto. Martha Cabrera, expone en su artículo de investigación Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría, un estudio realizado de dos programas de CNN Insight y Worldvietu antes y después del bombardeo, que se distinguió por:

El reportaje acríptico de las acciones de la OTAN como "intervención humanitaria", omitiendo el análisis de temas claves en la comprensión del conflicto y los intereses en juego como: los cambios en el papel de la OTAN, la legalidad del bombardeo y las consecuencias de la intervención para el tema de la soberanía Nacional, la satanización de Slobodan Milosevic construido mediáticamente como un Déspota al mando de un "país paria" y comparado frecuentemente con Sadam Hussein, El enfoque en las atrocidades (reales o supuestas) serbias y la exageración en las cifras de albaneses étnicos muertos. La

⁶⁷ Nye aporta teóricamente varias obras de la comunicación como "*El Nuevo Orden Mundial de la Comunicación en la Era de la Sociedad de la Información*" en donde es parte fundamental para argumentar el papel de los medios de comunicación en la sociedad internacional, en las potencias y Estados.

promoción entusiasta y reiterada de una guerra satanizada, centrada en aspectos tecnológicos que ocultaban los daños materiales y las muertes provocadas por acciones de la OTAN.⁶⁸

El análisis de la investigación realizada por Cabrera dedujo que “el conflicto en Kosovo se caracterizó por presentar a una institución como la OTAN y sus Estados miembros se reflejaban como "comunidad mundial" preocupada por los interés de paz y los valores humanitarios”⁶⁹, imagen que los medios habían proporcionado; de ahí que el patrón narrativo predominante sea el de presentar la acción como intervención humanitaria, siguiendo con la tendencia de posguerra fría difundida por las grandes cadenas de noticias de seguir la agenda norteamericana⁷⁰

Del lado de la disciplina de las Relaciones Internacionales, Joseph Nye, si bien no explica el conflicto ocurrido en 1999 en Europa del Este, sí afirma que la teoría de transición hegemónica podría explicar el conflicto⁷¹. De otro lado, Paúl Virilio y su análisis a la luz de la Comunicación expone que Kosovo se perfiló como el escenario donde la intervención americana se produjo gracias a la aceleración de la información. Esta velocidad absoluta mundializó la estrategia de guerra, la política en el juego de las redes y la cibernética, lo cual rápidamente legitimó el conflicto en esta zona por la opinión pública que generó una presión directa a las instituciones internacionales para interceder en estos conflictos.

La Tecnicidad entendida como las redes, la Cibernética y el espacio de socialización para que los medios lleguen a sus audiencias articula escenarios como los del Golfo Pérsico y Kosovo, mencionados en las disciplinas de Relaciones Internacionales y la Comunicación. Sin embargo, el punto de conexión entre las teorías es vista a la luz de las Tecnicidades, concepto teórico expuesto por Barbero, lo que deduce que los conceptos de Nye pueden ser analizados a la luz de la Comunicación.

⁶⁸ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico...

⁶⁹ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico.

⁷⁰ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico.

⁷¹ Comparar Nye, Joseph. “The Changing Nature of Power”, p. 15-45.

Ahora bien, las tecnologías de la información son consideradas dentro de la Tecnicidad como el vehículo entre los diferentes actores, y el principal actor de la mundialización, transformando incluso instituciones tradicionales como la familia, la Iglesia, la instituciones educativas entre otras. Y bajo este marco expuesto por Barbero, se puede complementar la afirmación de Nye que se refiere a que la comunicación no es monopolio del Estado; no es éste quien por sí solo produce el Soft power. De hecho la sociedad civil misma genera elementos de atracción como fuente de este tipo de poder, como en el caso de las universidades, entre otros. Estas fuentes privadas pueden estar representando, en mayor o menor medida, los valores e ideología del Estado.

Nye, menciona de qué manera *cooptive power* se apoya en la atracción de las ideas o en la capacidad de configurar la agenda mundial según los intereses de la Nación en una forma que determina las preferencias que otros van a expresar. Es decir, la “*agenda-Setting*” (como medio político) para beneficio propio, y en la atracción hacia los valores y políticas del Estado, a través de la cultura y las teorías de la Comunicación. En este caso la teoría de los Efectos limitados, y *Agenda Setting* complementan la primera afirmación, sustentando esto bajo la premisa sobre la construcción de la agenda, en la que explica que “son las agencias de la comunicación las que determinan y establecen la orientación de la atención del público hacia determinados objetos o cuestiones de la escena político social; así como, la importancia que el público asigna a cada una de esas cuestiones se ve influida por el grado de relevancia que los mass media les otorgan”⁷²

Un ejemplo de lo anterior se vio en Somalia, 1993 en donde los medios masivos de comunicación se convirtieron en un instrumento político, que entraron a influenciar las políticas exteriores de los Estados. Es decir, “los medios de comunicación, en este caso la televisión, mostraron escenas bastante abrumadoras: miseria, niños muriéndose de hambre y una problemática profunda de salubridad para alertar a la opinión pública de muchos Estados. Lo que condujo a que, la sociedad

⁷² Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico.

civil pusiera en tema de discusión la posibilidad de intervenir en la región de África”⁷³. Este efecto se traspaso también como tema en la agenda en las Naciones Unidas.

Efectivamente, “la intervención de las tropas norteamericanas y de las Naciones Unidas se llevó a cabo, resaltando la entrada de estos actores como una hazaña heroica por los medios de comunicación mas influyentes del Estado norteamericano”⁷⁴ Sin embargo, el desgaste de tropas pronto se iba a notar, como lo afirma Martha Cabrera: “La operación resultó un fracaso, alrededor de 70 hombres resultaron heridos y 18 resultaron muertos y cinco sobrevivientes”⁷⁵ Rápidamente este fracaso político debió ser tratado por el gobierno Americano, procurando no recaer en los desastrosos de Vietnam.

La atracción hacia los valores y políticas del Estado, a través de la cultura que manifiesta Nye puede ser complementada por Néstor García Canclini quien explica en su libro Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del XVIII cómo los cambios en la manera de consumir han generado las posibilidades y las formas de ser de la sociedad, del ciudadano. Incluso el texto afirma que el comportamiento de las sociedades actualmente se concentra más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia y espacios públicos como ocurría antes de la aparición de las nuevas tecnologías. Canclini usualmente complementa las obras de Barbero: en este caso, y con el texto sobre la cultura puede afirmar argumentativamente la relación que existe entre la sociabilidad que media las Matrices Culturales y las Competencias de Recepción y Consumo, pero con una visión incorporada de las nuevas tecnologías.

Para Canclini las sociedades manejan un comportamiento “gracias a la Tecno burocratización de las decisiones y la uniformidad internacional impuesta por los neoliberales en la economía”. Esto hace que la comunidad reduzca lo que está sujeto

⁷³ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico.

⁷⁴ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.127 Documento electrónico

⁷⁵ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.135 Documento electrónico.

a debate en la orientación de los hábitos y comportamientos: “pareciera que éstas se planifican desde instancias globales inalcanzables y que lo único accesible son los bienes y mensajes que llegan a nuestra propia casa y usamos como nos parece”⁷⁶

Esta nueva esencia sociocultural se ve marcada para Canclini por un redimensionamiento de las instituciones locales y nacionales que han perdido peso en beneficio de los conglomerados empresariales de alcance transnacional: la reelaboración de “lo propio”⁷⁷, debido al predominio de los bienes y mensajes procedentes de una economía y creencias de vida globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a las cuales se pertenece; la consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores. Un ejemplo que da Canclini se remite a los jóvenes en torno del rock los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélites”⁷⁸.

Los medios masivos de comunicación entran en los espacios culturales de las sociedades, condicionando determinados comportamientos. Estas sociedades se organizan de tal manera que se convierten en una fuerza política que buscan ejercer dentro del sistema en temas globalizados como los derechos Humanos, creando el ambiente que determinaría una agenda mundial y utilizando éstos como argumento a favor de intervención e incidencia política en zonas y Estados de conflicto.

Para Martha Cabrera, el nuevo orden mundial en la conjunción de un medio político unipolar en la posguerra fría, basado en la revolución de las comunicaciones, inaugura una era de fronteras geopolíticas fluidas, marcada por una serie de conflictos e intervención de la comunidad internacional que busca un equilibrio o cultura de la seguridad, planteando nuevos retos con miras a mantener la hegemonía de los EE.UU.

⁷⁶ Ver Canclini Néstor “Consumidores del Siglo XXI Ciudadanos del Siglo XVIII” En *Biblioteca Virtual de Ciencias sociales*.1995. P29-54. Documento electrónico.

⁷⁷ Ver Canclini “Consumidores del Siglo XXI Ciudadanos del Siglo XVIII” p35. Documento electrónico.

⁷⁸ Ver Canclini “Consumidores del Siglo XXI Ciudadanos del Siglo XVIII”p35. Documento electrónico.

A modo de conclusión se podría afirmar que la coyuntura mundial ocurrida en el escenario posterior a la guerra fría es el análisis teórico expuesto por Joseph Nye en la teoría de transición hegemónica, y más específicamente en el concepto de Soft Power; así mismo el papel que han jugado los medios masivos, la Mass mediación y la agenda como vehículo para ejercer este poder, son premisas que estudian y que permiten deducir y comprender este hecho histórico.

Sin embargo, las teorías de la Comunicación, específicamente las tesis de Barbero y Caclini explican y complementan, esta visión del mundo que ha conformado el concepto de Soft Power de Nye.

Por otro lado, Cabrera afirma que mientras las intervenciones de los años noventa fueron relativamente exitosas en el sentido de que los medios de comunicación siguieron la agenda norteamericana, las intervenciones mas recientes en Afganistán e Irak presentan gracias a la acción de los nuevos medios de comunicación como Internet, una serie de variables que no son controlables solo por el Estado hegemón⁷⁹. Efectivamente la agenda es mediada no solamente por Estados Unidos, sino que existen muchas concepciones y mediaciones de diferentes potencias gracias a la reconfiguración del sistema internacional.

Pese a que Nye no analiza a profundidad las guerras de Irak y Afganistán, estos conflictos podrían ser estudiados a la luz de sus postulados. Sin embargo, el fenómeno de las nuevas tecnologías de la información sumado a las redes y nuevas competencias de los Estados por la modernización y posicionamiento de los medios, podría tener un complemento teórico proporcionado por los científicos de la Comunicación específicamente bajo la conceptualización de Paúl Virilio.

⁷⁹ Ver Cabrera “Medios de comunicación y medios audiovisuales en conflictos armados en la posguerra fría” .p.131 Documento electrónico

4. CONCLUSIONES.

A partir del estudio realizado sobre el papel que han jugado los medios masivos de comunicación en la construcción de las agendas políticas internacionales se puede concluir que: la importancia de explicar un fenómeno a partir de diferentes disciplinas permite comprender el comportamiento del sistema internacional.

En este caso, el aporte teórico que Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Paul Virilio hacen a la teoría de transición hegemónica de Joseph Nye es un complemento que no sólo sustenta el concepto de Soft Power sino que ejemplifica como los medios influyen en la configuración de la política internacional, en la intervención de los conflictos de la década de los noventa, y en conceptos claves como cultura. Así mismo, Barbero relaciona el poder que los Estados han obtenido con la comunicación masiva a partir del auge obtenido por Estados Unidos, quien utilizó este fenómeno para sus industrias.

En cuanto a los objetivos planteados se puede concluir que; al analizar teóricamente cómo los medios masivos de comunicación se han convertido en un vehículo político que influye los procesos de toma de decisión en las agendas políticas internacionales según Canclini y Barbero se puede afirmar que la relación entre comunicación la política y cultura determinada por las mediaciones, es la estructura fundamental para mantener la hegemonía de un Estado.

Lo anterior, explica como los medios de comunicación han condicionando los comportamientos sociales y estereotipos que influyen en la opinión pública. Esto aporta al concepto teórico de Soft Power de Nye.

Por otro lado, el análisis de los postulados realizados por Virilio, han sido claves para articular y complementar la disciplina de Relaciones Internacionales. Debido a que este teórico ejemplifica en los conflictos del Golfo Pérsico y Kosovo, cómo los múltiples mensajes transmitidos por las principales cadenas de información, han sido una herramienta de poder para intervenir en la región por parte de Estados Unidos.

Igualmente, la explicación que Virilio hace sobre la rapidez y velocidad de la información, la ampliación y la invasión del espacio doméstico de los mensajes hace entender que; es la razón por la cual los medios han adquirido poder en el escenario internacional y se convirtieron en elementos clave de estrategia en la política exterior y militar de los Estados más potentes.

De otra parte, al hacer la evaluación y mirar de que manera las teorías de la comunicación complementan a Nye, la investigación arrojó un aporte muy pertinente para darle una base teórica estructural a la premisa de Nye sobre los medios de comunicación y su influencia en la agenda internacional, a partir de las variables diacrónicas y sincrónicas.

Así mismo, al hacer la evaluación teórica, este trabajo propone la necesidad de construir una teoría contemporánea en Relaciones Internacionales, complementada por otras disciplinas, que permita comprender las nuevas tecnologías en los medios informativos, que sí bien pueden ser estudiadas bajo la teoría de Transición Hegemónica de Nye (complementada por Virilio, Canclini y Barbero), se necesita una teoría que sintetice no solo el efecto producido por los medios, sino las variables económicas, jurídicas que confluyen dentro de la comunicación.

Por otro lado, dentro de la investigación realizada, fue necesario apoyarse en otras teorías de la comunicación, de la Ciencia política y otras disciplinas para explicar por ejemplo la configuración de la agenda política. Sin embargo, partir de tres teóricos contemporáneos permitió manejar una línea de investigación rigurosa, y delimitada.

Sin embargo, al realizar la recopilación y análisis de la información se encontró que existen teóricos de la Comunicación que critican los postulados de Martín Barbero y García Canclini, y en general las teorías de las mass mediación y los efectos que producen los medios masivos. Uno de los más representativos es Eric Maigret el cual afirma que los medios no ejercen un impacto fuerte en las sociedades, debido a que los individuos tienen la capacidad crítica para poder analizar los mensajes recibidos por los medios. Así mismo, afirma que existen otras fuentes de información como la Academia que permiten darle a la opinión pública una visión

más acertada de la información con la que las sociedades deciden sus creencias e influyen en diferentes temas.

Por lo anterior, este trabajo teórico es un punto de partida para construir una reflexión crítica sobre la premisa de la influencia de los medios de comunicación en las agendas políticas internacionales, la cual se podría basar en los postulados Maigret, considerando que la política internacional no es influenciada por los medios masivos de comunicación, sino la ésta se nutre de diferentes fuentes para la construcción de la agenda. Lo cual generaría un aporte significativo para la disciplina de Relaciones Internacionales.

Finalmente, Comprobar teóricamente el papel de los medios masivos de comunicación (MMC) influyen en la construcción y establecimiento de las agendas políticas internacionales; ha sido un punto de reflexión importante que nutre la disciplina de las Relaciones Internacionales.

BIBLIOGRAFÍA.

Canclini, García Néstor. *Consumidores y Ciudadanos Conflictos Multiculturales de la Globalización*. México: Grijalbo, 1995.

_____. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 2005.

_____. *La globalización imaginada*. México: Paidós, 2001.

_____. *Mapas Nocturnos diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. México: Siglo del hombre editores, 1998.

Dominick Joseph, Wimmer Roger. *Introducción a la investigación de los medios masivos de comunicación*. México: Thompson Editores, 2000.

Guillermo Sunkel. *El consumo cultural en America Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2006.

Lozano, Carlos. *Teoría e investigación de la Comunicación de Masas* México: Pearson Educación, 2007.

Maigret, Eric. *Sociología de la comunicación y de los medios*, México: Fondo de Cultura Económica, 2005.

Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación Cultura y Hegemonía*. México: Gustavo Gil, 1987.

_____. *Globalización y Multiculturalidad: notas para una agenda de investigación*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

_____ . *La Educación desde la Comunicación*. México: Gustavo Gil, 2002

Martín Barbero, Jesús Rey, German. *Los ejercicios de ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999

Mccombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*: Barcelona: Paidos, 2006.

Nye Joseph, *The future of Power*. New York: Public Affairs. 2011.

_____. *Power in the global information age from realism to globalization*. Londres, New York: Routledge Group, 2004.

_____. *Soft power the means to success world politics*. New York: Public affaires, 2004.

Ramírez, Alfonso. “Conceptos básicos de la TRM” En Teoría de la información y Comunicación, 2003.p.22. Documento electrónico

Reig Ramón, *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona Paidos, 1998

Sorth Raúl. *Historia y poder de la prensa*. Barcelona Editorial Andrés Bello, 1998.

Virilio Paúl, *La Bomba Informática*, traducción Mónica Paúl Ediciones Cátedra S.A. 1999.

Artículos en publicaciones periódicas académicas.

Andrade Castro, Jesús Alberto. “Discurso y uso de las tecnologías de información: herramienta para la hegemonía” *Revista de Ciencias Sociales* Vol. XI No. 1 (Maracaibo), enero de 2005. Consulta realizada en Agosto de 2011. Disponible en la Web <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/280/28011106.pdf>

Barbero Jesús Martín, “Comunicación espacio publico y Ciudadanía” En revista digital folios Edición especial Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia (2010),37-51. Consulta realizada mayo de 2012. Disponible en la Web <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11800/10726>

“El miedo a los medios, Política, comunicación y nuevos modos de representación” *En revista digital Nueva Sociedad Edición 161*, Universidad del Valle (2002) 45- 56. Consulta realizada mayo de 2012. Disponible en la Web http://www.nuso.org/upload/articulos/2765_1.pdf

. “Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina”. En Revista Latina de Comunicación Social (2000) 11- 55. Consulta realizada en mayo de 2012 Disponible en la Web <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/barbero.html>

Cabrera, Martha. “Medios de comunicación y medios visuales en los conflictos armados en la posguerra fría”, *Revista Oasis 2006-2007, num. 12 Centro de investigaciones y proyectos especiales Cipe Facultad de Finanzas Gobierno y Relaciones Internacionales*. Universidad Externado de Colombia (2006). 119-140.

“Guerra de imágenes, imágenes de guerra: cuatro eventos mediáticos de la guerra de Iraq”. *Observatorio de análisis de los sistemas internacionales (OASIS) Edición No 13 Universidad del Externado de Colombia (2006)*. 119-140.

D´adamo, Orlando. García Virginia, Beaudoux. Freidenberg, Flavia. Efectos políticos de los medios de comunicación: Un análisis de la función del establecimiento de la agenda. *En revista digital de Psicología Política, N° 20*, (2000) 47-63. Consulta realizada en julio de 2012. Disponible en la Web <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N20-3.pdf>

Lechner Norbert “La política ya no es lo que fue” En revista digital Nueva Sociedad Nro 144. México (1996) p. 6. Consulta realizada en julio de 2012. Disponible en la Web http://www.nuso.org/upload/articulos/2518_1.pdf

Quinche Ortiz, Crespo. “De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido”. *Revista Cultura y Globalización*. Universidad Andina Simon Bolívar. (1999). 62-67. Consulta realizada en mayo de 2012. Disponible en la página Web: http://www.flacso.org.ec/docs/i4_ortiz.pdf

Nye, Joseph The Changing Nature of World Power Jr. Source: Political Science Quarterly, Vol. 105, No. 2 (Summer, 1990), pp. 177-192 Published by: The Academy of Political Science Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2151022>-

Sabada, Teresa. Rodríguez Jordi. “La construcción de la agenda de los medios: El debate del Status en la prensa española”. *Ámbitos Revista internacional de comunicación*. Universidad de Sevilla. 2007. Consulta realizada en julio de 2012. Disponible en la página Web: http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/10rodriguez.pdf

Sunkel, Guillermo (2002) “Una mirada otra: La cultura desde el consumo”. En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. (1999) 287-294. Consulta realizada en junio de 2012 Disponible en la pagina Web <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

Hortolano, José Manuel. “el impacto social de las nuevas tecnologías”. *Revista latina de Comunicación Social*. Número 24 (Diciembre 1999). Consulta realizada en Mayo de 2011 Disponible en página Web: http://www.zimbio.com/EducaSocial_NTIC/articles/43

Artículos en publicaciones periódicas no académicas.

Barbero Jesús Martín “Las transformaciones del mapa cultural: una visión desde América Latina”. *Revista Latina de Comunicación Social*, No .26 (23 02-2000):7-21
Disponble en pagina Web
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/barbero.html>

Barber, Benjamin. “The ambiguous effects of Digital Technology on Democracy in a globalizing world”. *Heinrich Böll Stiftung*. Consulta realizada en Febrero de 2011.
Disponble en la página Web:
<http://www.wissensgesellschaft.org/themen/demokratie/democratic.html>.

Moure Leire. “la teoría de la política internacional treinta años después” Consulta realizada en agosto de 2011 Investigación de la Cátedra de Estudios Internacionales de la Universidad del País Vasco Disponble en la página Web:
<http://www.reei.org/index.php/revista/num17/articulos/teoria-politica-internacional-treinta-anos-despues>

Otros documentos.

Adeli, Jordi. “Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información”
Consulta realizada en agosto de 2011 Disponble en la Web:
<http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>

Tamayo Eduardo., *Movimientos Sociales y Comunicación en Tiempos de la Globalización*, 2006 Consulta realizada en julio de 2012 Disponble en la página Web:
<http://alainet.org/active/11458>

McCombs Maxwell: , Article the agenda Setting Function of the Mass Media. Publicado en el *Public Opinion quarterly* 36 pp 176-185. Disponble en la página Web

Norbert Jock “Una súbita detención de por vida en la prisión temporal del Mundo”.
Nihilismo y Crítica, Et Cetera N-4, 2000 p. 167
http://www.pedrogarciaolivoliteratura.com/Sala%20virtual%20de%20lectura_archivos/detencion.pdf

Weber, Max, Sociología de la religión, Teoría de los Efectos limitados Pléyade, Buenos Aires, 1978.

Biblioteca virtual Luis Ángel Arango Teoría de la Agenda Setting; Disponible en pagina Web <http://www.lablaa.org/blaavirtual/periodismo>.