

CAPITULO 3.- LA INFORMACION Y PROPAGANDA INTERNACIONALES.

El sistema informativo internacional: evolución histórica.-Características generales del sistema informativo internacional. -La dependencia informativa: el subdesarrollo y el fenómeno de la transculturación.- La propaganda: concepto y características fundamentales.- La propaganda internacional: concepto, formas y técnicas.

1.-EL SISTEMA INFORMATIVO INTERNACIONAL: EVOLUCION HISTORICA.

Afirmar que vivimos en un mundo en el que la transmisión de la información, gracias a las telecomunicaciones, posee un alcance planetario y que los medios de comunicación de masas ejercen un impacto directo en la génesis, evolución y resolución de los acontecimientos internacionales, resulta una aseveración muy sencilla de demostrar ya que forma parte de nuestra experiencia personal, directa y cotidiana.

Pero tan importante como la facilidad de transmisión y de acceso a esa información, lo es su alcance mundial e inmediato y, también, la diversidad de medios de comunicación (escritos y audiovisuales) y de fuentes informativas, gracias a las que podemos disponer de una información exhaustiva que nos permita forjarnos una interpretación lo más completa y veraz posible de lo que acontece en la realidad, nacional e internacional.

1.1.-El Siglo XIX.

En efecto, durante el último cuarto del siglo XVIII, asistimos a la emergencia de una nueva sociedad internacional, impulsada por dos grandes acontecimientos políticos de alcance internacional: se trata de la independencia de los Estados Unidos y de la Revolución francesa. Ambos acontecimientos trastocaron el orden político interno y propiciaron también un cambio en el marco de las relaciones internacionales, cuyo nacimiento político puede situarse en el Congreso de Viena de 1815.

La estructura política de esta sociedad internacional, descansa en un núcleo centralizado en Europa cuya dirección corresponde al denominado *concierto europeo de las grandes potencias*, integrado por Gran Bretaña; Rusia; Prusia (más tarde Alemania); Austria y Francia. Estas potencias no sólo dominaban el continente europeo sino que, a través del sistema colonial, reforzado con la expansión y posterior división del centro de África a finales del siglo XIX, controlaban gran parte de los continentes africano y asiático, además de las islas y archipiélagos del Pacífico, excepción hecha de Japón.¹

¹-KENNEDY, P.-op.cit.; págs.191 y ss.

MEDINA, M.-Teoría y formación de la sociedad internacional.-Madrid, 1983.Edit. Tecnos; págs.529 y ss.

RENOUVIN, P.-Histoire des relations internationales.- París, 1955. Edit. Librairie Hachette.(traducción de Justo Fernández Buján e Isabel Gil de Ramales.-Historia de las Relaciones Internacionales.- Madrid, 1ª ed., 1964, 1ª reimp., 1969. Edit. Aguilar. Tomo II; vol.I.)

TRUYOL, A.-La sociedad internacional.-Madrid,1974.Edit. Alianza; págs. 56-70.

Junto al núcleo europeo, coexistirán tres subsistemas políticos periféricos: el imperio turco; el imperio chino y el área americana. Mientras los dos primeros irán descomponiéndose progresivamente en el transcurso del siglo XIX, el último, en cambio, irá fortaleciéndose al compás de las aspiraciones hegemónicas de los Estados Unidos, formuladas ya en 1823 con la *Doctrina Monroe*.

En cuanto a la estructura económica internacional, el siglo XIX estuvo dominado por el impacto provocado por la Revolución Industrial, que desde Inglaterra fue extendiéndose a las potencias continentales (Francia; Austria; Alemania) y ultramarinas (Estados Unidos y Japón). La industrialización, al mismo tiempo que impulsaba la concentración internacional del capital en la burguesía de las grandes potencias, alimentaba un poderoso proceso de innovación científica y tecnológica en todos los órdenes de la vida social, lo que contribuyó a garantizar la dominación mundial por estas potencias.²

Finalmente, también en el seno de la estructura cultural, el siglo XIX constituyó un período de profundos cambios. Es la etapa de formación de los movimientos nacionalistas, de emergencia de las ideologías políticas internacionalistas (socialismo; anarquismo; sionismo; pangermanismo; paneslavismo; panamericanismo; panlatinoamericanismo; etc.) y, también de las ideologías humanistas (aboliciónismo; feminismo). Naturalmente, esta efervescencia ideológica se desarrollaba casi exclusivamente en los países europeos y americanos. Para la inmensa mayoría de las sociedades del planeta, los efectos de todas estas corrientes de ideas sólo comenzaron a dejarse sentir a partir del primer cuarto del siglo XX.

Sin embargo, en el sustrato profundo de estas tres estructuras, podemos observar un mismo fenómeno social que constituye una de las principales mutaciones que ha experimentado la Humanidad en los últimos siglos. Me refiero al creciente protagonismo político, económico y cultural de las masas. Primero al amparo del liderazgo de la burguesía y, poco después, bajo la presión del proletariado urbano y del campesinado.

En efecto, se van configurando *las sociedades de masas*, puesto que son ellas las que nutren los nuevos ejércitos estatales de recluta obligatoria; las que con sus votos ascienden a los partidos políticos a los puestos gubernamentales y también las que con sus rebeliones derrocan monarcas absolutos y derriban imperios. Son las masas populares las que crean las naciones, unifican los Estados e independizan las colonias de sus metrópolis. Finalmente son ellas las que con su trabajo en las fábricas, su consumo y sus impuestos sustentan el creciente poderío del capitalismo europeo y facilitan su expansión mundial.

Estas mismas sociedades de masas son las que propician el desarrollo de los medios de comunicación social, que actúan como auténticos catalizadores del proceso de autoconciencia de las propias masas populares en su creciente protagonismo y su acumulación de poder, estatal e internacional, frente a las elites dirigentes. Como ha escrito Timoteo Alvarez se produce:

²-CLOUGH, Sh.B.-*La evolución económica de la civilización occidental*.-Barcelona, 1970.Edit. Omega; págs. 370 y ss.

*"una preferente relación simbiótica aunque no casual, como se verá más adelante, entre las masas y los medios de comunicación de masas, a los que hay que conceder, de momento al menos, la capacidad de divulgación y, por tanto, de generalización del fenómeno. Los medios hicieron, como mínimo, conscientes a las masas de su potencial de poder, las empujaron a la acción y las llevaron al protagonismo."*³

Los medios de comunicación social son, por tanto, vehículos de cohesión y movilización de las masas, urbanas y rurales, pero al propio tiempo surgen y se potencian gracias a su difusión entre ellas. A este respecto, no hay que olvidar que en el ascenso histórico de las sociedades de masas, la primera etapa es protagonizada por las clases medias burguesas a las que, más tarde, se les sumarán los obreros y campesinos. En esta primera fase del proceso de expansión de los medios de comunicación social, que se extiende desde la Revolución francesa hasta la década de 1880, son los medios de comunicación escritos los que dominaron el panorama informativo. Periódicos de partido o vinculados a un determinado líder político, como el **Times** de Londres; gacetas de información local; publicaciones dominicales como el **News of the World** o el **Lloyd's Weekly News**, o diarios populares, más conocidos como "penny press" (prensa de penique), entre los que podríamos citar el **New York Herald**, el **New York Tribune**, el **Petit Journal** o el **Daily Telegraph**, configuraron el panorama de los medios informativos más importantes de este período.

La creciente proliferación de periódicos generó una demanda expansiva de noticias e información que dio origen a la creación de las primeras **agencias de noticias** que, aún siendo inicialmente de alcance nacional, por surgir precisamente para satisfacer las demandas informativas de las grandes potencias coloniales europeas, operaron también como agencias de noticias de proyección internacional. La primera de ellas se funda en París en 1832 por **Charles Havas**. A ella le siguieron la agencia alemana, fundada por **Bernard Wolff** en 1849, y la agencia británica, establecida por un emigrante alemán, **Julius Reuter**, en 1851. Simultáneamente, en Estados Unidos un grupo de editores de periódicos fundaba en 1848 la agencia **Associated Press**.

Muy pronto, el peso alcanzado por estas agencias de noticias en sus respectivos países y la competencia por penetrar en nuevas áreas, propiciada por el desarrollo del telégrafo, les indujo en 1859 a establecer un acuerdo de cooperación por el que se repartían el mercado mundial en tres grandes áreas, se articulaban intercambios recíprocos de información y se facilitaban el uso común de sistemas de comunicación. De este modo, la agencia Havas se reservó el control informativo del imperio francés y de ciertas áreas europeas. Por su parte, la agencia Wolff operaba fundamentalmente en Europa Central y el imperio ruso. Por último, la agencia Reuter dominaba el flujo de noticias en el imperio británico, la mayor parte del continente americano, incluidos los Estados Unidos, y Extremo Oriente. Surge así el primer cártel

³-**ALVAREZ, J.T.**-*Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo.*- Barcelona, 1987. Edit. Ariel; págs. 13-14.

informativo de alcance mundial, establecido por las primeras empresas multinacionales del campo de la información.⁴

Este cártel se mantuvo formalmente hasta 1934, aunque su período de mayor actividad sólo llegó hasta 1889, ya que con posterioridad los conflictos de intereses y la competencia entre las principales agencias de noticias redujo sensiblemente su eficacia. Ya en 1875, la presión de la agencia Associated Press, obligó a una redistribución de las áreas asignadas con anterioridad. Con la incorporación de la Associated Press, ésta adquiría la exclusiva en la distribución de noticias en el interior de los Estados Unidos a cambio de renunciar a su penetración en Europa y América del Sur. Paralelamente, Havas y Reuter concluían un acuerdo bilateral por el que la primera adquiría el control informativo de América del Sur. Aunque este acuerdo poseía una vigencia exclusivamente anual, sin embargo, las sucesivas renovaciones posteriores lo mantuvieron vigente durante 40 años. Con la creación, en 1907, por Edward Scripps de la agencia **United Press** y, dos años más tarde, la constitución por Hearst de la **International News Service**, se cierra el capítulo de las agencias de noticias que operaron en el marco de la sociedad internacional decimonónica.

La existencia de estas agencias de noticias de alcance internacional sirvió para sentar las bases de unas redes informativas que desde París; Berlín; Londres o Nueva York, recibían las informaciones de todos los rincones del mundo, las seleccionaban, las redactaban y distribuían nuevamente entre sus asociados de todo el mundo. Entre los principales clientes de estas agencias figuraban los periódicos, nacionales o locales, pero junto a ellos se encontraban también los gobiernos y numerosos empresarios, banqueros, industriales o comerciantes. Las agencias internacionales de noticias constituían, por tanto, un poderoso instrumento de la hegemonía mundial que en los ámbitos político, económico y cultural, ejercían un reducido número de potencias. Estas redes informativas internacionales todavía subsisten en la actualidad y siguen dominando, con algunas variaciones significativas, una parte mayoritaria del flujo informativo mundial del que se nutren otros medios de comunicación social.⁵

⁴-**LOPEZ-ESCOBAR, E.**-Análisis del "nuevo orden" internacional de la información.- Pamplona, 1978. Edit. EUNSA; págs. 45-48.

HAMELINK, C.J.-The Corporative Village. The Role of Transnational Corporations in International Communication.- Roma, 1ª ed., 1977. Edic. revisada, 1980. Edit. IDOC. (traducción de Homero Alsina Thevenet.-La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación audiovisual.- Barcelona, 1981. Edit. Gustavo Gili; págs. 193-197.

ALVAREZ, J.T.-op. cit.; págs. 30-42.

⁵-En el informe elaborado por el grupo de la UNESCO dirigido por Sean MacBride, se afirmaba:

"Cinco de esas agencias de prensa-Agence France Press (Francia); Associated Press (Estados Unidos); Reuter (Reino Unido); Tass (URSS) y United Press International (Estados Unidos)-desempeñan un papel especialmente importante en el plano mundial, debido a la amplitud y al perfeccionamiento técnico de sus sistemas de acumulación y distribución de la información en un gran número de lenguas, en todo el mundo."

Los diversos estudios cuantitativos y cualitativos realizados sobre estas cinco agencias, avalan la idea del poder informativo mundial que poseen. Por ejemplo, según los datos recogidos en la obra de López-Escobar, para un total mundial de 152 agencias de noticias, las cinco grandes agencias citadas disponían de un total de 286 representaciones repartidas por todo el mundo, lo que equivalía al 48,6 % de

La excesiva dependencia que originariamente poseían los periódicos de estas agencias, experimentó un cambio decisivo a partir de la década de 1880, cuando comienzan a surgir los primeros "trusts" periodísticos vinculados a los nombres de lord Northcliffe y lord Beaverbrook en Inglaterra; Pulitzer o Hearst en Estados Unidos; Ullstein, Mosse o Hugenberg en Alemania. Estos nuevos grupos periodísticos configuraron auténticos oligopolios que, primero a escala nacional y más tarde con una difusión internacional, lograron equilibrar el poderío informativo y económico de las agencias de noticias, merced a disponer de sus propias redes de corresponsales y a sus tiradas millonarias. Entraban en escena una nueva categoría de empresas multinacionales de información cuya importancia se mantuvo hasta el período de entreguerras.

En efecto, es la generación del **Manchester Guardian**, el **Daily Mirror** o el **Daily Mail** en Gran Bretaña; del **World** de Pulitzer y del **New York Journal** de Hearst en Estados Unidos y de **Le Petit Journal**, **Le Petit Parisien**, **Le Matin** o **Le Journal** en Francia. Todos estos títulos corresponden a la prensa diaria de tirada masiva y orientada al gran público. Pero junto a ella surgen o permanecen los periódicos de élite, destinados a los círculos políticos y económicos más influyentes y con un nivel educativo más elevado. Entre los títulos más destacados de esta prensa merecen recordarse los del **Times** y el **Daily Telegraph** entre los británicos; el **New York Times** y el **Christian Science Monitor** entre los norteamericanos; el **Frankfurter Zeitung** y el **Berliner Tageblatt**, entre los alemanes o **El Imparcial** y **El Liberal** entre los españoles. Capítulo propio le corresponde a la prensa especializada de naturaleza económica, en el que los títulos del londinense **Financial Times** (1884) y del neoyorquino **Wall Street Journal** (1889), constituyen, sin lugar a dudas, los ejemplos más importantes y representativos.⁶

1.2.-El período de entreguerras.

las 588 representaciones de agencias de noticias existentes en 1970. Análogamente, el estudio de Stevenson y Lewis Shaw confirma también su importancia apreciándose como las fuentes más destacadas de las noticias del extranjero transmitidas por otros medios informativos (periódicos; tv.; etc.). Si ampliamos el análisis incorporando las agencias de noticias DPA, ANSA y EFE, los datos referidos a la década de los setenta se alan que el 97 % de los 34 millones de palabras difundidas diariamente se hacían a través de estas ocho agencias.

AHUES, C. y TUPPER, P.-*"Pour une information internationale alternative"*.-Annuaire du Tiers Monde, 1978. -París, 1979. Edit. Berger-Lévrault; págs. 282-292.

ESCRICHE, P.; FONTCUBERTA, M. de; MOLINERO, C.; MURCIANO, M.-*La comunicación internacional. Enciclopedia de periodismo.*-Barcelona, 1985. Edit. Mitre. págs. 51-126.

LOPEZ-ESCOBAR, E.-*op. cit.*; pág. 452.

MACBRIDE, S.-*Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.*-México, 1980. Edit. F.C.E.; págs. 110-111.

STEVENSON, R.L. y SHAW, D.L.-*Foreign News and the New World Information Order.*-1984. Ed. Iowa State University Press. (traducción de A. Espinet y L. Porta. *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial.*-Barcelona, 1985. Edit. Mitre; págs. 72-73.)

⁶-**ALVAREZ, J.T.**-*op. cit.*; págs. 50-78.

Esta estructura informativa internacional quedó parcialmente trastocada como consecuencia de la primera guerra mundial. Los cambios políticos provocados por la contienda, como el desmembramiento de los imperios austro-húngaro y turco, la revolución bolchevique y la guerra civil rusa, la independencia de Irlanda o la emergencia de nuevas potencias regionales como Italia o Japón, se conjugaron con las pérdidas económicas sufridas por Inglaterra, Francia o Alemania, para dar paso a una reorganización de la sociedad internacional que, necesariamente, tenía que influir en las redes informativas y comunicativas mundiales implantadas en la segunda mitad del siglo XIX.

En este mismo período de entreguerras, asistimos también a una auténtica revolución en los sistemas de comunicación, provocada por la difusión de los avances tecnológicos alcanzados durante las últimas décadas del siglo anterior. El teléfono (1876), la radiotelegrafía (1897), la cinematografía (1895), la máquina de composición (1884) o la fototelegrafía (1902), son plenamente incorporados a los procesos informativos de las agencias de noticias y las grandes cadenas periodísticas, reforzando su operatividad internacional y su expansión económica. Sin embargo, estas innovaciones tecnológicas, abrieron nuevos campos para la aparición y desarrollo de nuevos medios de comunicación social que contribuirían a diversificar el panorama informativo al alcance de las masas populares, acentuado así la competencia económica.⁷

Además, estos mismos avances técnicos en la comunicación a grandes distancias ofrecían a los estados unas posibilidades de comunicación mundial caracterizadas por su diversidad, rapidez, fiabilidad y bajo coste. Esta nueva panoplia de medios de comunicación puesta al servicio de los gobiernos, fue aprovechada preferentemente en dos sentidos: en primer lugar, para impulsar la diplomacia directa al más alto nivel, en segundo término, para influir en las actitudes y opiniones de las masas populares, ya fuesen nacionales o extranjeras, en orden a potenciar la propia política gubernamental. En otras palabras, los nuevos sistemas de comunicación reforzaron la diplomacia y la propaganda, como instrumentos de la política exterior de los estados.⁸

En lo tocante a las relaciones diplomáticas, el principio wilsoniano de *la diplomacia pública*, frente a la práctica del secretismo que había dominado las relaciones interestatales decimonónicas, constituyó un reconocimiento oficial de la imposibilidad de seguir manteniendo las viejas formas diplomáticas ante el impacto de los medios de comunicación social. A partir de la Conferencia de Paz de Versalles, los periódicos dedicaron una creciente atención y extensión en sus páginas a los temas internacionales. De este modo, la opinión pública fue accediendo progresivamente a la información en un sector de la acción gubernamental que tradicionalmente le había sido

⁷-Sobre la influencia de estos avances tecnológicos en el sistema internacional de telecomunicaciones, véase:

FERNANDEZ-SHAW, F.-*Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión*.- Madrid, 1978. Edit. Tecnos.

8

.-**SEAN MACBRIDE.**-*op. cit.*; págs. 31-36.

hurtado:la política exterior.Lógicamente,a esta creciente preocupación popular por la política internacional le sucedió una creciente movilización política,orientada a influir en las decisiones de los gobiernos,que generó,en recíproca correspondencia,la constante utilización por estos de las nuevas técnicas propagandísticas.

Un ejemplo verdaderamente paradigmático de la poderosa influencia que los medios de comunicación social estaban llamados a desempeñar en las cuestiones internacionales,lo encontramos en la guerra civil española.Se puede afirmar que constituyó la primera guerra en la que la información y la propaganda ocuparon una atención estratégica preferente, propiciando un despliegue de medios informativos sin precedentes, por las partes beligerantes.Junto a los correspondientes de guerra de periódicos nacionales o extranjeros, que ya habían hecho acto de presencia por primera vez en la guerra hispano-norteamericana de 1898,aparecen los correspondientes gráficos.Además,la propaganda de ambos contendientes recurrió profusamente a la radio para dar cuenta,diariamente,de sus éxitos y denunciar los fracasos o atrocidades del enemigo.Como de forma tan reiterada y certera se ha señalado,la guerra civil española fue un ensayo general de la segunda guerra mundial,tanto en lo que se refiere al armamento y tácticas militares,como en lo relativo a la nueva función que los medios de comunicación de masas estaban llamados a realizar.⁹

La constante tensión internacional que,desde principios de los años treinta,se apoderó de Europa,Extremo Oriente y América Latina,fruto del irreconciliable antagonismo entre regímenes democráticos,dictaduras de corte fascista o partidos comunistas, agrupados bajo la dirección de la III Internacional,constituyó el caldo de cultivo idóneo para la proliferación de la propaganda política.Este tipo de propaganda recurrió a los medios escritos (diarios;revistas; folletos;pasquines;etc.) pero,sobre todo,utilizó el

⁹-ALVAREZ,J.T.(Ed.)-Historia de los medios de comunicación en España a.Periodismo.imagen y publicidad (1900-1990).-Barcelona, 1989.Edit.Ariel.

ARMERO,J.M.-España fue noticia.Correspondientes extranjeros en la Guerra Civil española.-Madrid,1976.Edit.Sedmay.

AA.VV.-Fotografía e información de guerra.España 1936-1939.-Barcelona,1977.Edit.Gustavo Gili.

CUNNINGHAM,V.-Spanish front writers on the Civil War.-Nueva York, 1986.Edit.Oxford University Press.

FERNANDEZ CUENCA,C.-La guerra de España y el cine.-Madrid,1972. Edit. Editora Nacional.

GARITAONAINDIA,C.-La radio en España 1923-1939 (de altavoz musical a arma de propaganda).-Bilbao,1988.Edit.Editorial de la Universidad del País Vasco.

GUBERN,R.-1936-1939:La guerra de España en la pantalla.-Madrid,1986. Edit.Filmoteca Española.

PIZARROSO,A.-"La propaganda cinematográfica italiana y la guerra civil española".-GARCIA,F.(Compilador).-Españoles e italianos en el mundo contemporáneo.-Madrid,1990.Edit.CSIC;págs.263-278.

Ibíd.-"La propaganda radiofónica italiana en la guerra civil española".-AA.VV.-Haciendo Historia:Homenaje al Prof. Carlos Seco.- Madrid,1989.Edit.Universidad Complutense;págs.563-572.

Ibíd.-Historia de la propaganda.-Madrid,1990.Edit.Eudema.

poder de comunicación de la radio y la cinematografía como los principales instrumentos para transmitir sus mensajes propagandísticos a las masas rurales y urbanas con muy escaso grado de alfabetización.

La etapa de entreguerras se configura, de este modo, como la fase en la que el Estado se convierte en uno de los primeros productores y usuarios de la comunicación social. Esta irrupción estatal en las estructuras de comunicación e información, tanto a escala nacional como internacional, encuentra dos modelos significativos en la Unión Soviética y la Alemania nazi.

En la Unión Soviética, la creación de la sección AGITPROP (Agitación y Propaganda) dependiente del Comité Central del Partido Comunista, permitió el control de todos los medios de comunicación (prensa, radio, cine), incluida la creación, en 1925, de una agencia de noticias propia, la **Agencia TASS**.

El proceso fue mucho más rápido y decidido en Alemania. Tan sólo un mes y medio después del nombramiento de Hitler como Canciller, el 30 de Enero de 1933, se había suprimido la libertad de prensa y se había constituido el Ministerio de Información y Propaganda, dirigido por Goebbels. Este ministerio, nacionalizó la radio y puso en marcha un importante programa de distribución masiva de receptores entre la población alemana. Constituyó también una productora de cine, la Universum Film, encargada de financiar películas y documentales destinados a la exaltación del régimen nazi y de los valores "nacionales". Implantó una Cámara de Prensa, a modo de órgano de representación profesional de todos los colectivos que trabajaban en los periódicos oficiales y, finalmente, creó una red de información internacional a la que incorporó la Agencia Wolff.

Ambos modelos coincidían en la supresión de la libertad de información, requisito necesario para poder sustituirla por la propaganda oficial, y en la estatalización de los medios de comunicación de masas. No obstante existían también sustanciales diferencias además, claro está, de las ideológicas. Mientras en el modelo soviético el control de las estrategias propagandísticas y de los medios de comunicación, eran competencia de los órganos dirigentes del partido comunista, en el caso alemán eran los órganos estatales los encargados de dirigir la propaganda. Por otra parte, la concepción comunista contemplaba la propaganda como un instrumento al servicio de la acción política revolucionaria que debían desarrollar las masas bajo la dirección de los partidos comunistas. En la estrategia alemana, la propaganda era, ante todo, un instrumento de sometimiento de las masas populares a las decisiones gubernamentales y la política del Tercer Reich. En otras palabras, mientras la propaganda comunista, en este período, era preferentemente subversiva, la propaganda alemana era básicamente legitimadora.

En España, tras el final de la guerra civil, el régimen franquista siguió el modelo alemán, si bien mitigado. Al igual que aquel, se suprimió la libertad de información y de prensa, constituyéndose una amplia red de periódicos y de emisoras de radio controladas y financiadas directamente por el Estado. En esta época, el paso más importante se dio con la creación, en 1939, de la **Agencia EFE**, a partir de la adquisición de la *Agencia Fabra* y la incorporación del personal de las agencias *Faro* y *Febus*, que habían desaparecido.

1.3.-El período posterior a la Segunda Guerra Mundial.

Si la primera guerra mundial fue la guerra de la propaganda periodística, la segunda contienda mundial fue la guerra de las ondas y las imágenes. Como afirma Timoteo Alvarez, durante la guerra se desarrollaron tres tipos fundamentales de estrategias informativo-propagandísticas a los que denomina: **mecanicista, blanca y negra**.¹⁰

Según este autor, la estrategia mecanicista fue utilizada prioritariamente por las potencias del Eje y sus principales medios de comunicación eran, en orden de importancia: la radio, el cine, la prensa periódica y, por último, otros medios gráficos como los carteles, los folletos o los dibujos. Se calcula que entre 1942 y 1944 en la Francia ocupada, con una población estimada en 40 millones de habitantes, había más de 5 millones de receptores de radio, unas 4.000 salas de proyección y una tirada de 9 millones de ejemplares de periódicos diarios.¹¹

La estrategia informativa blanca, descansaba en el principio de la fidelidad a los hechos y la veracidad de las noticias. Fue practicada principalmente por las potencias británica y norteamericana. Su principal instrumento fue la radio, particularmente la BBC (**British Broadcasting Corporation**) de Londres. Según el estudio realizado por Sorlin, durante la contienda mundial el 87 % de los franceses oían las emisiones de la BBC con regularidad.

Finalmente, la propaganda negra, consistente en la difusión de noticias falsas, presentadas como noticias auténticas procedentes de fuentes fiables, fue utilizada por los servicios de inteligencia de todos los países beligerantes. Para ello se establecieron emisoras de radio clandestinas, cuyos mensajes iban dirigidos a fomentar la sublevación de las poblaciones contra sus propios gobiernos o las tropas de ocupación, así como a propiciar los enfrentamientos entre los ejércitos y sus respectivas autoridades políticas.

El fin del conflicto bélico mundial dio paso a un nuevo orden internacional en el que los medios de comunicación y la información masiva iban a desempeñar una importancia creciente en una sociedad internacional dominada por dos grandes fenómenos. El primero de ellos es el *antagonismo Este-Oeste*, en el que van implícitas la carrera de armamentos y la disuasión nuclear. El segundo fenómeno fue la culminación del proceso de descolonización, iniciado dos siglos antes con la Declaración de Independencia de las Trece Colonias americanas de 1776. La emergencia de casi cien nuevos estados, transformó las relaciones coloniales en una nueva categoría de relaciones internacionales, simbiosis de cooperación y dependencia, que son denominadas *relaciones Norte-Sur*.

¹⁰-ALVAREZ, J.T.-op. cit.; págs. 110-121.

¹¹-SORLIN, P.-"The Struggle for Control of French Minds, 1940-1944".- AA.VV.-La guerre des ondes. Histoire des radios en langue française pendant la Deuxième Guerre Mondiale.-París, 1985. Edit. Armand Colin; págs. 245-271.

Como es fácil imaginar, ambos fenómenos han incidido directa y significativamente en la evolución de las estructuras comunicativas internacionales. De forma esquemática tres han sido las doctrinas que en el campo informativo se han desarrollado durante este período: la doctrina americana del libre flujo de información (*The Free Flow Theory*); la doctrina soviética favorable al intervencionismo estatal y la doctrina de la dependencia informativa, sustentada por los países no alineados y numerosos especialistas occidentales.¹²

La doctrina del libre flujo informativo ha sido sostenida principalmente por Estados Unidos y ha defendido la eliminación de toda traba, nacional o internacional, que impidiese la libre circulación de noticias. Naturalmente, esta política informativa, de marcado carácter liberal, intentaba evitar que se reprodujese el cártel de las agencias de noticias imperante con anterioridad a la segunda guerra mundial y que tanto había perjudicado la expansión de las agencias norteamericanas. Al propio tiempo, y dado que se partía de una neta superioridad de los medios de comunicación occidentales, esta doctrina pretendía garantizar su implantación o facilitar el acceso en aquellos territorios que accedían a la independencia, oponiéndose a los intentos de sus gobiernos de monopolizar las noticias mediante la creación de agencias y medios informativos nacionales.

Frente a ella, la doctrina soviética ha preconizado, de acuerdo con su concepción de la propiedad socialista de los medios de producción, la estatalización de todos los medios de comunicación social. Con esta medida se pretendían garantizar dos importantes objetivos: un control frente a los intentos de penetración informativa y propagandística de las grandes agencias occidentales y, paralelamente, una permanente capacidad de influencia cultural del partido y del Estado sobre las bases sociales. En todo caso, la concepción soviética contemplaba expresamente el recurso a los medios de comunicación social para realizar una activa política de información y propaganda ideológica a escala internacional. En la medida en que numerosos países (Polonia; Yugoslavia; Hungría; Rumanía; República Democrática Alemana; Bulgaria; Checoslovaquia; Bulgaria; Cuba; República Popular China; Vietnam; Corea del Norte; etc.) adoptaron esta doctrina, tras la segunda guerra mundial, su importancia internacional se vio sensiblemente acrecentada respecto del período de entreguerras.

¹²-DERRADJI, A. -"Analyses et initiatives du Tiers Monde, des organisations internationales et des pays non alignés".- *Annuaire...op. cit.*; págs. 293-312.

ESCRICHE, P.; FONTCUBERTA, M. de; MOLINERO, C. y MURCIANO, M. - *op. cit.*; págs. 14-47.

EUDES, Y. -*La conquête des esprits. L'appareil d'exportation culturelle du gouvernement américain vers le tiers monde*.- París, 1982. Edit. François Masperó. (traducción de Carmen Artal Rodríguez.- *La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural*.- Barcelona, 1984. Edit. Gustavo Gili; págs. 68-108.)

HAMELINK, C. J. -*op. cit.*; págs. 203-253.

MERRILL, J. C. -"Una controversia creciente: el 'libre flujo' de noticias entre las naciones".- GRABER, D. A. (compiladora). -*El poder de los medios en la política*.- Buenos Aires, 1986. Edit. GEL; págs. 406-412.

Finalmente, la teoría de la dependencia informativa, ampliamente defendida en el Informe MacBride, considera que la estructura internacional de la comunicación e información, forma una parte significativa de una estructura más amplia y general, que es la del poder internacional (político, económico y cultural), a la que está indisolublemente unida. Al igual que ésta, posee una configuración netamente oligopolística y está controlada por un reducido número de países y empresas transnacionales. En esta estructura, no existen perspectivas de que los países más pobres y técnicamente menos avanzados, puedan alcanzar una mínima independencia comunicativa e informativa sin cambios mundiales profundos que, naturalmente, afectarán los intereses esenciales de las potencias y empresas dominantes.

Propugna como estrategias de cambio, el desarrollo de políticas comunicativas e informativas nacionales, que no siempre exigen una estatalización de los medios de comunicación, y una intensificación de la cooperación internacional entre los principales medios de comunicación de los países más pobres, para hacer frente a la competencia de las poderosas agencias mundiales de los países ricos. En definitiva, defiende la tesis de la instauración de un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación e Información (NOMCI). Han sido el Movimiento de Países No Alineados y la UNESCO, bajo el mandato del Director General Amadou-Mahtar M'Bow, los foros donde más abiertamente se ha defendido esta doctrina.¹³

En los años de la postguerra, asistimos a una importante reorganización de las redes informativas transnacionales. En primer lugar, el centro, que hasta entonces había descansado en las agencias europeas de noticias, se desplaza en beneficio de las agencias norteamericanas que penetran ampliamente en las áreas que habían monopolizado Havas y Reuter. En segundo término, la Agencia TASS pasa a monopolizar la circulación internacional de noticias en y procedente de los países comunistas, situación privilegiada que compartirá con la Agencia de Prensa Novosti, a partir de 1961. Por último, algunas de las principales agencias internacionales, experimentaron importantes cambios en su política informativa o en sus estructuras empresariales.

La primera de las agencias que sufrió una amplia reordenación, fue la antigua Agencia Havas que, durante la guerra, había quedado escindida en dos ramas. De una parte la **Oficina Francesa de Información**, que permaneció vinculada al Gobierno de Vichy. De otra, las corresponsalías establecidas en los países aliados que constituyen la **Agencia Francesa Independiente** y, tras el desembarco aliado en el norte de África, se crea también la **Agencia France-Afrique**, para las colonias y territorios de ultramar. En 1944 y tras la liberación de París, se refunden ambas ramas para dar nacimiento a la actual **Agencia France Press**.

¹³-DERRADJI, A.-op. cit.; págs.302-310.

SEAN MACBRIDE.-op. cit.; págs.431-467.

WALDE, Th.W.-"Third World Information-Sharing for Negotiating with TNCs".-Annuaire....op. cit.; págs.136-146.

El segundo cambio sustantivo, fue la fusión de las agencias norteamericanas **United Press** e **International News Service**, en 1958, dando origen a la **United Press International** (UPI). Esta última, pasó a constituirse en la mayor agencia de noticias del mundo con una plantilla de más de 2.000 periodistas a tiempo completo, 263 oficinas, de las que 90 se encontraban fuera de Estados Unidos, y 7.000 clientes repartidos en 114 países. De ellos 800 eran periódicos norteamericanos y 720 periódicos extranjeros.¹⁴

Durante los años de la "guerra fría", las agencias de noticias desempeñaron un insustituible papel en la difusión mundial de las informaciones, que reforzaban los valores y políticas de los dos grandes bloques político-militares en que había quedado dividida la sociedad internacional. Junto a ellas, los gobiernos no renunciaron a crear y utilizar sus propios medios de comunicación de masas, aprovechando las experiencias y técnicas propagandísticas desarrolladas durante la segunda guerra mundial, en un antagonismo ideológico estimulado por la disuasión nuclear imperante entre las dos superpotencias.

Por parte norteamericana, las funciones propagandísticas se realizaron inicialmente de una forma dispersa, con la participación de más de 40 organismos públicos y agencias federales. En 1978 todos ellos se centralizaron en una gran agencia federal, la **United States International Communication Agency** (USICA), que desde entonces programa y controla todas las tareas de información y propaganda exteriores de los Estados Unidos.¹⁵

Entre los principales medios utilizados por el gobierno norteamericano destacan la radio, con **The Voice of America**, que cuenta con una red de 109 emisoras, de las que 70 se encuentran fuera de Estados Unidos, así como **Radio Free Europe** y **Radio Liberty**, cuyas emisiones estaban específicamente orientadas a los países comunistas. Los periódicos y las revistas, como **World Today**; **Dialogue**; **Problems of Communism** y **Horizons USA**. Documentales televisivos y films, producidos por **The Motion Picture and TV Service**. Finalmente, los programas de intercambio o divulgación cultural y científica. Como ha señalado Eudes:

*"Así pues, en su calidad de nueva potencia mundial, norteamérica experimenta una profunda necesidad de proyectar su cultura nacional sobre las extensas zonas de influencia que está conquistando."*¹⁶

Análogamente, la Unión Soviética, tal y como ya hemos señalado, controlaba toda su acción informativa y propagandística, tanto interna como exteriormente, a través del Departamento de Agitación y Propaganda, dependiente del Comité Central del PCUS, y de la GLAVLIT (Dirección General para la Producción del Secreto Militar y del Estado), responsable de ejercer la censura previa de la información. A partir de 1966,

¹⁴-ESCRICHE, P.; FONTCUBERTA, M. de; MOLINERO, C.; MURCIANO, M. -op. cit.; pág. 81.

¹⁵-EUDES, Y. -op. cit.; págs. 142-177.

PIZARROSO, A. -Historia... op. cit.; págs. 434-435.

¹⁶-EUDES, Y. -op. cit.; pág. 12.

tras el final del mandato de Jruschov y el comienzo de la etapa Breznev, se produjo una reorganización política que condujo a la creación de diversos comités estatales, encargados de administrar las distintas áreas de la información y la comunicación. Los principales fueron: el Comité del Estado para la Radio y la Televisión; el Comité del Estado para el Cine; el Comité del Estado para los asuntos de Edición, Imprenta y Comercio de Libros y el Comité del Estado para la Agencia Telegráfica TASS. La política de *glasnost* o transparencia informativa, introducida progresivamente durante el gobierno de Gorbachov, cambió decisivamente las funciones y el poder de todos estos órganos estatales, al tiempo que flexibilizaba la censura y permitía la aparición de publicaciones no estatales.¹⁷

A diferencia de su rival, la información y propaganda soviéticas han descansado, prioritariamente, en las noticias de agencia, las publicaciones escritas y la radio, en detrimento del cine y la televisión. Desde la creación de la Agencia de Prensa Novosti, la mayor parte de las revistas periódicas destinadas al extranjero fueron publicadas y distribuidas por esta Agencia. Títulos como **Moscow News Information**, con una tirada de un millón de ejemplares y una distribución por 130 países, **Novedades de Moscú**, **Panorama Latinoamericano** o **Sputnik**, configuraron, durante el último cuarto de siglo, algunos de los principales instrumentos de la propaganda exterior soviética. Mención especial merece la publicación oficial de la Oficina de Información de los Partidos Comunistas (Kominform), creada en 1947 con la participación de los principales partidos comunistas, a excepción del partido comunista chino y del partido comunista alemán, y que bajo el título **Pour une paix durable, pour une démocratie populaire** constituyó, durante los años más difíciles de la guerra fría, el principal medio de propaganda entre los partidos comunistas occidentales.¹⁸

Esta estructura bipolar de la propaganda internacional, dominante durante los años cuarenta y cincuenta, sufrió una fuerte erosión bajo la presión de los importantes factores internacionales que operaron durante las décadas posteriores. El primero de ellos es de naturaleza tecnológica. Se trata de la revolución comunicativa provocada por la televisión por ondas y, más recientemente, de las comunicaciones audiovisuales por satélite.

¹⁷-**CLEWS, J.C.**-Communist Propaganda Techniques.-Nueva York, 1964. Edit. Praeger.

GORBACHEV, M.-Perestroika. Mi mensaje a Rusia y al mundo entero.- Barcelona, 1987. Edit. Ediciones B: págs. 69-74.

HELLER, M.-Le 7 me Secrétaire. Splendeur et misère de Mikhaïl Gorbatchev.-París, 1991. Edit. Olivier Orban. (traducción de Lluís Massanet.-El 7 Secretario. Esplendor y miseria de Mijaíl Gorbachov.- Barcelona, 1991. Edit. Ediciones de la Tempestad: págs. 141-177.)

¹⁸-A comienzos de la época de Kruschov, su denominación cambió por la de **Paix et démocratie**, desapareciendo tras la disolución de la Kominform en 1956.

MARCOU, L.-Le Kominform. Le communisme de guerre froide.-París, 1977. (traducción de Eloy Fuente Herrero.-La Kominform.-Madrid, 1978.)

La tecnología televisiva había sido ya descubierta y aplicada en Gran Bretaña, durante 1929, por Baird y Mac Gee. Idénticas experiencias realizaron Estados Unidos, Francia y la Unión Soviética en 1931. Poco después, en 1936, Alemania llevó a cabo la primera retransmisión en directo durante los juegos olímpicos celebrados ese año en Berlín. Pero fue a partir de 1946 cuando la BBC de Londres, comenzó su emisión regular de televisión, al igual que lo harían al año siguiente las cadenas norteamericanas NBC y CBS. A comienzos de los años cincuenta, la mayoría de los países avanzados disponían ya de sus propias cadenas de televisión. Entre ellos se encontraban la TF de Francia, la RAI italiana y la TVE de España.

A partir de estas fechas, la televisión por ondas se extendió de forma vertiginosa, pues como medio de comunicación de masas constituía una síntesis de la radio y la cinematografía con costes de producción y distribución mucho más bajos. Además sus mensajes resultaban asequibles a los diversos estratos sociales, con independencia de sus niveles económicos y educativos o de sus tendencias políticas. El impacto que la televisión ha provocado en las sociedades de masas desde 1960, sólo resulta comparable al que produjo la radio durante los años treinta.

Para darnos una idea del efecto provocado por la revolución televisiva, bastará señalar que entre 1965 y 1982, el número total de receptores en todo el mundo pasó de 186 millones a 564 millones, de los que 478 se encontraban en los países desarrollados y 86 millones en los países subdesarrollados. No obstante, mientras en los países ricos el número de receptores se había triplicado en ese período, el aumento en los países pobres había sido de 8 veces.

CUADRO n 1.-NUMERO DE TRANSMISORES Y RECEPTORES DE TELEVISION.

REGIONES/A OS	N TRANSMISORES TV (MILLONES)		N RECEPTORES TV	
	1965(*)	1980(*)	1965	1980
AFRICA	100	270	0,6	7,2
ASIA	1.100	11.600	24	95
EUROPA (incluida URSS)	4.200	21.000	75	229
NORTEAMERICA	2.820	4.550	76	153
LATINOAMERICA	250	850	8	39
OCEANIA	80	500	2,4	6,5
PAISES DESARROLLADOS	8.100	36.800	175	454
PAISES EN DESARROLLO	450	2.000	11	76
TOTAL MUNDIAL	8.550	38.800	186	530

(*).-Los datos de Asia no incluyen a China.

FUENTE: Anuario de la UNESCO, 1984.

Las posibilidades técnicas de comunicación, a escala planetaria, se acentuaron con el desarrollo de la tecnología aerospacial promovida primero por la Unión Soviética, que en 1957 lanzaba su primer satélite espacial (Sputnik), seguida por los Estados Unidos y, desde 1964, por la **Organización Europea de Investigación del Espacio** (ESRO), sustituida en 1975 por la actual **Agencia Espacial Europea** (ESA).

Durante el período comprendido entre 1957 y 1986, se lanzaron 2.869 satélites espaciales de los que 1.890 correspondieron a la URSS, 745 a los Estados Unidos y 34 a Europa. El primer satélite de comunicaciones se lanzó en 1960, es decir sólo tres años después de la experiencia del Sputnik, lo que demuestra claramente que una de las principales orientaciones de la tecnología aerospacial era, precisamente, ampliar las posibilidades de transmisión mundial de informaciones.¹⁹

¹⁹-Resulta oportuno señalar que la transmisión de informaciones mediante satélites, constituye un avance tecnológico en el ámbito de los canales de comunicación o, si se prefiere, en el terreno de la distribución de las informaciones. Naturalmente, este importante avance técnico está condicionado tanto por la concentración imperante en la producción de informaciones, como en su desigual uso o consumo en función de las distintas áreas o regionales internacionales.

LITTUNEN, Y.; HEMANUS, P.; NORDENSTRENG, K. y VARIS, T. - "Problemas culturales de la transmisión directa por satélite". - Revista Internacional de Ciencias Sociales; vol. XXXII, n 2 (1980); pág. 309.

GHEBALI, V.-Y. (Edit.). - "Télécommunications et développement". - Probl mes politiques et sociaux; n 576 (Enero 1988).

La combinación de los diversos sistemas de comunicación a distancia o telecomunicación (telefonía; radiofonía; radiotelegrafía; televisión; etc.) experimenta un avance sustantivo cuando se conjuga con la tecnología aerospacial. Los gobiernos, las grandes empresas multinacionales, especialmente las dedicadas a la información, y los propios ciudadanos dispondrán de una panoplia comunicativa que combina seis características fundamentales:

- a).- Su alcance mundial.
- b).- Su instantaneidad.
- c).- Su bajo coste.
- d).- Su dimensión directa e interpersonal.
- e).- Su diversidad de formas y facilidad de utilización.
- f).- Su compatibilidad técnica.

El otro fenómeno que provocó la erosión de la estructura bipolar de la información y propaganda internacionales de la postguerra, pertenece al ámbito de la política. Se trata de la consumación del proceso descolonizador que provoca una nueva redistribución del espacio, una reparcelación política del territorio al supeditar a la soberanía de los nuevos Estados independientes, todas las competencias de información y comunicación que bajo el sistema colonial se encontraban concentradas en manos de un reducido número de potencias mundiales.

En efecto, a medida que las colonias se independizan, una de las primeras actuaciones que emprenden es la creación o el control de los principales medios de comunicación de masas de sus respectivos países, entre otras razones para consolidar su legitimación política ante sus propios pueblos o naciones. Ello significa el reforzamiento de las políticas nacionales o estatales de comunicación e información en franca oposición a las tendencias internacionales impulsadas por las grandes potencias y las poderosas agencias de noticias.

En la adopción de estas políticas nacionales de comunicación e información, los países subdesarrollados han recurrido a la estatalización de las emisoras de radio y televisión, a la creación de agencias de noticias a las que, en ocasiones, se les concede el monopolio de las noticias nacionales (ANTARA en Indonesia; INA en Irak; IRNA en Irán; JANA en Libia; MAP en Marruecos; TAP en Túnez; etc.) y al establecimiento de administraciones encargadas de explotar las comunicaciones postales, telegráficas y telefónicas. En definitiva, han ido articulando redes nacionales de información y comunicación, aunque para ello recurrieron, la mayoría de las veces, a la tecnología y los capitales de los países desarrollados y de las empresas multinacionales.

En otras palabras, a las aspiraciones hegemónicas mediante la comunicación internacional sustentadas por los países ricos del Norte, se opusieron las resistencias de la comunicación nacional defendidas por los países pobres del Tercer Mundo, que se sentían amenazados en su reciente independencia por la superioridad técnica y económica de los países desarrollados. Todo ello nos ayuda a comprender las constantes reivindicaciones que, desde la IV Conferencia de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países No Alineados, celebrada en Argel en 1973, se vienen sosteniendo por estos Estados en los foros internacionales en favor de un Nuevo Orden

Mundial de la Comunicación y la Información (NOMCI). El alcance de este enfrentamiento Norte-Sur, se puede atisbar a la vista de la crisis interna que ha ocasionado ya en el seno de la UNESCO y que se ha saldado con la retirada de Estados Unidos y el Reino Unido de la más importante organización internacional dedicada a la educación y la cultura.

2.-CARACTERISTICAS GENERALES DEL SISTEMA INFORMATIVO INTERNACIONAL.

Como fruto de esta doble dialéctica Este-Oeste y Norte-Sur, nacidas de la guerra fría y la descolonización, respectivamente, surge la estructura comunicativa internacional que impera en nuestros días. Esta estructura, en líneas generales, se configura como resultante de la combinación de tres circuitos comunicativos principales por los que circulan la práctica totalidad de informaciones y noticias de la sociedad internacional.

El primero de ellos es el circuito implantado entre los países desarrollados de América del Norte, Europa (incluida la antigua URSS y la actual Rusia), Japón, Australia y Nueva Zelanda. En este circuito se concentra la mayoría de la producción y del consumo informativo y, lógicamente, en él se ubica también el centro de gravedad de los medios de comunicación social a escala mundial. Existe una estrecha relación directa entre el grado de desarrollo económico y cultural de los países que participan en este circuito y el papel dominante que ocupa en el contexto internacional.

CUADRO n 2.-EVOLUCION DE ALGUNOS INDICADORES CULTURALES.
(Porcentajes)

	PAISES DESARROLLADOS		PAISES EN DESARROLLO	
INDICADORES/AÑOS	1970	1980	1970	1980
CIENTIFICOS E INGEN.	92,1	89,4	7,9	10,6
GASTOS EN I+D	97,7	94,0	2,3	6,0

LIBROS EDITADOS (según n de títulos)	78,5	71,8	21,5	28,2
TIRADA DE PERIODICOS DIARIOS	69,5	58,8	30,5	41,2
PRODUCCION DE PELICULAS	36,0	37,5	64,0	62,5
RECEPTORES DE RADIO	80,2	70,4	19,8	29,6

FUENTE: Anuario de la UNESCO, 1984.

Un segundo circuito comunicativo internacional es el que vincula a los países desarrollados con los países de desarrollo medio o en vías de desarrollo. De este circuito participan algunos países de Extremo Oriente como Corea del Sur, Indonesia, Filipinas o la República Popular China, junto con algunos Estados latinoamericanos (México; Brasil; Argentina; Venezuela; Chile) y árabes (Egipto; Siria; Irak; Argelia; Túnez). El peso de este segundo circuito es secundario respecto del anterior, aunque significativo en el conjunto mundial pues representa entre el 20 y el 30 % de los diversos medios de comunicación de masas y, además, durante las últimas décadas está demostrando una clara tendencia expansiva.

Finalmente, existe un tercer circuito netamente marginal, constituido por los flujos de comunicación e información internacionales entre los países desarrollados y los países más pobres y atrasados. Esencialmente forman parte de este circuito el África subsahariana, excepto Sudáfrica, algunos países asiáticos (la India; Pakistán; Vietnam; Camboya; etc.), centroamericanos y de la cuenca del Pacífico.

En los tres casos, los procesos comunicativos se polarizan hacia los países del Norte desarrollado, siendo muy escasas las relaciones de intercambio informativo, tanto horizontal como vertical, entre los propios países de desarrollo medio y/o los netamente subdesarrollados.

Es imprescindible retener esta visión de la estructura comunicativa internacional, tanto en lo que respecta a las tres categorías de países como a las asimétricas relaciones comunicativas que imperan entre ellos, para comprender los rasgos esenciales que definen este sistema mundial de relaciones informativas. De acuerdo con el Informe MacBride²⁰, pueden destacarse las siguientes características:

1.-Libertad formal de circulación de las informaciones.

El reconocimiento internacional de la libertad de expresión como un derecho fundamental de la persona humana, recogido en diversas declaraciones y tratados de alcance mundial o regional, ha consolidado el principio de la libre circulación internacional de informaciones como una consecuencia inexcusable de aquel principio.

²⁰-MACBRIDE, S.-op. cit.; págs. 239-271.

No obstante,este reconocimiento jurídico es constantemente conculcado en la práctica en la medida en que el control de la mayor parte del flujo mundial de informaciones y de los canales de comunicación por los que se transmiten,se ha encontrado históricamente limitado a un reducido número de países y de empresas.El oligopolio real que impera en la producción y distribución informativa a escala internacional,convierte el principio de la libre circulación de información en uno de los más poderosos instrumentos de dominación cultural en manos de una minoría de sociedades.

2 .-Dominio del mercado informativo mundial.

La circulación internacional de informaciones no sólo es una parte intrínseca de la relación comunicativa mundial sino que también posee una importante dimensión económica.La información, en cuanto producto y/o servicio susceptible de una demanda económicamente valorable,está condicionada por el dominio que ejercen sobre este particular mercado mundial un escaso número de agencias y empresas multinacionales abiertamente asociadas, cuando no participadas,por los gobiernos de los países en los que se encuentran sus sedes matrices.En definitiva,que al poder estrictamente informativo que poseen tales empresas multinacionales (Agencias de noticias;grandes periódicos; cadenas de televisión o de radio;holdings multimedia; etc.),hay que sumar el poder económico que han logrado concentrar.²¹

3 .-Circulación vertical de la información.

²¹-Según los datos aportados por Hamelink,el 75 % de la comunicación internacional está controlado por 72 empresas multinacionales.En la línea de las investigaciones empíricas destinadas a demostrar el control del mercado mundial de la comunicación e información por grandes compañías multinacionales, existan ya numerosos trabajos.

ALVAREZ,J.T.-op. cit.;págs.145-186.

CHUDNOVSKI,D.-"*Foreign Trade Marks and Advertising in the Third-World*".-Annuaire...op. cit.;págs.63-72.

HALINA,J.W.-"*Comunicación y economía:una perspectiva norteamericana*".-Revista Internacional de Ciencias Sociales;vol.XXXII,n 2 (1980);págs.285-305.

HAMELINK,C.J.-op. cit.;págs.103-110.

MADEC,A.-Les flux transfrontières des données:vers une économie internationale de l'information?.- París,1982.Edit.La Documentation Française.(traducción de Adolfo Santodomingo.-El mercado internacional de la información.Los flujos transfronteros de información y datos.- Madrid,1984.Edit.Fundesco/Tecnos.159 págs.)

SAUVANT,K.P.-"*Socio-cultural Investments within the International Political Economy of North-South Relations:The Role of Trans-national Enterprises*".-Annuaire...op. cit.;págs.121-135.

Esta es una característica de los flujos informativos internacionales que se deriva, en buena medida, de las dos anteriores. En efecto, la libre circulación y el control de los mercados internacionales de la comunicación por los países y empresas productoras y/o distribuidoras, sitúa en una posición de dependencia a los consumidores de la información internacional y a los usuarios de los canales y medios de comunicación. Estos quedan incapacitados, o cuando menos abiertamente condicionados, para hacer circular sus informaciones a escala mundial. Surge así una estructura jerárquica en la que la mayor parte de las sociedades que forman parte de la comunidad internacional, quedan reducidas a posiciones secundarias respecto de los principales centros comunicativos e informativos establecidos en los países desarrollados.²²

4.-Circulación informativa de sentido único.

Pero la relación comunicativa internacional no sólo es vertical sino que el flujo de informaciones se desarrolla prioritariamente en un sólo sentido. Más concretamente, las informaciones internacionales fluyen desde los países desarrollados hacia el resto de pueblos y culturas del sistema mundial. De este modo se genera sobre ellos un doble condicionamiento: de una parte se le convierte en meros sujetos pasivos o, lo que es todavía peor, en simples objetos del tratamiento informativo que realizan los países y empresas dominantes de la estructura comunicativa mundial. De otra, se les transmiten unos contenidos informativos que responden esencialmente a los valores, ideas e intereses de las culturas dominantes. La verticalidad de la comunicación internacional aparece así indisolublemente unida a la unidireccionalidad, formal y material, de las informaciones.

Observemos que este esquema resulta estrechamente coincidente con el que arrojan los datos sobre las estructuras internacionales de naturaleza política, tecnológica y económica. Ello no debe sorprendernos pues como hemos podido apreciar en el análisis histórico, el sistema comunicativo internacional hunde sus raíces en la sociedad capitalista y colonial decimonónica, demostrando así que la estructura cultural, de la que la red internacional de comunicaciones constituye su principal tejido neuronal, está

²²-La circulación vertical no es exclusiva de la sociedad internacional, también se da en los países con un sistema social y políticamente cerrado y autoritario o, cuando menos, escasamente participativo. El informe MacBride es extraordinariamente crítico con este tipo de sociedades, respecto de las que afirma:

"La comunicación de tipo estrictamente vertical caracteriza a las sociedades que se basan en un tipo de estratificación social rígido, jerárquico y selectivo. Los sistemas de información muy centralizados y rigurosamente controlados de circulación vertical, dirigida de arriba a abajo, están admirablemente adaptados a las sociedades que reprimen la disensión y la discrepancia con respecto a la política oficial, y a los que imponen unos modelos de comportamiento."

Resulta interesante comparar esta verticalidad de la estructura informativa internacional con los diversos **modelos en cascada de los flujos de influencia e información**, elaborados por Deutsch para analizar la política exterior de los Estados.

MACBRIDE, S.-op. cit.; págs. 261-262.

DEUTSCH, K.W.-El análisis...op. cit.; págs. 130 y ss.

íntimamente articulada con las otras dos estructuras internacionales: la política y la económica.

Sin embargo, la constatación de estas evidencias no permite sustentar, como un principio axiomático, que la estructura comunicativa mundial, con las características apuntadas, está destinada a impedir el desarrollo de los países y sociedades más atrasadas. Como sugiere el Informe MacBride:

*"con una perspectiva más amplia, la corriente de información de sentido único es sobre todo el fiel reflejo de las estructuras políticas y económicas dominantes del mundo, que tienden a mantener y reforzar la situación de dependencia de los países pobres con respecto a los ricos. Pero procede destacar una vez más que la comunicación no es una industria como las demás. Afecta profundamente al marco psicológico y social en el cual viven los hombres. Por consiguiente, el desequilibrio cuantitativo es también cualitativo: ejerce una influencia sobre el espíritu, que ha sido calificada de 'condicionamiento' (aunque esto no sea deliberado en la mayoría de los casos)."*²³

No todos los autores admiten la validez general de este análisis. El trabajo empírico realizado por un grupo mundial de expertos dirigidos por Stevenson y Shaw, cuestiona las características estructurales que recoge el Informe de la UNESCO y alega su falta de confirmación por los datos cuantitativos y cualitativos. Un ejemplo de las críticas que realiza la obra de Stevenson y Shaw lo aporta el caso de las grandes agencias de noticias y su oligopolio informativo mundial. Respecto de ellas, este estudio se ala:

"En muchos casos, es difícil determinar el origen de las informaciones porque las agencias nacionales compilan su servicio a partir de varias fuentes y, o bien se atribuyen a ellas mismas las informaciones o, muy a menudo, no citan ninguna fuente. La práctica varía ampliamente, pero ilustra un punto importante acerca del control que los países del Tercer Mundo ejercen sobre las noticias del mundo que aparecen en sus medios: los clientes de los servicios informativos occidentales en África y en determinadas partes de Iberoamérica no son directamente los propios medios sino las agencias nacionales, que operan con un variable grado de libertad respecto a los gobiernos, las cuales preparan un servicio nacional para ser distribuido en exclusiva a todos los medios del país.

(...)

El 'monopolio' que se dice ejercen los cuatro servicios telegráficos occidentales sobre las noticias para el Tercer Mundo es incompleto. Existen elecciones, si los editores del Tercer mundo están preparados para efectuarlas."²⁴

²³-MACBRIDE, S.-op. cit.; págs. 238-239.

²⁴-STEVENSON, R.L.; SHAW, D.L.-op. cit.; págs. 28-29.

En términos generales admitimos el análisis estructural del Informe MacBride que, como toda interpretación estructuralista, intenta abordar una descripción general de la realidad social. Sin embargo, estimamos que los trabajos empíricos que se han venido realizando desde que se publicó dicho Informe, permiten disponer de una visión mucho más completa y exacta de la configuración y el funcionamiento de la comunicación e información internacionales. En consecuencia, apuntamos algunas reflexiones adicionales que vienen a precisar aspectos que, a nuestro juicio, resultan imprescindibles para una correcta interpretación de la estructura comunicativa mundial.

En primer lugar, una cierta visión histórica nos demuestra que el grado de concentración internacional de los medios de comunicación de masas y de los flujos informativos, aunque es cierto que dificulta el proceso de cambio internacional, no logra impedirlo. Atribuir una excesiva importancia a los medios internacionales de comunicación e información, es tan incorrecto como negar o desconocer su influencia en la dependencia que las sociedades más pobres poseen respecto de los países más ricos y poderosos. No podemos negar la importancia que otros factores de índole política o económica poseen en estas relaciones de dependencia. Sin embargo, los hechos demuestran que la descolonización se llevó cabo a pesar del dominio, mucho mayor que el que impera en la actualidad, que unas pocas agencias y países poseían del sistema comunicativo mundial.

En segundo término, el control que muchos gobiernos de países subdesarrollados ejercen sobre sus principales medios nacionales de comunicación e información, unido a la escasa diversidad de fuentes informativas que existen en estos países, se convierte en un eficaz instrumento de mediatización, y en último extremo en un impedimento, en el acceso directo de sus pueblos a las informaciones que circulan internacionalmente. Incluso en los propios países desarrollados y democráticos, son escasos los grupos sociales que tienen acceso directo a estos medios de comunicación e información internacional. La mayor parte de las sociedades están mediatizadas en la información final que reciben por la intervención de empresas privadas o instituciones públicas dedicadas a la comunicación e información. No puede negarse el decisivo papel que desempeñan tales medios de comunicación social de ámbito nacional y el paralelo poder que ejercen en las estructuras y los procesos sociales, políticos y económicos intraestatales.

La tercera y última reflexión se refiere a los propios condicionamientos que impone toda relación de comunicación social. Como he tenido ocasión de señalar, una cosa es que en el contexto internacional de nuestros días se realice técnicamente una transmisión mundial de informaciones y otra, muy distinta, que ello abra paso, de forma automática, a un auténtico proceso de comunicación mundial. Ciertamente la primera es una condición necesaria para la segunda, pero de ningún modo es la condición suficiente.²⁵

²⁵-CALDUCH, R.- *"El público, la opinión pública y las relaciones internacionales: Acotaciones para un estudio de los procesos de comunicación en la sociedad Internacional"*.-AA.VV.-*Pensamiento jurídico y sociedad internacional. Estudios en honor del profesor D. Antonio Truyol Serra*.-Madrid, 1986. Edit. Centro de Estudios Constitucionales/Universidad Complutense. vol. I; págs. 263-265.

En efecto, las diferencias de educación, cultura, valores, ideologías y lenguas, forjadas durante siglos o milenios de historia, entre las sociedades y pueblos que forman parte del sistema internacional, no han sido todavía barridas por los avances tecnológicos de los medios de comunicación. Es posible que ello ocurra en un futuro, todavía lejano e incierto, pero resulta absurdo suponer que las diversas concepciones de un español, un estadounidense, un turco, un chino o un zaireño, no ejercerán una decisiva influencia interpretativa ante la misma noticia, con independencia de que se haya difundido por una sola agencia internacional o lo haya sido por las respectivas agencias nacionales.

A la luz de estas consideraciones, resulta discutible el mecanicismo implícito en la relación de causalidad que el Informe MacBride establece entre el desequilibrio informativo internacional y la perpetuación de la dependencia cultural y del subdesarrollo que impera en el Tercer Mundo. Esta unilateralidad causal desconoce o subestima la otra parte de la ecuación, a saber: *la importante función que cumplen los medios de comunicación social de alcance local o nacional para perpetuar la dependencia cultural y el subdesarrollo o, por el contrario, para modificarlos.*

Dicho de modo más claro y sencillo, cuando se reclama un cambio de las relaciones Norte-Sur, también en el terreno de la comunicación e información, se quiera o no reconocer explícitamente, se está también reclamando un cambio en las relaciones Norte-Norte y Sur-Sur. En definitiva, se está propugnando una nueva sociedad internacional.

Un mínimo de coherencia en la lógica interna de estas demandas de cambio internacional debe necesariamente reconocer que esta es una tarea que involucra a todos los países y gobiernos y respecto de la que no cabe omitir la consideración de otros dos importantes aspectos de la cuestión.

El primero se refiere a las formas y ritmos que debe adquirir el propio proceso de cambio. Debe realizarse de forma unilateral o de forma negociada?. Llevarse a cabo en breves períodos de tiempo o a largo plazo?. En resumen, debe tratarse de una *evolución* de la estructura comunicativa internacional o de una *revolución* mundial de los procesos informativos, al compás de la propia transformación de los medios y técnicas de comunicación.

El segundo tema que debe abordarse con mayor rigor y menos retórica, es el relativo a las medidas que deben poner en práctica los propios países del Sur para mejorar su situación interna y potenciar su cooperación, con objeto de alcanzar una posición colectiva más sólida y eficaz en sus relaciones con los países del Norte.

3.-LA DEPENDENCIA INFORMATIVA:EL SUBDESARROLLO Y EL FENOMENO DE LA TRANSCULTURACION.

El debate suscitado en el seno de la UNESCO sobre la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y la Información (NOMCI), surgido de las Conferencias Generales de 1974 y 1976, constituyó el fundamento del Informe MacBride. En lo

sustancial, este debate reprodujo las críticas y demandas que los países del Tercer Mundo habían formulado en la Conferencia de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países No Alineados de Argel (1973), en la que se reclamaba un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI).

La dependencia económica y cultural aparece en ambos casos como el resultado de un sistema internacional injusto y disfuncional, asentado sobre la bipolaridad imperante entre un reducido número de países capitalistas, económicamente desarrollados, políticamente hegemónicos y culturalmente integrados, a partir de la educación, los valores y las ideologías de la civilización europea occidental, que dominan las principales relaciones e instituciones internacionales de poder para garantizar sus privilegios y, de otra parte, los miles de millones de personas que constituyen el resto de la sociedad internacional, condenados a permanecer en la pobreza y el subdesarrollo económico, la sumisión política y alienación cultural.

Este análisis, dualista y maniqueo, encuentra sus fundamentos en las teorías del imperialismo y la dependencia. Su principal defecto no radica en el error de lo que afirma si no en la veracidad de lo que omite. En otras palabras, estas teorías al centrar toda la causalidad del subdesarrollo y la dependencia cultural e informativa en el sistema internacional y los países que lo dominan, niega o desconoce la causalidad endógena a las sociedades y países del Tercer Mundo, además de subestimar las posibilidades de cambio y evolución, tanto internacionales como nacionales, resultante de la permanente interacción entre los países del Norte y los del Sur.²⁶

Es en este marco donde se sitúa la relación que establecen numerosos autores entre dependencia informativa, dominio cultural y subdesarrollo.²⁷ Según el análisis realizado por esta corriente doctrinal, la concentración mundial de los medios de comunicación e información genera un desequilibrio y unidireccionalidad en los flujos internacionales de noticias, desde los países occidentales desarrollados hacia los países del Tercer Mundo, que termina por alterar los fundamentos culturales y educativos de las sociedades de estos últimos y, de este modo, dificulta o impide el óptimo aprovechamiento de sus capacidades de desarrollo. La alienación cultural que se genera y reproduce, gracias al dominio del sistema comunicativo e informativo mundial, se configura como una de las causas principales del subdesarrollo y la pobreza. Como lo resume Hamelink:

²⁶-Este sesgo teórico ha tenido consecuencias prácticas desastrosas durante las últimas décadas, al impedir a los países del Tercer Mundo encontrar intereses comunes que les permitiesen plantear una negociación global con los países desarrollados. Uno de estos significativos fracasos ha sido, precisamente, el relativo al Nuevo Orden Mundial de la Comunicación e Información.

²⁷-Dos significativas excepciones a las tradicionales concepciones de la dependencia y el subdesarrollo, las constituyen los trabajos de:

BELTRAN, L.-*"Comunicación social y desarrollo. (La comunicación social en los nuevos países africanos)"*.-*Revista Española de la Opinión Pública*, vol.9 (Julio-Septiembre 1967); págs. 107-151.

TEHRANIAN, M.-*"La maldición de la modernidad: dialéctica de la modernización y la comunicación"*.-*Revista Internacional de Ciencias Sociales*, vol. XXXII, n. 2 (1980).

"La verdadera base para el mantenimiento poscolonial de la estructura metrópolis-satélites ha sido, sin embargo, el uso eficaz de medidas económicas, como los préstamos, la ayuda, las inversiones, las condiciones comerciales.

Agregado a esta base económica, la segunda mitad del siglo ha visto el surgimiento de otro elemento, quizás a la larga el más fuerte, de la estructura de dependencia: el mecanismo de nivelización cultural. Los satélites son incorporados a un sistema oligopólico mediante el persuasivo marketing de valores socioculturales que legitiman a los intereses metropolitanos. Todo el concepto del 'desarrollo', por ejemplo, ha sido colocado en el mercado con una igualación al concepto de 'modernización'. La nación desarrollada es la nación moderna que consigue el ingreso per cápita y el ritmo de mecanización y urbanización del estado industrial avanzado.

En este movimiento hacia la creación de una base cultural para una estructura de dependencia, el complejo comunicación-industria es un elemento vital."²⁸

Ya hemos anticipado que el dominio de la comunicación internacional, ejercido por un escaso número de países y de empresas multinacionales, no conduce siempre y necesariamente a una dependencia informativa en el ámbito nacional.²⁹ A ello habría que agregar que tampoco toda influencia cultural exterior, incluso aunque proceda de países económica y políticamente hegemónicos, conduce de forma ineluctable a una alienación cultural de la sociedad afectada.

Entre el aislamiento cultural de las sociedades, propio de épocas históricas pero imposible de mantener en la actualidad, y la alienación cultural que sufren algunos países, en la que deberíamos incluir la experiencia que durante décadas vivieron los pueblos de las "democracias populares", existe una forma de vinculación cultural compatible con una realidad internacional dominada por la revolución comunicativa. Se trata de la **transculturación**, término que traduce la idea de una interdependencia cultural generada, entre otros medios, a través de la comunicación social de alcance internacional.³⁰ Según Beltrán, los procesos de transculturación se definen como:

²⁸.-HAMELINK, C.J.-*op. cit.*;pág. 204.

²⁹-LINK, J.H.-"Un test sobre la hipótesis de la dependencia cultural".- STEVENSON, R.L.; SHAW, D.L.(Eds.)-*op. cit.*;págs. 219-233.

³⁰-Sobre el concepto de interdependencia, véase:

CALDUCH, R.-*Relaciones...op. cit.*;págs.97-100.

*"Los procesos de interacción recíproca entre culturas que alteran las características originales de cada una de ellas en el medio en que se realizan."*³¹

La transculturación implica, necesariamente, una reciprocidad de influencias entre las diversas culturas que se ven involucradas en el proceso. Estas recíprocas influencias no suponen igualdad o equilibrio entre las culturas ni, mucho menos, identidad en los resultados. Existió transculturación entre la Grecia clásica y la Roma imperial, aunque la primera sucumbió política y militarmente a la segunda, o tal vez por esta razón. Análogamente, existió un importante proceso de transculturación múltiple entre la Cristiandad medieval, el Islam y el Imperio bizantino. En ambos casos, las consecuencias de semejantes procesos de transculturación fueron muy distintas para cada una de las sociedades y culturas, pero siempre provocaron alteraciones irreversibles de las condiciones en las que se hallaban las culturas locales antes de verse arrastradas por tan poderosos e importantes procesos.³²

Según Matarasso, los principales factores que intervienen en la configuración de la cultura de masas de los países subdesarrollados son los siguientes:

- 1 .-Las tradiciones culturales locales que tienden a perpetuarse, aunque formalmente adaptadas, a través de los medios de comunicación social, especialmente audiovisuales.
- 2 .-La intrusión de ciertas formas culturales exógenas, principalmente norteamericanas y/o europeas, que tienden a superponerse a las culturas tradicionales.
- 3 .Los imperativos morales y las prohibiciones que condicionan o impiden la acción de los medios de expresión debido, en gran medida, a la perpetuación de los efectos de la socialización realizada según la cultura tradicional, aunque el país experimente un proceso de modernización.
- 4 .-La influencia de los medios de comunicación social sobre las elites modernizadas de la sociedad que resultan así las más permeables a sus mensajes e informaciones y las que demuestran un mayor interés por su implantación y control.³³

³¹-BELTRAN, L.-*op. cit.*; pág. 119.

³²-En su análisis de la transculturación en Africa, Beltrán plantea tres modelos diferentes de este fenómeno, atendiendo a las características culturales de las sociedades que se relacionan:

"Tres son los tipos de transculturación que pueden darse en Africa: entre sociedades africanas tradicionales; entre cada cultura africana y la extranjera y la transculturación de los dos macro-sistemas culturales, el africano y el europeo."

BELTRAN, L.-*op. cit.*; pág. 119.

³³-MATARASSO, M.-*Sur l'Information Economique et le Messianisme Economique dans les pays en voie de développement*.-Actas del 5 Congreso Mundial de Sociología (1962); vol. IV, págs. 349-360.

BELTRAN, L.-*op. cit.*; págs. 121-122.

Ello nos suscita una nueva cuestión referida a la relación entre la dominación cultural y el subdesarrollo. El hecho de que una penetración informativa exterior no siempre suscite una realidad de enajenación cultural, obliga a preguntarse en qué circunstancias esa penetración informativa es parte de un proceso de transculturación y cuando constituye un instrumento de desintegración de la cultura endógena que termina por plasmarse en una progresiva desarticulación social, acompañada de crisis económicas y políticas, que lastra el desarrollo.

Esta importante cuestión ha sido muy poco investigada, tanto teórica como empíricamente, precisamente por haberse dado por supuesto que o bien la cultura de la potencia dominante era "superior" a la cultura de la sociedad dominada y, por tanto, entraña por sí misma el desarrollo o, por el contrario, la dependencia cultural implicaba necesariamente alienación y subdesarrollo.³⁴ Ninguna de ambas posiciones resulta consistente, como generalización, con la evolución histórica.

En las actuales condiciones, la estructura comunicativa e informativa internacional, a pesar de sus desequilibrios, propicia un proceso de transculturación planetaria en la que junto a la emergencia de conocimientos, lenguas, valores, ideas y patrones de conducta homogéneos, se refuerzan también los aspectos diferenciales de las diversas culturas, regionales o locales, que coexisten en la sociedad internacional. En cualquier caso, es obvio que entre estas culturas no todas han alcanzado idéntico grado de arraigo o paralelo nivel de madurez y funcionalidad para dar satisfacción a las demandas sociales.

Esta transculturación mundial que, lentamente, se viene produciendo durante el último siglo, no tiene unas consecuencias inequívocas en las posibilidades de desarrollo de los distintos países y pueblos de la sociedad internacional. Si entendemos **el fenómeno del desarrollo como un proceso de cambio general, experimentado durante un determinado período de tiempo, en virtud del cual una sociedad experimenta progresos, cuantitativos y cualitativos, en sus condiciones políticas, económicas y culturales originarias**, tenemos que concluir que la estructura comunicativa internacional fomenta un tipo de transculturación desigual en el que mientras unos países encuentran nuevas oportunidades para lograr el desarrollo y/o mantenerlo, otros muchos pueblos experimentan una agudización de sus contradicciones culturales y de sus conflictos nacionales.

En resumen, la transculturación mundial está contribuyendo a la forzosa "modernización" de las sociedades tradicionales, cuyas consecuencias no siempre resultan favorables para el desarrollo. Ciertamente la transición hacia la "modernidad" entraña procesos sociales de masificación que provocan el desarraigo cultural y la frustración política de amplios sectores cuya identidad, individual y colectiva, estaba asegurada en los sistemas clánicos o de castas. Estos sectores se convierten en grupos marginados en las nuevas condiciones económicas y culturales, dando paso a

³⁴-Una de las pocas excepciones que conocemos es la de:

HAYNES, R.D. Jr.-*"Un test sobre la teoría del imperialismo estructural de Galtung"*.- **STEVENSON, R.L.; SHAW, D.L. (Eds.)**- *op. cit.*; págs. 235-253.

una fragmentación interior de los países subdesarrollados, basada en criterios productivos, educativos, etc., que puede extenderse a una mayoría de su población al superponerse, sin llegar a sustituir plenamente, a la estratificación social premoderna. En tales casos, estas sociedades quedan estructuralmente incapacitadas, tanto desde el punto de vista social como cultural, para realizar el proceso de desarrollo.³⁵

Sin embargo, ello no nos autoriza a deducir, axiomáticamente, que la transculturación mundial que impulsa estos procesos de modernidad conduce necesariamente a estos resultados. Los casos de Japón, a fines del siglo pasado y comienzos del presente, de China tras la Segunda Guerra Mundial o de Túnez, tras la independencia, son algunos de los múltiples ejemplos significativos que se pueden citar de procesos de transculturación asociados al desarrollo.

Existen alternativas para que la penetración cultural e informativa, procedente de los países y empresas multinacionales que dominan la estructura comunicativa internacional, no provoquen un subdesarrollo endémico en los países del Tercer Mundo. Estas alternativas requieren la adopción de políticas y estrategias nacionales de comunicación e información que, como afirma Beltrán, conduzcan a una de estas dos soluciones:

*"o bien se acelera la integración cultural (tanto tradicional como moderna) o, en su defecto, mantener la diversidad de las principales culturas tradicionales preparando comunicante y destinatario para que la transmisión de información que inyectará la modernización pueda hacerse a tenor de las particularidades de cada comunidad etno-cultural."*³⁶

En ambos casos, lo cierto es que estas soluciones no cabe esperarlas de quienes dominan el sistema comunicativo mundial y, en muchos casos, tampoco de quienes controlan los centros de poder nacional. Esta es una tarea que deben abordar sobre todo los propios pueblos, porque son ellos los que crean la cultura y es a ellos a quienes verdaderamente pertenece.

4.-LA PROPAGANDA:CONCEPTO Y CARACTERISTICAS FUNDAMENTALES.

Hasta ahora hemos estado refiriéndonos a la comunicación internacional como una de las formas de relación entre actores internacionales y a la información internacional como el conjunto de los mensajes transmitidos. Sin embargo, una parte significativa de la comunicación no consiste en la emisión y recepción de información sino en la transmisión o recepción de propaganda. Esta forma parte de los procesos de comunicación internacional y constituye un importante instrumento de la política exterior

³⁵-MERLE,M.-"Le rôle du facteur culturel dans les relations internationales".-Facteurs...op. cit.;págs.347-350.

³⁶-BELTRAN,L.-op. cit.;pág.122.

de los países. En consecuencia, resulta necesario precisar el concepto de propaganda que, por lo demás, es objeto de numerosas interpretaciones por parte de los especialistas.³⁷ Aceptamos la definición propuesta por Qualter cuando afirma que la propaganda es:

*"el deliberado intento por algún individuo o grupo para formar, o alterar las actitudes de otros grupos mediante el uso de instrumentos de comunicación, con la intención de que en una situación dada la reacción de los así influidos será la deseada por el propagandista. En la frase 'el deliberado intento' se encuentra la clave de la idea de propaganda. Esto es lo que distingue a la propaganda de la no propaganda."*³⁸

Definida en estos términos, la propaganda contiene todos los elementos propios de la relación comunicativa, pero junto a ellos aparece un nuevo elemento que la singulariza respecto de otros términos afines: la existencia de una **manipulación deliberada de la información** destinada a afectar las actitudes y opiniones de ciertos públicos y, de modo indirecto, a condicionar sus conductas con objeto de adecuarlas a los objetivos o fines pretendidos por el propagandista. Una de las formas más generalizadas y desarrolladas de la propaganda es la **publicidad**, es decir aquella propaganda destinada a incidir en las opiniones y hábitos de consumo de los individuos.

La propaganda, al margen de cuál sea su origen, contenido o destinatarios, presenta cuatro características esenciales: es **deliberada**, **parcial**, **selectiva** y **condicionante**. Es deliberada por cuanto requiere una específica intención del propagandista de comunicar cierta(s) información(es), ello permite diferenciarla de las informaciones transmitidas de modo espontáneo o casual.

Es también parcial, lo que supone que el propagandista debe realizar, expresamente, una manipulación o alteración de la información con objeto de provocar una interpretación de los mensajes diferente de la que

³⁷-CALDUCH, R.- "El público..." *op. cit.*; 269

PIZARROSO, A.- *Historia...* *op. cit.*; págs. 25-29.

³⁸-QUALTER, T. H.- *Propaganda and Psychological Warfare*.- Nueva York, 1962. pág. 27.

Con un criterio idéntico, aunque de un modo menos preciso, se había expresado ya Edwards en 1938 cuando afirmaba:

"Propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados"

Citado por PIZARROSO, A.- *Historia...* *op. cit.*; pág. 28.

se produciría en caso de comunicar la totalidad de los hechos y datos o de transmitirlos con mayor rigor y exactitud. Esta manipulación puede darse en los contenidos de la información, en la forma de comunicarla y presentarla o, lo que es más frecuente, en ambos conjuntamente. Como ha destacado Pizarroso, existen tres tipos básicos de manipulación de los mensajes propagandísticos: **el racional, el cuasi-racional y el emocional**, aunque, como este mismo autor reconoce, sólo la propaganda emocional produce resultados efectivos.³⁹

En todo caso, es importante comprender que este rasgo de la propaganda no se puede identificar con el de la subjetividad que existe en la comunicación de las noticias. Por definición, no existen noticias absolutamente objetivas, entre otras razones debido a que la subjetividad, entendida como la inevitable necesidad de interpretar la realidad según ciertos criterios y valores, es consustancial a la naturaleza humana y, por tanto, forma parte de la propia realidad que se comunica. En consecuencia no existe la total neutralidad en la información social. Dicho esto, es evidente que existen notables diferencias entre la alteración deliberada y consciente de las informaciones con el fin de inducir interpretaciones incompletas o sesgadas de los hechos y la que se desprende de la particular forma de interpretar y valorar la realidad que posee el informador o el periodista.

La propaganda exige una triple selección: de los medios o canales, de la información que debe ser manipulada y del público al que debe orientarse. Desde luego, el carácter selectivo de la propaganda es uno de los elementos más importantes ya que de él dependen, en gran medida, su eficacia como instrumento de condicionamiento social. Ello ha hecho que sean los especialistas en sociología, psicología social y en comunicación los que hayan monopolizado las etapas selectivas de la propaganda, surgiendo una tecnocracia propagandística, cuyo poder económico y político se puede apreciar en relación tanto con la publicidad como con la propaganda política y electoral.

Finalmente, la propaganda provoca un doble condicionamiento: en el público, ya que al facilitarle una información incompleta o deformada le dificulta el proceso de autoconformación de sus opiniones, valores y actos. Pero existe también un condicionamiento respecto del agente propagandista en la medida en que limita sus posibilidades de difusión de informaciones o propaganda contradictorias en etapas posteriores, ya que en tales casos los efectos inductores de la propaganda suelen neutralizarse en gran medida, al tiempo que merman la aceptación de los mensajes y la credibilidad de las fuentes. Este efecto *boomerang* se aprecia de modo más evidente en relación con ciertos temas internacionales.

³⁹-PIZARROSO, A. -La guerra de las mentiras.-Madrid, 1991. Edit. Eudema; pág. 58.

Las guerras constituyen, sin duda, un ejemplo característico de cuestiones internacionales en las que las diversas técnicas de condicionamiento informativo (censura previa; selección de medios de comunicación; limitación de movimientos de los corresponsales; etc.) desarrolladas por los beligerantes impiden o, al menos, dificultan seriamente las posibilidades de difusión de informaciones rigurosas por los medios de comunicación social. En verdad se puede afirmar que en la cobertura informativa de las guerras, lo que finalmente se ofrece como información es, ante todo, propaganda. Otros temas internacionales, sometidos a serias restricciones informativas y/o notable propaganda son los referidos al terrorismo, servicios de inteligencia y actividades de contrainsurgencia; carrera armamentista y tráfico de armas o cuestiones nucleares, civiles y militares.⁴⁰

5.-CONCEPTO, FORMAS Y TECNICAS DE LA PROPAGANDA INTERNACIONAL.

Una vez definida y caracterizada la propaganda, resulta necesario precisar su significado y alcance en la sociedad internacional. Se impone, por tanto, diferenciar entre dos tipos de fenómenos propagandísticos que coexisten en el marco internacional y que, a pesar de su similitud, no deben confundirse conceptualmente. Se trata de:

- a).- *La propaganda nacional sobre temas y con efectos internacionales.*
- b).- *La propaganda estrictamente internacional.*

En el primero de ambos supuestos, tanto el agente propagandista como el público destinatario pertenecen al mismo país, en cambio el contenido de la información propagandística toma como referencia un fenómeno o problema internacional. La finalidad de esta propaganda es inducir una determinada actitud en la opinión pública nacional para que

⁴⁰-**ENTMAN, R.M.**- "*Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents*".- Journal of Communication, vol.41, n 4 (1991); págs.6-27.

GRABER, D.A. (Comp.)- op. cit.; págs.323-413.

MURDOCK, G.- "*Patrolling the Border: British Broadcasting and the Irish Question in the 1980s*".- Journal of Communication, vol.41, n 4 (1991); págs.104-115.

PICARD, R.G.- "*How Violence is Justified: Sinn Fein's An Phoblacht*".- Journal of Communication, vol.41, n 4 (1991); págs.90-103.

SERVAES, J.- "*European News Coverage of the Grenada Crisis*".- Journal of Communication, vol.41, n 4 (1991); págs.28-41.

influya, positiva o negativamente, en los órganos de decisión y poder del Estado con objeto de influir en su actuación exterior respecto de dicho fenómeno o problema.

La propaganda internacional, en su acepción estricta, surge cuando el agente propagandista y el público pertenecen a comunidades estatales distintas o cuando el agente propagandista es una organización internacional. Es decir, la cualificación internacional de la propaganda deriva de la diferente adscripción estatal del emisor y el receptor y no del contenido de los mensajes propagandísticos. El resultado es que la propia comunicación propagandista constituye ya una auténtica relación internacional, sea cual sea el objetivo que persiga o el contenido de los mensajes.

En todo caso, la propaganda internacional aunque incorpora la propaganda exterior que llevan a cabo los órganos estatales, no se agota con ella y en las condiciones internacionales de fines del siglo XX, asistimos a una explosión propagandista realizada por organismos internacionales gubernamentales, empresas multinacionales y organizaciones no gubernamentales. Todos estos actores recurren, cada vez más, a la propaganda como un decisivo instrumento de sus estrategias internacionales con objeto de vencer las resistencias que suscitan sus actuaciones o lograr las adhesiones que refuercen su protagonismo internacional.

La creciente importancia de la propaganda internacional, que corre paralela a la revolución tecnológica de los medios de comunicación de masas, presenta diversas formas atendiendo a dos criterios principales: *la naturaleza y el nivel de identificación de las fuentes propagandistas*, de una parte, y *el tipo de actitudes y conductas que se pretenden suscitar en el público receptor*, de otra.⁴¹

Según el primero de ambos criterios, se puede diferenciar, siguiendo a Pizarroso, entre: **propaganda blanca**, aquella en la que la fuente propagandística está correctamente identificada mostrando, además, una tendencia a la precisión en los mensajes; **la propaganda gris**, en la que el emisor aunque no está correctamente identificado puede llegar a conocerse y, por último, **la propaganda negra**, en la que la fuente propagandística está, deliberadamente, falsificada.⁴² Habida cuenta de

⁴¹-Otros autores han adoptado como criterios de clasificación, el contenido de los mensajes (política, económica, diplomática, militar, ideológica, escapista, didáctica) o el ámbito de difusión de la propaganda (bilateral, regional, mundial). No obstante, puesto que su naturaleza internacional la hemos definido atendiendo exclusivamente a los agentes emisores y receptores de la propaganda, estimamos que estos otros criterios son secundarios.

THOMSON, O.-*Mass Persuasion in History: a Historical Analysis of the Development of Propaganda Techniques*.-Edimburgo, 1977. Edit. Paul Harris Publishing.

⁴²-**PIZARROSO, A.**-*La guerra...op. cit.*; págs.60-61.

que una parte mayoritaria de la propaganda internacional procede de los Estados o de organizaciones intergubernamentales, al referirnos a las dos primeras categorías debemos diferenciar también entre **la propaganda oficial**, que al ser realizada por instituciones públicas, estatales o intergubernamentales, es o puede llegar a ser perfectamente conocida y **la propaganda privada**, que es desarrollada por otros actores internacionales, como las empresas multinacionales, incluidas las grandes cadenas informativas internacionales, las ONG, los movimientos o grupos religiosos, ideológicos, etc.

En función del segundo criterio adoptado, es decir, del tipo de conductas que intenta generar en el público, la propaganda internacional puede clasificarse en: **propaganda legitimadora** y **propaganda transformadora**.⁴³ La propaganda legitimadora, trata de crear o reforzar los valores, ideas, opiniones y conductas favorables al mantenimiento de un determinado sistema, estructura o actor internacional y, al propio tiempo, de limitar o neutralizar los valores, ideas, opiniones y conductas contrarios al mismo. Es, por tanto, una propaganda conservadora o continuista, no en el sentido ideológico del término, sino entendida como propiciadora del "status quo" internacional. Precisamente debido a este carácter continuista, es la propaganda más frecuentemente utilizada por los actores internacionales que en mayor medida se benefician de las estructuras internacionales imperantes, sobre todo por las grandes potencias.

La propaganda transformadora, aspira a desarrollar los valores, ideas, opiniones y conductas que propician el cambio de un determinado sistema, estructura o actor internacional, así como a desvirtuar la credibilidad y aceptación de sus principales poderes, instituciones y normas, para facilitar su sustitución por otros distintos. Es el modelo de propaganda que adoptan los actores internacionales que pretenden potenciar o acelerar los procesos de cambio de la sociedad internacional. Una particular e importante forma de propaganda transformadora es **la propaganda subversiva**, pues con ella se intenta impulsar un cambio radical, unilateral y, con frecuencia, violento del sistema político internacional o de alguno de sus miembros.

Ambos modelos propagandistas recurren a diversas técnicas y estrategias para alcanzar su finalidad. Entre ellas, Holsti destaca las

⁴³-Esta clasificación introduce cambios sustanciales respecto de la que adopté en un trabajo anterior, en el que distinguía entre propaganda internacional persuasiva y subversiva, por entender que semejante distinción combinaba criterios diferentes en cada una de ambas categorías. La primera respondía a la consideración de la técnica propagandística, mientras que la segunda atendía a la finalidad que se pretendía alcanzar con la propaganda.

siguientes: *el apelativo nominal;la brillante generalidad;la transferencia;la simplicidad popular;la técnica testimonial*,con la variedad de *"la apelación a la autoridad";la selección;la orquestación y la frustración con elección de una víctima*.⁴⁴

La técnica del apelativo nominal consiste en la asociación de un símbolo,que posee una fuerte carga emocional,con un país,grupo o persona. De este modo,el público receptor es inducido a responder favorablemente a los planteamientos del propagandista sin que realice un análisis o examen de la realidad de los mensajes.Por ejemplo,los comunistas son *"los rojos"*,los occidentales son *"los explotadores"* o los adversarios extranjeros constituyen *"el contubernio judeo-masónico comunista"*.

La estrategia de la generalidad brillante es similar a la anterior,sólo que en este caso el propagandista recurre a la asociación entre el símbolo y una idea o valor abstractos.Son las referencias a *"la unidad nacional"*, *"la solidaridad del proletariado"*,*"el nuevo orden internacional"*,*"la cuestión de Estado"*,*"el destino histórico"* etc.

La fórmula de la transferencia,radica en identificar una idea,persona,grupo, país o política con otra para lograr que el público destinatario los acepte o rechace conscientemente.A diferencia de los supuestos precedentes,en este caso el propagandista necesita que el receptor del mensaje lo examine para constatar su veracidad.Si en los supuestos anteriores,la propaganda se orientaba hacia las emociones,en el caso que nos ocupa,el mensaje apela a las convicciones o creencias que,con frecuencia,no son empíricamente verificables o racionalmente demostrables.Un ejemplo habitual se da en la propaganda religiosa, asimilando al adscrito a otra religión o al no creyente con *"el inmoral"* o,en el mejor de los supuestos,con *"el ignorante de la verdad revelada"*.

En los casos en que la fuente propagandista es ajena al grupo receptor, se intenta reducir la oposición que ello suscitaría recurriendo a la simplicidad popular o a la técnica testimonial. Ambas se basan en presentar el mensaje propagandístico como parte de la propia cultura grupal, sin embargo, mientras la simplicidad popular se centra en el uso de formas o expresiones simples y utiliza el lenguaje, verbal o gráfico,

⁴⁴-Domenach señala seis técnicas coincidentes,en muchos casos,con las adoptadas por Holsti y a las que denomina:la simplificación;la desfiguración o engrandecimiento;la orquestación;la transfusión;el contagio o unanimidad y la contrapropaganda.De todas ellas,creemos que sólo la última no constituye una auténtica técnica propagandística sino una forma de propaganda calificada por su finalidad de neutralizar los efectos de otra propaganda adversa.

Citado por **PIZARROSO,A.**-*La guerra...op. cit.*;págs.61-63.

HOLSTI,K.J.-*op. cit.*;págs.221-223.

característico del colectivo, la técnica testimonial, en cambio, instrumentaliza determinadas personas o instituciones con un alto grado de reconocimiento o estima por parte del público. Esta última estrategia presenta una variante significativa, la del "argumento de autoridad", es decir cuando algún mensaje propagandístico se acepta como verdadero simplemente por haber sido expresado por "la autoridad" del colectivo. Estas técnicas propagandísticas son muy empleadas en los casos en que los gobiernos celebran referéndums sobre aspectos importantes de sus políticas exteriores.

En cambio, estimamos que lo que Holsti denomina la técnica de selección no es tal pues, como ya hemos apuntado, esta es una característica común a toda propaganda. La orquestación descansa sobre el deseo de los receptores del mensaje propagandístico de pertenecer a o estar de acuerdo con el resto del grupo. A diferencia de la técnica testimonial, no son las personas o instituciones las que polarizan la identificación a través del mensaje, sino el propio público receptor considerado como una colectividad articulada y estimada. Un ejemplo paradigmático de este tipo de técnica lo encontramos en la siguiente afirmación de Stalin:

*"Un revolucionario es el que sin reservas, sin condiciones, abierta y honradamente, sin secretos militares, está dispuesto a proteger y defender a la URSS, porque la URSS es el primer Estado proletario y revolucionario del mundo que edifica el socialismo. Un internacionalista es el que sin reservas, sin vacilaciones, sin poner condiciones, está dispuesto a proteger a la URSS, porque la URSS es la base del movimiento revolucionario de todo el mundo; pero no es posible proteger e impulsar este movimiento revolucionario internacional sin proteger a la URSS, porque el que cree proteger al movimiento revolucionario internacional sin proteger a la URSS se pone en contra de ella, toma postura contra la revolución y se desliza inevitablemente al campo de los enemigos de la revolución."*⁴⁵

Finalmente, el recurso a la frustración y elección de una víctima o "cabeza de turco", es la técnica por la que el propagandista moviliza un sentimiento de frustración colectiva, experimentado ante una realidad adversa, en contra de una determinada persona, grupo, institución o país, al que se responsabiliza o presenta como causante de los males que sufre el público receptor. La propaganda nazi utilizó esta técnica para facilitar la aceptación por el pueblo alemán de su política de persecución y exterminio de los judíos de centroeuropa.

El recurso a cada una de estas técnicas propagandísticas depende de múltiples factores, entre los que destacan: la estrategia de actuación internacional a la que debe servir, los objetivos últimos que se pretenden alcanzar por el propagandista, el público

⁴⁵-LEONHARD, W.-*Die dreispaltung des Marxismus*.-Düsseldorf, 1970.(traducción de Javier Arzayuz.-*La triple escisión del marxismo*.-Madrid,1971.pág.179)

objetivo al que va destinada la propaganda, los medios de comunicación que serán empleados, etc. En todo caso, el análisis de las diversas formas de propaganda internacional, no puede obviar la consideración de las técnicas utilizadas por cada actor que se investiga ya que, de otro modo, no puede lograrse una interpretación rigurosa y completa de la función que a la propaganda le atribuye el Estado, en el conjunto de los medios empleados en sus relaciones exteriores.