

GLOBALIZACION DE LA COMUNICACION Y DEMOCRACIA

Raúl Rivadeneira Prada

Raúl Rivadeneira Prada, Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y catedrático de Periodismo, Comunicación Política, Opinión Pública y Teoría General de Sistemas y Comunicación en la Universidad Católica Boliviana. Autor de una docena de libros sobre Comunicación, Política y Literatura, de amplia difusión en Universidades de América Latina.

La Aldea Global

- “ El ‘tiempo ha cesado, el espacio se ha esfumado. Ahora vivimos en una aldea global... un suceder simultáneo”
- “ La nueva interdependencia eléctrica recrea el mundo a imagen de una aldea global”.
- “ El diálogo global debe ser reconstruido”

Estas frases, con que Herbert Marshall MacLuhan alborotó al mundo intelectual hace ya cerca de cuarenta años, recobran plena vigencia al haberse difundido, hasta casi popularizarlo, el término “global” y la idea de la globalización como un fenómeno finisecular con insospechadas proyecciones hacia el siglo XXI.

Salta a la vista que los antecedentes de la preocupación en torno al hecho “globalizador” se hallan en el pensamiento de McLuhan. A partir de entonces, este suceso socio- cultural habría de recibir otras denominaciones con las cuales se pretendía ofrecer una visión más exacta de su evolución, en sus propios contextos, por ejemplo, “Aldea transnacional”, “Aldea empresarial” o simplemente, “ Globalización de las comunicaciones”.

Parece fácil entender lo que se quiere decir con la palabra “globalización”, pero no lo es. Tiene sentido polivalente, significa varias cosas o puede usarse para representar varias cosas.

Nuestra lengua reconoce solamente el adjetivo “global”, sinónimo de general y total. Dícese “de algo tomado en conjunto”. La Enciclopedia Espasa anota: “es un neologismo que no tiene razón de ser”. Con mayor propiedad lingüística, deberíamos emplear el vocablo “total”, que proviene de la voz latina “totus” (todo, íntegro, general, universal).

Sin embargo, la extensión del término “global” y su forma verbal “globalizar” es una realidad de debemos admitir, sin restricciones ni exigencias puristas, por su masiva adopción “de facto” en las dinámicas comunicaciones modernas.

McLuhan predijo la transformación del planeta en una aldea global, con todas las connotaciones de la palabra y la noción de aldea: finca territorial, caserío, como la aldea Alde, del municipio de la Coruña, exactamente descrita en su composición material y humana: 32 edificios, entre viviendas y establecimientos públicos, y 73 habitantes; sólo que, ahora, nuestra aldea global tiene dimensiones geográficas y demográficas gigantescas.

La Aldea Transnacional

El investigador holandés Cees J. Hamelink reunió en un libro sus propias disertaciones y las de varios analistas de la comunicación mundial elaboradas en la década de los setentas. La obra se publicó en 1981, con el título “La aldea transnacional”.

El primero de una serie de indicios sobre la imparable corriente transnacional en las comunicaciones, como efecto de la expansión oligopólica industrial es el transistor, cuyo uso se popularizó en la década 1960 a 1970, considerada como el momento de gran despegue de la segunda revolución industrial. Hamelink escribe que, en esos diez años, el precio de un transistor disminuyó de 12 dólares a 12 centavos de dólar.

El abaratamiento de los aparatos, de los instrumentos y productos de la tecnología, marca el comienzo de la vertiginosa espiral de las comunicaciones. El periódico de un centavo se asocia a la primera revolución industrial; el transistor a la segunda. Sería legítimo decir que la telefonía celular, la TV digital, el correo electrónico y el internet marcan el inicio de la tercera revolución industrial.



El periódico *La Razón* publicó en su edición del domingo 5 de mayo de 1996 una serie de notas con el título general: “¿Y quién no tiene un Telecel?” eslogan que preside los spots publicitarios de la empresa comercializadora de dichos aparatos. Según esa publicación, en 1991, un teléfono celular costaba en Bolivia 2.500 dólares; cinco años después, lo ofertaban por 99 dólares. Ahora (mayo de 1997), lo regalan. La empresa Telecel se propone incorporar, de ese modo a su lista de 10.000 abonados, a 15.000 nuevos usuarios, en tanto que la nueva ENTEL, capitalizada por la empresa italiana STET, se dispone a alcanzar sus primeros 150.000 usuarios en los próximos cinco años, incluyendo servicios en el área rural. Pero no sólo desaparece el precio de los aparatos, sino que también disminuyen las tarifas de las llamadas. Roberto Savio, al respecto, ha dicho en una conferencia pronunciada en Abril de 1996, en Montevideo, que el costo real de una llamada telefónica internacional era, en ese momento, veinte veces menor que el que cobraba una compañía telefónica. O sea que, si se pagaba 20 dólares por una conversación de tres minutos, el costo verdadero era de 1 dólar. Estos son, entre otros, los materiales con que se construye la “aldea transnacional”

“En la filosofía de la aldea mundial -Dice Hamelink- la comunicación internacional hace comprender al mundo su interdependencia. La comunicación en la aldea mundial es un hecho de unificación y de participación” (1)

Tal vez la diferencia entre la primera y segunda revolución industriales sea que la primera transforma la sociedad artesanal en una sociedad maquinizada; la segunda, en sociedad comunicada. Esta comparación parece necesaria para comprender el proceso de la globalización, como lo estamos viviendo hoy.

El fenómeno de la globalización puede verse, entonces, desde la perspectiva histórica de la transnacionalización de la producción industrial, es decir, en el sentido que apunta Michel Barralt: “Como la concentración industrial, la concentración de capital y su consecuencia en la expansión transnacional” (2)

Se entiende que una empresa transnacional es un sistema que controla la producción y distribución de bienes y servicios fuera del país en que tiene su domicilio legal y su establecimiento principal. Un modelo de empresa transnacional es la firma Coca- Cola.

En la noción anterior está implícita la serie de acciones globalizadoras en procesos de relación comunicación- industria- poder.

Así, se explica el fenómeno dentro de un circuito de funciones y relaciones causales:

“Vinculación dialéctica de tres elementos vitales del poder económico mundial: el control del capital de apoyo, el control de la tecnología (su desarrollo, su aplicación y su transferencia) y el control de los mecanismos del “marketing”. Este complejo controla una estructura centralizada e internacional de la comunicación. La función de tal estructura de comunicación es la promoción de mensajes que representan una configuración de valores socioculturales pertinentes a los intereses económicos creados” (3).

Hamelink afirma que la transnacionalización, en los términos antes expuestos, hace que dicha configuración de valores socioculturales entre en conflicto con los valores que sustentan los intereses públicos, con lo cual se generaría una resistencia cultural. Hamelink agrega: “ La filosofía social de la aldea mundial es un mito engañoso, que oscurece una descripción -más adecuada de nuestro mundo, como la aldea empresarial” (4).

Varias son las formas en que se expresa la globalización. Savio, en la referida conferencia en Montevideo, y difundida por las agencias de noticias, apuntaba como “un hecho trascendental” de fines de siglo, “ las transformaciones que sufre una sociedad que se va globalizando”, en diferentes direcciones, pero que confluyen, finalmente, en la globalización de informaciones, opiniones, entretenimientos y pautas de comportamiento para toda la humanidad.

Nosotros podríamos mencionar algunas formas:

- globalización (o integración) de capitales,
- globalización de las relaciones interpersonales con el uso de las internets,
- globalización cultural,
- globalización del consumo de bienes y servicios habidos y por haber,
- globalización del uso de las tarjetas de crédito tanto como de los preservativos,
- globalización de la política,

- globalización de las sectas religiosas y el milagrerismo en los shows masivos transmitidos por las cadenas de TV,
- globalización de los espectáculos públicos y del gusto por las estridencias de grupos musicales modernos,
- globalización de los espectáculos deportivos,
- globalización de la corrupción,
- globalización de las enfermedades de transmisión sexual,
- globalización del narcotráfico y consumo de drogas,
- globalización de la violencia, etc.

Es evidente que, si algo se ha globalizado aceleradamente, hasta convertirse en el rasgo distintivo de nuestra época es, como ha dicho Roberto Savio, “ la sensación de inseguridad que no viene de los conflictos de los Estados. Viene de la esfera individual hacia temas como el medio ambiente, las drogas, el SIDA, las migraciones, el desempleo...”

El agente uniformador de estos procesos globales es la comunicación; sus principales instrumentos, las telecomunicaciones, aceleradamente impulsadas por la digitalización de los sistemas telefónicos y los de transmisión de señales por televisión y radiotelefonía, que multiplica por diez la capacidad de transmisión de un canal. Por donde antes circulaba uno, ahora pueden pasar simultáneamente diez canales.

¿Cuál es la verdadera magnitud de todo esto? Tal vez nunca lo sepamos exactamente, pero una idea general puede proporcionarnos el caso de las redes (Networks) de televisión. Tomemos una: la norteamericana CNN.

Cuando esta gigantesca red cumplió 10 años de actividad, la influyente revista Newsweek saludó el acontecimiento destinándole su portada y cuatro páginas interiores. El título de primera página dice: “*La aldea global. La CNN ha acelerado el curso de la historia electrificando al mundo*”.

La red, cuando se hallaba en plena construcción de “su” aldea global, llegaba a 54 millones de hogares norteamericanos; a 91 países y a 200.000 habitaciones de hoteles fuera de los EE.UU. Opera las veinticuatro horas al día con cinco satélites geostacionarios: Galaxy

1, Pan Am Sat, Intelsat F8, Intelsat F11 y el ruso Statsionor 12.

Se constituyó en el suceso periodístico más importante de la década de los 80's y en el consorcio de comunicación más expansivo en lo que va de esta década de los 90's. Newsweek atribuye a esta red el haber "transformado la geografía de las noticias" y no sólo esto, sino también el haber "cambiado" la política estadounidense, las anticuadas prácticas de los negocios, y aun haber modificado el estilo de la diplomacia internacional. En este aspecto, "cuando los soviéticos quisieron denunciar la invasión de Panamá, llamaron a la oficina de la CNN en Moscú, no a la embajada de los EE.UU.". La fuerza de la protesta en el ámbito internacional sería mayor al difundirse por CNN que por los canales del gobierno de Washington. Cambiar la geografía de las noticias quiere decir, desde el punto de vista de la teoría clásica del periodismo (Dovifat), que se ha conseguido borrar las diferencias que el concepto de universalidad geográfica marcaba como punto de orientación en el trabajo periodístico, con objeto de jerarquizar la importancia noticiosa desde el núcleo donde acaece el hecho noticiable hacia la distante periferie de los receptores.

Este concepto, traducible en: "Es más importante lo que ocurre dentro de casa que fuera de ella", se trastrueca en la presencia permanente, sin solución de continuidad, y con la intensidad e impactos emocionales con que se transmiten los mensajes. Ahora, parece secundaria la pregunta guía "¿dónde?", "¿dónde ocurrió el suceso?" tanto para el comunicador como para el receptor en función selectiva y queda sólo como referencia espacial. Los sucesos ocurren y las redes de información los transmiten de inmediato a todo el planeta, incluyendo al sitio geográfico de las fuentes y al propio punto de emisión. Esta alteración incita, en algunos casos, y en otro impone, obliga a conocer la realidad ajena antes que la propia, o más lo ajeno que lo propio.

Hebert Schiller ha hecho notar la estrecha vinculación que mantienen las " Networks" con la poderosa industria transnacional cinematográfica (5).

Puede afirmarse también que, merced al desarrollo tecnológico de las comunicaciones, es necesario revisar o actualizar los viejos conceptos políticos de estado nacional, soberanía, autonomía, dependencia absoluta, etc. Y, ¿por qué no?, parecen haberse diluído también, a lo menos en cuanto a las posibilidades de acceso a la tecnología moderna de las

comunicaciones las fronteras que separaban al primer mundo del segundo, tercero, cuarto y otros mundos, mostrándonos “ Un solo mundo, voces múltiples”, como adivinaba ya con este título el célebre informe McBride, en 1980.

Sin embargo, todo esto nos presenta una desconcertante paradoja, que desmentiría, a lo menos parcialmente, la validez de la homogenización, porque en otros campos, como el de la salud, la educación, la vivienda, el desarrollo rural, siguen en vigencia las categorías diferenciales de primer y tercer mundos, aunque, y he ahí la paradoja, comprobemos que la marcha de los indígenas, campesinos y coccaleros cuyas demandas se cifran en conseguir agua potable, escuela y hospital, se organice y coordine mediante el uso de teléfonos celulares, y no nos sorprenda que al retornar estos marchistas a sus distritos, sintonicen en sus receptores de TV las noticias de CNN, los espectáculos de Televisión Española Internacional o las telenovelas puertorriqueñas, todo esto entre cuarenta posibilidades de sintonía, mientras la posibilidad de recibir la visita de un diputado o estrechar la mano del presidente de la república es más lejana que Orión.

La televisión cumple una evidente función globalizadora. Recordemos el efecto que tuvieron en la opinión pública norteamericana y mundial las imágenes de la masacre de Mi-Lai, en Vietnam, mostradas por la televisión. El horror de la guerra en toda su crudeza había penetrado en millones de hogares y de ese modo se había acelerado la formación de consenso de público decidido en favor de la paz y del retorno de la tropas estadounidenses a casa.

Los modernos medios de comunicación han derribado o contribuido a derribar otras barreras. Los sorprendentes y espectaculares cambios en la política mundial: la caída del muro de Berlín, el desmoronamiento de la Unión Soviética, la guerra del Golfo Pérsico, la difícil paz árabe- israelí y la germinación del Estado Palestino; la eliminación del “Apartheid” en Sudáfrica y el ascenso de Nelson Mandela a la presidencia del país más segregacionista de la historia; la consolidación de la democracia en América Latina; la superación de la crisis financiera iniciada en México y sus repercusiones bautizadas como “Efecto tequila”; la paz en la ex- Yugoslavia; las atroces matanzas en Ruanda- Burundi; la internacionalización de las campañas para el control del cólera y el SIDA, en fin, podrían mencionarse decenas de ejemplos, que prueban el papel de creciente importancia que han

empezado a representar los medios masivos en todo el mundo.

En los últimos treinta años, la comunicación social ha experimentado grandes transformaciones, y no sólo tecnológicas, sino también cualitativas en tanto en cuanto modifican las relaciones humanas. Ponemos tres caracteres bien definidos de la comunicación actual, que tal vez correspondan también a la atmósfera de post modernidad que nos rodea, según no pocos investigadores:

- 1) Globalización de las comunicaciones
- 2) Preferencia por mensajes triviales, vanales o frívolos
- 3) Espectacularidad en la forma de presentación de mensajes.
Ritualización de las noticias, con montajes tipo "Show".

En otro orden de cosas, los medios han borrado también la línea divisoria entre lo público y lo privado, develando intimidades. El hombre moderno parece condenado, irremediamente, a resignar buenas porciones de "su" privacidad, y esta es otra cara de los múltiples rostros que tiene la globalización.

Se globalizan muchas cosas, como las que hemos mencionado líneas arriba. Pero, ¿qué es lo que más se globaliza? Porque hay, ciertamente una abrumadora cantidad de mensajes negativos transmitidos vía satélite que desequilibran la imagen del mundo moderno. Alguien afirmaba, en una entrevista publicada con motivo del "Día del Periodista", que las "buenas noticias son aburridas" y con ellas no se hace un buen periodismo. Habrá que darle la razón, aclarando, empero, que esa es la visión del periodismo sensacionalista que funda su éxito mercantil en las miserias y desgracias humanas, y que ignora en absoluto la ética y la función de servicio que caracteriza a esta noble profesión.

¿Qué se globaliza en este momento?

Los bienes culturales de la humanidad, la ciencia, la educación tienen sus espacios en esa globalización, pero son tan escasos que se pierden en el mar de telenovelas cursis, seriales violentas, publicidades de objetos inservibles y noticias manipuladas, no por casualidad sino en repuesta a un plan tendente a la uniformidad. Hamelink ve en esto una fuerte estructura de dependencia cuyo efecto mayor es el mecanismo de la nivelación 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 capita y el ritmo de mecanización y urbanización del estado industrial avanzado” (6).

La transnacionalización exige a su cerebro comunicacional la planificación de necesidades y prioridades sociales en función de la configuración de sus propios valores, “fabricando” así consensos sociales.

El fácil acceso a informaciones como las que difunden las redes de televisión, las agencias de noticias y los grandes diarios, generalmente asociados entre sí, no garantiza, empero, la buena calidad de los mensajes ni la veracidad de los datos ni la pluralidad de las fuentes. Esto ha sido recientemente comprobado por el investigador norteamericano Stephen Hess, de la institución Brookings. Las conclusiones de este autor, publicadas el 14 de febrero de 1996 en el boletín “Notas Semanales” No. 441, de USIS, dice, en sus partes principales: “Los corresponsales de prensa norteamericanos en el extranjero, que ahora trabajan en oficinas con menos personal y enfrentan peligros cada vez mayores en su trabajo, tienden a limitar su cobertura a las capitales y las actividades gubernamentales...Las noticias tratan de la gente que gobierna o que quiere gobernar. Se ven muy pocas noticias extranjeras sobre los consumidores, la gente en las calles, etc...Las noticias están orientadas enormemente hacia el gobierno, si bien con las noticias nacionales (en EE.UU.) no es así...El reportaje de televisión de las oficinas noticiosas estadounidenses en el extranjero es un desastre. La mitad de los reportajes son sobre actos de violencia- usualmente política- y poco esfuerzo se dedica a explicar el contexto político del reportaje. Más aún, los reporteros de televisión son personas que brillan por algunos días, pero que no estuvieron allí todo el tiempo de un reportaje prolongado. El resultado es que los departamentos de noticias usan informes de reporteros independientes e inexpertos que permanecen por un tiempo más largo cerca de la noticia”. Cualquier comentario sale sobrando.

El hecho es que la moderna comunicación social nos involucra en sucesos y situaciones de las que hasta hace poco no teníamos ni la más remota idea. Y estamos cada vez más

comprometidos directa o indirectamente, material o emocionalmente. Puede afirmarse que “lo social” se va personalizando. Se personalizan también las relaciones internacionales y parecen ir quedando atrás las tradicionales cancillerías y la ortoxia de los plenipotenciarios. El acceso a la información científica y tecnológica, pese a que todavía se hallan bajo fuertes restricciones, es ahora, sin embargo, muchísimo mayor que antes para el ciudadano corriente, a través de las autopistas de información llamadas “internets”

Globalización y Democracia

La globalización, desde la perspectiva de la comunicación política, es un problema de opinión pública, pero no de una opinión pública tradicionalista, conservadora de papeles institucionalizados por la dinámica anterior encerrados en las estructuras sindicales, partidarias, castrenses, empresariales, profesionales, etc., sino de opiniones públicas activas y “modeladoras de políticas”, como dice Davison (7). Es una opinión pública que disuelve la frontera entre sociedades ricas en información y sociedades pobres en información. El déficit informativo general de países como Bolivia se reduce cuantitativamente, por la sustitución de mensajes propios por la avalancha de mensajes ajenos.

Bajo las nuevas condiciones creadas por la globalización, hace falta replantear el concepto de democracia. Ante los resultados producidos en el sistema político (liquidación de los regímenes de facto), parece conveniente oír lo que dice Yolanda Casado: “...tendríamos que definir la democracia como la forma de gobierno que refleja los deseos de la mayoría en las decisiones políticas que toma...como la forma de gobierno en la que las reglas del juego permiten resolver los conflictos que, inevitablemente, surgen en la sociedad sin necesidad de recurrir a la violencia” (8).

Las opiniones públicas demandan actualmente modelos democráticos pluralistas o participativos. Entre los primeros, para resolver los problemas que plantea la atomización política reflejada en el multipartidismo que, con frecuencia, obliga a los principales actores políticos a celebrar pactos ó alianzas (a veces insospechados), para garantizar la organización de un gobierno democrático y su perdurabilidad. En esencia, el modelo participativo postula otorgar mayor espacio de acción a los ciudadanos tanto en las decisiones de los partidos cuanto en las del gobierno. El instrumento más eficaz de la

participación es el referéndum, complementado por el debate público. Este parece ser el modelo democrático prohijado por la globalización de las comunicaciones.

Los líderes políticos disponen ya de mayores y mejores medios para relacionarse directamente con los electores y diversos públicos, sin la intermediación del reportaje periodístico, sin mendigar el favor del gobierno, al incorporarse a las “internets”. Un ejemplo: el ex- presidente venezolano Carlos Andrés Pérez se hallaba bajo arresto domiciliario y prohibido de realizar actividad política en su país, a la espera de una sentencia judicial, pero eso no impedía que el ex- mandatario se vinculara políticamente por “internet”, con los usuarios venezolanos, que no son pocos, y con líderes y públicos internacionales. Una situación que configura nuevas relaciones políticas.

Las transformaciones que la comunicación actual origina en la política han sido reconocidas por el ex-Secretario General de la ONU, Butros Butros Ghali, en declaraciones públicas. Ha dicho: “Los medios de comunicación llevan información directamente a los individuos, conducen encuestas de opinión - que parecen tener validez científica- y asumen posiciones editoriales basadas en la opinión pública. Este proceso está transformando a la democracia, al mismo tiempo que una ola de democratización barre al mundo. Durante los últimos dos siglos, la ley era la fuente de autoridad de la democracia, pero hoy en día la ley parece haber sido remplazada por la opinión como fuente de autoridad en tanto que los medios de comunicación actúan como árbitros de la opinión pública...Esta es un época de la historia en la que se requieren muchas ideas . La actual contienda de ideas sobre la paz, el desarrollo y la democracia es un legítimo e importante tema para la atención de los medios de comunicación ” (9).

Debemos agregar que no es extraño que las opiniones públicas hubieran adquirido la fuerza que les reconoce Butros Butros Ghali. El filósofo inglés John Locke, hace más de tres siglos, situaba la “ley de la opinión pública o ley de la reputación” junto a la ley divina y la ley humana en la tríada del control social, en el desarrollo del individuo y de la sociedad.

No es fácil imaginarse cómo será la situación de la política mundial en los albores del siglo XXI, si se cumplen las metas previstas por las empresas oligopólicas de la

comunicación; cuando sobre el planeta haya un teléfono celular por cada veinte personas; un televisor para cada cinco habitantes, como sucede ya en Venezuela; cuando internet tenga 200 millones de abonados domiciliarios que, multiplicados por 4 (familia tipo), dará 800 millones de personas.

Otro hecho que llama la atención es la creciente concentración de medios de comunicación en pocas manos, en las corporaciones transnacionales. Este fenómeno lo estamos viviendo en Bolivia, con la concentración de sistemas de Radio y TV, periódicos y revistas bajo una misma estructura propietaria empresarial y en asociaciones con empresas transnacionales del mismo rubro, como en el caso de la televisión privada. Es evidente que tal concentración puede representar una amenaza para el ejercicio de la democracia, por el dominio de los procesos de comunicación social, que significa también la acumulación de poder en manos de los propietarios de medios.

La globalización de la comunicación afecta a los flujos informativos, canaliza procesos de homogeneización cultural en contra de la pluralidad y diversidad cultural que hace de nuestro mundo un mosaico de lenguas, creencias, usos, costumbres, geografías, climas, expresiones artísticas y cosmovisiones.

Jendoubi afirma que “productos culturales y mediáticos originados en un contexto social específico son luego distribuidos a escala planetaria alcanzando así audiencias para las cuales no estaban concebidos... ¿Hasta qué punto “los productores globales” realmente conocen las culturas y personajes extranjeros que son constantemente reflejados en los medios?” (10).

Los críticos pesimistas ven en la globalización dos grandes perjuicios: 1) la homogenización cultural y 2) el estereotipamiento de pueblos y naciones.

Pero, también, es justo reconocer que la globalización puede verse de manera positiva, como un hecho beneficioso, como “un vehículo que puede contribuir a la construcción de un mayor entendimiento internacional” (11).

Y, en verdad, puede obtenerse mucho provecho de la globalización en varias áreas, por

ejemplo, en las del intercambio científico, transferencias tecnológicas, inversiones económicas en condiciones justas y equitativas; para la preservación ecológica del planeta; en función del mejoramiento de las libertades individuales y el respeto a los derechos humanos; la rápida difusión de informaciones sobre desastres naturales y peligros de epidemias, para una oportuna acción internacional solidaria; para la humanización de la justicia, para la educación de la juventud previniéndola de los riesgos que la acechan en el mundo actual; para una lucha más eficaz contra el narcotráfico, la delincuencia común, el terrorismo y la violencia en todas sus formas y grados. En fin, la globalización de todo aquello que sea útil para proporcionar a la humanidad mejores condiciones de vida para la realización personal y social y la consecución de bien común.

Notas

- 1) Hamelink, Cees J. *La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, 1981; pág. 18.
- 2) Barralt Brown, Michael. *The Economics of Imperialism*. New York, Penguin, 1974; pág. 170.
- 3) Hamelink, op. cit., pág. 31.
- 4) *Ibíd*, pág. 32.
- 5) Schiller Herbert, en la obra citada de Hamelink, pág. 79.
- 6) Hamelink. op. cit., pag. 204.
- 7) Davison W.P. *El futuro de la Opinión Pública en las sociedades democrático - liberales*. En “ Los medios de comunicación en las sociedades democrático - liberales”, de Stanley Rothman (Comp). Buenos Aires, Ed. Devinir, 1995; pág. 453.
- 8) Casado, Yolanda. *Las democracias*. En “ Fundamentos de Ciencia Política”, de Manuel Pastor (Coordinador). Madrid, McGraw Hill, 1994; págs. 142- 143.
- 9) Periódico Nueva Economía, La Paz, 13 -19 de febrero de 1996, pág. 4.
- 10) Revista Dia-Logos N° 42; México, Felafacs, 1995; pág. 61.
- 11) *Ibíd*. pág. 63.