

Armand Mattelart

Utopía y
realidades
del vínculo
global. Para una
crítica del
tecnoglobalismo

Profesor investigador de la Université Paris 8 - Francia
Dirección: 7, rue Payenne, 75003 París. Teléfono: (332) 99361021
Fax: (332) 99141588

diálogos
de la comunicación

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

● Armand Mattelart

“Organizar una entidad que abarca el planeta no es una empresa baladí (...) Twirl, cuya inteligencia era lúcida, observó que el Congreso suponía un problema de índole filosófica. Planear una asamblea que representase a todos los hombres era como fijar el número exacto de los arquetipos platónicos, enigma que ha atareado durante siglos la perplejidad de los pensadores. Sugirió que, sin ir más lejos, don Alejandro Glencoe podía representar a los hacendados, pero también a los orientales y también a los grandes precursores y también a los hombres de barba roja y a los que están sentados en un sillón. Nora Erjford era noruega. ¿Representaría a las secretarías, a las noruegas, o simplemente a todas las mujeres hermosas? ¿Bastaba un ingeniero para representar a todos los ingenieros, incluso los de Nueva Zelanda?”

J.L.Borges, “El Congreso”,
El Libro de Arena.

La interconexión generalizada de las economías y de las sociedades mediante las redes técnicas de información y de comunicación señala un salto cualitativo en la trayectoria secular de la idea “prebabeliana” de “comunidad universal”¹. Durante mucho tiempo, el proyecto de espacio jurídico como obra exclusiva de actores estatales ha esfumado el rol que desempeñaba en la formación del nexo “internacional” el proyecto de “taller único” y de “República mercantil universal” formulado por Adam Smith desde 1776. La palabra “internacional” prestada de la lengua inglesa, aparece precisamente por la pluma de especialistas del derecho de gentes en vísperas del siglo XIX. El desarrollo del nacionalismo moderno, que hace del territorio el fundamento de la soberanía y de una comunidad imaginaria, así como las formas adoptadas por la dominación imperial de las potencias europeas, luego de Estados Unidos, y sobre todo la Guerra fría, son algunos de los factores que han privilegiado una visión geopolítica de la integración mundial como resultado de una concertación entre potencias gubernamentales.

Orientándose durante los años ochenta hacia los fundamentos institucionales de los Estados-nación, las lógicas de construcción del macrosistema tecnofinanciero han modificado la topología de los actores de la

esfera transfronteriza. El fin de la tensión bipolar ha excitado este ascenso de las relaciones mercantiles en la configuración del espacio-mundo. El empalme de los Estados-nación con las normas de las redes planetarias es el prelude de una mutación profunda del modelo económico y social, es decir de las formas de organización del conjunto de las relaciones sociales en cada sociedad. Para el enfoque de ese nuevo momento de la historia de la integración mundial ha aparecido la noción de globalización. Tomada ella misma también del idioma inglés, la ambición de esta palabra es cubrir el proceso de unificación del campo económico y por extrapolación abusiva, dar cuenta de la situación general del planeta y de su porvenir. Ciertamente, nadie puede negar que el término globalización recubre una serie de realidades nuevas llamadas a cambiar profundamente los modos de vida. Pero también remite a una ideología. Forma parte de esos términos tramposos que se han naturalizado con las lógicas mercantiles y que contribuyen a disimular lo que se pone en juego en la complejidad de las nuevas formas de interacción y transacción a nivel planetario. Retomar la genealogía del término revela ser importante si se desea que no crezca la dificultad para distinguir quimeras de realidades en un campo de representaciones ya ampliamente abierto a la mitología.

● **La tesis de los ocasos**

El sintagma “global” debutaba tímidamente en su trayectoria civil desde fines de los años sesenta. Hasta entonces era el feudo de los estrategas militares del Pentágono, que lo aplicaban a la superpotencia soviética, “el enemigo global” por excelencia. Los satélites de información encargados de supervilarlo serán bautizados como *Global Positioning System*. Con ocasión de la guerra de Vietnam el mediólogo canadiense Marshall McLuhan lanza la expresión “Aldea global”. Esta primera guerra televisiva en directo demuestra, según él, la potencia de la imagen electrónica para hacer historia. Gracias a la capacidad de convocatoria de la televisión, un “verdadero comunismo planetario” está instaurándose, mucho más auténtico que aquél reivindicado por los regímenes pretendidamente comunistas.² De ahora en adelante el conductor del reacomodo político del planeta es el imperativo tecnológico. La complejidad de las culturas y de las sociedades en las que los mensajes aterrizan cargan con el pasivo de esta tecno-utopía.

Paralelamente la geopolítica emprende, con Zbigniew Brzezinski, futuro consejero del Presidente Carter para asuntos de seguridad nacional y fundador de la Comisión Trilateral encargada de contener la crisis de “gobernabilidad de las democracias occidentales”, la tarea de pensar la evolución del enfrentamiento entre bloques bajo el efecto de la revolución tecnotrónica, fruto de la convergencia de la computadora, de las telecomunicaciones y de la televisión.³ Su argumento central: la unificación del mundo se ha acelerado singularmente bajo el efecto de la expansión de las redes de información y de comunicación; el dominio de los dispositivos de información y de cultura tiene el rol cada vez más estratégico en la definición de una “potencia mundial”, puesto que la “diplomacia de las redes” “está sustituyéndose a la “diplomacia de la cañonera”, el planeta va a devenir entonces en “sociedad global”, pero hasta ahora el único país que por su poder de irradiación merece el nombre de “sociedad global” es Estados Unidos, puesto que “comunica más que cualquier otra sociedad”; por esta madurez la sociedad americana se ha tornado en el faro que alumbraba el camino de las otras naciones. En términos políticos esto quiere decir que de ahora en adelante ya no se puede hablar de imperialismo cultural de Estados Unidos frente al resto del mundo -tema que

sin embargo va a movilizar en los años setenta numerosas teorías y movimientos críticos de la hegemonía americana- puesto que sus industrias culturales y sus modas se han hecho naturalmente universales, y proponen modelos de vida, de comportamiento y de organización que imitar. La “sociedad global” -expresión inaugurada en ese entonces, será la extrapolación del arquetipo nacido y logrado en los Estados Unidos.

De hecho, Brzezinski capitaliza las tesis sobre los “ocazos” o “fines” que desde hace unos diez años vende la ciencia política americana -sobre todo en **Political Man** (1959) de Seymour Martin Lipset y **The End of Ideology** (1962): fin de lo político, fin de la ideología, fin de las clases, fin de los enfrentamientos.

En el mundo de los negocios el papa del *management* americano, Peter Drucker, prefería desde inicios de los setenta a la nueva era de expansión de las grandes unidades económicas la edad del *Global Shopping Center*, cuya prefiguración veía en las redes de producción y de distribución de la empresa IBM.⁴ A lo largo de la década los profetas transnacionales de la globalización empresarial no han dejado de señalar al Estado-nación como el principal, realizando así una inversión a largo plazo. La *World Business Class* o *Global Business Community* -pues tal es

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

el nombre que escogerá en los años noventa para identificarse percibirá los dividendos cuando vengan las desregulaciones -otra palabra con trampa, puesto que no se trata más que de un nuevo modo de regulación en que el Estado se deshace de algunas de sus funciones y arregla el marco del dejar hacer comercial- en serie de las telecomunicaciones y de los sistemas audiovisuales. El Estado-nación es atacado por dos flancos: cuestionado por ser demasiado grande para los pequeños problemas, también se le critica ser demasiado pequeño para los grandes problemas.⁵

Estas sedimentaciones son esenciales para comprender el depósito de creencias que subyace a los usos contemporáneos de la palabra.



La empresa-red: una visión cibernética del mundo

La entronización de la noción de globalización no ocurrirá sino en los años ochenta, bajo los auspicios de la geoeconomía, y no bajo los de la geopolítica, bajo el timón del pragmatismo del mercado y no bajo las especulaciones de sociólogos o políticos. La ocasión se debe a la vez a una evolución de la gestión de ciertas empresas transnacionales y a la globalización de la esfera financiera, único sector económico internacional en

haber realizado la interconexión generalizada de sus actividades y de sus redes de información y de comunicación en tiempo real. Antes de acabar esa década, esta visión nacida en el corazón del planeta de la geofinanza habrá impregnado al conjunto de los sectores de la geoeconomía y habrá masificado sus audiencias.

Retrospectivamente los teóricos de la gestión reivindican haber estado en los orígenes de la idea. Escuchemos a uno de ellos expresarse en el diario *Le Monde* en febrero de 1997 con ocasión del Foro Económico de Davos (Suiza) que reúne anualmente a los directivos de las empresas de las grandes compañías llamadas globales en torno al destino del planeta: “desde hace tiempo el gran proyecto de las empresas que operan a escala internacional es la mundialización, y son ellas las que, sobre el terreno, arman el discurso sobre la globalización (...) Este trabajo tiene diez años para las grandes empresas. Para ellas, el término globalización no es sólo un concepto intelectual, sino una realidad cotidiana. Lo que es nuevo, es que hoy en día son los políticos y los pensadores quienes toman la posta para conceptualizar ese fenómeno de mundialización”.

El marco global inspira una doctrina de la organización de la empresa en la edad de las redes. Es esta doctrina corporativa que

es extrapolada como fundamento de la reorganización del planeta, y por consiguiente presentada como conforme al interés de todos. Y es así que, repetida a lo largo de una vasta red transnacional de enseñanza de ciencias de la gestión, de *best sellers* sobre el *reengineering* gerencial, de *workshops*, de *lobbying* y de organizaciones corporativas, la *Global Business Class* se construye como elite mundial y no deja de naturalizar nociones que sirven a cualquiera para nombrar al mundo. Ironía de la historia: ¡Es uno de los pocos grupos sociales que todavía osa reivindicar la calidad de “clase”!

La edad de las redes sucede al modelo jerarquizado del fordismo y sobre la vía a la “empresared”. La firma global y “relacional” responde a una estructura orgánica en la que cada parte supuestamente sirve al todo. Garante de la fluidez, la comunicación -interna, como hacia el exterior- debe estar omnipresente. Toda falta de “interoperabilidad” entre las partes, toda ausencia de intercambio de flujos conlleva el riesgo de atascar al sistema. La comunicación es ennoblecida al juntarse con las teorías de la organización. Un lema rige esta lógica de la empresa, la “integración”. Traduce la visión cibernética que tienen del mundo los gerentes. Integración de escalas geográficas, pero también de la concepción, de la producción y del

consumo, incluso entre esferas de actividad separadas. Pensando, por ejemplo, en la búsqueda desenfrenada de sinergias entre las industrias del continente y las del contenido, el *hardware* y el *software*. Lo local, lo nacional, lo internacional ya no son niveles compartimentados, sino interactivos. El consumidor pierde su carácter de agente pasivo para ser promovido al rango de “co-productor” o “prosumidor”, en revelador matrimonial semántico.



El estilo de vida global

Los grandes grupos de comunicación han contribuido ampliamente a la construcción del tecnoglobalismo a lo largo de los años ochenta, periodo bendito de florecimiento del mito comunicacional. A través de su visión experimental de la cultura ha comenzado a tener sentido un discurso sobre la convergencia “cultural” y el fin de la heterogeneidad cultural -declive del discurso de los “fines” (de lo social, de lo político, de la historia, de la ideología).

Citemos a modo de ilustración un extracto de la literatura promocional de los discursos que han acompañado a estos grupos globales en sus sagas de conquista (a menudo jalonadas por fracasos estentóreos cuyo emblema es el grupo Maxwell) del

mercado mundial: “Vivimos una era de comunicaciones globales. Científicos y tecnólogos han realizado lo que desde hacía tiempo los militares y los políticos habían intentado establecer sin lograrlo: el imperio global (...) Mercado de capitales, productos y servicios, gerencia y técnicas de fabricación se tornan en globales por naturaleza. Resultado, las empresas ven que deben competir cada vez más a través del mundo entero en el *global marketplace*. Este nuevo desarrollo emerge en el mismo momento en que las tecnologías avanzadas transforman la información y la comunicación”.⁶ Más allá de la megalomanía de esta afirmación, se juega la suerte de una batalla por la interpretación de la historia en torno a esta noción de “globalización”.

Hechos explícitos por un teórico del marketing y de la gerencia, los presupuestos que subyacen a esta prosa creadora de la imagen del desempeño de una firma son: “Lejos está el tiempo de las diferencias regionales o nacionales (...) Las diferencias debidas a la cultura, a las normas, a las estructuras son vestigios del pasado (...) La convergencia, tendencia de cada cosa a volverse como las otras, empuja al mercado hacia una comunidad global”. O más explícito todavía: “Cada vez más en todos lados, los deseos y los comportamientos de los individuos tienden a

evolucionar de la misma manera, ya se hable de Coca Cola, de microprocesadores, de jeans, de películas, de pizzas, de productos de belleza o de máquinas fresadoras”.⁷ Lo que permite el advenimiento de esta *converging commonality*, este espacio de intercambios comerciales homogéneo, es el *InfoTech*, base de la “República de la Tecnología”. No se niega la existencia de mercados segmentados, de mercados compuestos por grupos social, económica y demográficamente diferentes. Pero se postula que esos segmentos corresponden más a una lógica global que a lógicas nacionales. Grupos de personas similares residentes en países distintos pueden tener las mismas necesidades y las mismas demandas por los mismos productos. Hay más semejanzas entre grupos que viven en ciertos barrios de Milán, París, Sao Paulo, Nueva York que entre un habitante de Manhattan y uno del Bronx. De ahí vino la decisión de elaborar tipologías transfronterizas de estilos de vida o de “mentalidades socio-culturales” que agrupan y clasifican a los individuos en *consumption communities* (comunidades de consumo) en base a sus condiciones de vida, sistemas de valores, prioridades, gustos y normas. Segmentación y globalización aparecen por lo tanto como dos facetas de un mismo proceso que llevan al mundo hacia esta *commonality* de la que hablábamos más arriba. Nada

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

sorprendente en esto, cuando se sabe que desde sus primeras aplicaciones bajo el fordismo de los años veinte, el marketing se definió como una operación táctica de división y recorte del mercado y de los blancos por tocar a fin de alcanzar el objetivo estratégico de cubrir el íntegro de un territorio. La segmentación del campo del consumo -lo que llamo la taylorización del consumo- progresa a medida que se perfeccionan la banca y las bases de datos informatizadas y otras técnicas del *mapping* o cartografía socio-económico-cultural de los blancos.⁸

La denominada cultura global busca “universales”. El discurso sobre el “mercado único de imágenes” se apoya en la “capitalización de las referencias y de los símbolos universalmente reconocidos”. Si hay “convergencia cultural de los consumidores” o confluencia de actitudes y comportamientos hacia un “estilo de vida global” es por que antes ha habido inversiones en “educación del consumidor” destiladas a través de los años en la publicidad, en películas y en programas, especialmente los de Estados Unidos considerados “soportes naturales de universalidad”.

Esta alfabetización mediática con un gran denominador planetario ha planteado las premisas de la “Aldea global”, que se retoma obviamente del profesor de

Toronto. Un fenómeno que viene a culminar la multiplicación de flujos alimentados por los viajes de negocios, el turismo, la cocina, la moda o la decoración de interiores. Pero según los defensores de la idea globalitaria, “el factor más importante en la aceleración del desarrollo de un estilo de vida global único (*single global lifestyle*) sigue siendo la lengua inglesa, agente de homogeneización por excelencia, que es impuesta como lengua universal”.⁹ Subrayada por casos que crean escuela, la epopeya de tal o cual empresa o marca global -Coke, Marlboro, Levi-Strauss, Pepsi, IBM, McDonald’s, Nike - pero también Adidas o Nestlé- deviene así en el gran relato de la ubicuidad de un estilo de vida cuya globalización es enfatizada por la expansión vertiginosa de las redes de información y comunicación.

Otros teóricos de este campo se muestran más cautelosos. Pues la mayoría de los fracasos de las estrategias globales -anotan éstos- vienen precisamente de una falta de sensibilidad cultural, de reconocimiento de valores, o de actitudes que hacen que una estrategia exitosa en un país revele ser nefasta en otro. Así ha nacido la idea de la necesidad de tomar en cuenta los diferentes niveles, local, regional, internacional, y pensarlos simultáneamente. Este imperativo es designado por el neologismo *glocalización*, lanzado por los especialistas japo-

neses, fruto de una contracción entre lo local y lo global. Pero en esta querrela casuística no está el centro del problema. Después de todo, lo que separa a unos de otros no son más que divergencias en cuanto al ritmo de la construcción de este espacio global y de las modalidades por seguir para acceder a él. Con ese término se está también apostando a que la oscilación entre lo macro y lo micro, entre la lógica de los grandes conjuntos y las lógicas de proximidad permanecerá todavía mucho tiempo como un rasgo constitutivo del proceso de construcción del mercado mundial integrado. La “masificación” alterna con “desmasificación”, con la segunda contribuyendo a hacer retroceder los límites de la primera, a vencer las resistencias a la “estandarización universal”. Las pan-televisiones tipo CNN se han dado cuenta rápidamente “descentralizando” sus emisiones globales. Y no hablemos de las redes globales de publicidad que son maestras en combinar lo macro con lo micro. La aproximación unificada en el nivel estratégico se conjuga con las modalidades tácticas de una autonomía capaz de enlazar los pliegues y repliegues de territorios y de contextos particulares.

La objeción más pertinente al tecnoglobalismo viene de los economistas críticos. “La empresa global (y por consiguiente la economía global que supues-

tamente conduce) es un proyecto más que una realidad”, nos dice Robert Boyer, quien precisamente titula su artículo “Las palabras y las realidades” en el que pasa revista a los señuelos del pensamiento gerencial afiliado a la totalidad mundial.¹⁰ Añadamos por nuestro lado que por ser incompleto (y forzosamente por las incertidumbres que resultan del futuro del proceso), el discurso sobre la globalización constituye una pieza clave en el dispositivo de la gestión simbólica del modelo económico y social ligado a la nueva fase de la desterritorialización de los mercados. Todo ocurre como si “comunicar” (es ahora una función reconocida como “gerencial” por la empresa) provocase el advenimiento de la realidad, como si el efecto del anuncio apurase el acontecimiento. El imaginario gerencial tiene por función “levantar” el proyecto dándole a realidades parceladas la coherencia de un orden denominado global.



La libertad de expresión comercial

Lo que confiere a esas visiones empresariales del futuro del mundo su importancia estratégica, es el lugar hegemónico que el actor Empresa ha adquirido en la vida social. La doctrina gerencial es una maquinaria de guerra política al servicio de

intereses de la *Global Business Community* que entiende reducir a la “comunidad global” a su única definición. La mirada estratégica de los actores globales del mercado no deja de modificar las reglas de juego en materia de regulación de las redes de comunicación. Como prueba, las tomas de posición y las acciones de *lobbying* de sus organizaciones corporativas para orientar para sí las estrategias de regulación pública de los flujos culturales. El desplazamiento del debate sobre ese asunto esencial hacia el GATT (Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comerciales, rebautizado en 1994 OMC u Organización Mundial de Comercio) como sede institucional de la controversia es revelador. El hecho que la cultura sea considerada en este organismo técnico de Naciones Unidas como un rubro de los flujos inmateriales e invisibles catalogado “servicios” pone de manifiesto la centralidad adquirida por la concepción economicista de los intercambios culturales en simbiosis con el tecnoglobalismo.

Las posiciones que se enfrentaron en el seno del GATT y en las discusiones entre la Unión Europea y los Estados Unidos desde los años ochenta en torno a los flujos de información y de comunicación son una lección política. No hablo aquí sólo sobre los debates de productos audiovisuales, sino de los refe-

rentes a la expansión de los espacios publicitarios y la constitución de bancos de datos sobre perfiles socio-culturales individuales, esenciales para el marketing de segmentación de público-objetivos y cuya expansión mundial tropieza con el principio del respeto a los datos personales. La protección de los datos personales ha sido en efecto objeto de una “directiva” de la Unión Europea que Washington juzgó ser inadmisibles.

Una enseñanza mayor de esas controversias es la que aporta la tensión aparecida entre una concepción de la libertad de expresión trasladada a “libertad de expresión comercial”, y la libertad de expresión definida por la declaración de los derechos humanos. De un lado, el derecho de dejar a la autodisciplina y la autoregulación de los actores la responsabilidad de determinar los espacios sociales susceptibles de ser abiertos a la expansión de la razón publicitaria. Del otro, la concepción de la libertad de expresión como condición de existencia de una esfera pública y de instancias de control democráticas. Es en este contexto que ha emergido la noción neopopulista de *global democratic marketplace*, pieza clave de legitimación del libre comercio. Sólo el libre arbitrio del consumidor en el mercado de la oferta libre debe regir la circulación de los flujos culturales. En los debates en el seno del GATT

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

acerca de la necesidad de una regulación de los flujos de programas, este axioma sobre la “soberanía absoluta del consumidor” ha llegado a la boca de Jack Valenti, presidente de la MPEEA (Motion Picture Export Association of America): “Déjenlos ver lo que quieran. Denles la libertad de apreciar. Demos confianza a su buen sentido. La única sanción aplicada a un producto cultural debe ser su fracaso o su éxito en el mercado”. O más aún: “Déjenlos determinar lo que quieren ver, así como determinan por quien van a votar”.¹¹ La mímesis de la lengua de la mercancía en la de la esfera pública es completa. Las objeciones que se tiene derecho a hacer a esta concepción mercantil de la libertad son de inmediato calificadas por los *lobbies* de tentativas de establecer la censura.

Semejantes argumentos hacen caducar los numerosos debates sobre la necesidad de formular políticas públicas en este campo y dan nueva vida a la vieja doctrina del *free flow of information*. Es a partir de esos argumentos que los organismos empresariales se han tornado en participantes esenciales de la preparación de los expedientes y de la toma de decisiones en el modelo de implantación de los macrosistemas de información y de comunicación. La decisión histórica tomada en febrero de 1995 por los países del G7 reunidos en

Bruselas por primera vez en torno a la cuestión de la “sociedad global de la información”, de remitirse a los actores del mercado para construir esta infraestructura “vial” informatizada es más que una seria advertencia.¹²

Tanto más cuando se sabe que la sociedad civil organizada es a lo sumo una convidada de piedra en esas reuniones.

● *La tecnología redentora*

A la tecnología se le pide redimir al mundo. Celebrada en tanto creadora de una “nueva agora”, anuncia el fin de los grandes desequilibrios sociales y económicos del planeta. Punto de convergencia de la geopolítica y del discurso gerencial de la geoeconomía, esta concepción redentora de las redes impregna el proyecto de las autopistas de la información, bautizado por su conceptor, Albert Gore, vicepresidente de los Estados Unidos, *Global Information Infrastructure* (GII). En su discurso a los delegados de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) reunidos en Buenos Aires, dijo en 1994: “La GII va a ofrecer una comunicación instantánea a la gran familia humana(...) No será sólo una metáfora de la democracia en marcha: en realidad estimulará el funcionamiento de la democracia aumentando la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones. Favorecerá

la capacidad de las naciones para cooperar entre ellas (...) Veo una Nueva Edad ateniense de la democracia que se forjará a través de los foros que la GII cree”.¹³

Esta relación mítica entre la red y la democracia directa no data por cierto de hoy. En cada generación técnica, desde el telégrafo óptico y el ferrocarril, esta creencia de connotación francamente religiosa se ha reciclado. La comunicación ha compartido siempre con la religión la misma función de *religare*, decían los discípulos de Saint-Simon en el siglo XIX.¹⁴ ¿La invocación a la “gran familia humana” no ha dado acaso sus primeros pasos bajo el signo de la escatología de la Iglesia de Roma?

Pero a proximidad del tercer milenio, estamos lejos del tiempo en que la profecía podía aún aparecer como monopolio de reformadores o de francotiradores. La tecno-utopía se ha convertido en un arma ideológica de primer orden en los tráficados de influencia, con miras a naturalizar la visión librecambista del orden mundial. La elaboración de escenarios futuristas se ha tornado en profesión lucrativa. Como dicen los expertos, hay que cuidar el “arte de propagandizar (*propagandize*) el futuro”. Todos los grandes gurús de la informática tienen su propio “*think tank*” que vende ese tipo

de servicios profesionales. Aquél en el que participa el profesor del MIT Nicholas Negroponte, accionista de la revista *Wired*, biblia de los conectados, se llama simplemente Global Business Network. Pero dura es la caída del angelismo. El último discurso de la administración americana en julio de 1997, ha cambiado la idea de los El dorados de la democracia numérica por la del espacio digitalizado del libre intercambio de mercancías. El imaginario del planeta segmentado de las comunidades virtuales se junta con el pragmatismo de las *consumption communities* globales, predilectas de los especialistas del marketing.

Esta naturalización de los modelos económicos del neoliberalismo conlleva forzosamente amnesia. Se omite que los laboratorios de la economía de mercado a los que hoy en día hacen referencia los países que quieren arrimarse al primer mundo no eran seguramente modelos de democracia, puesto que eran propulsados por los más feroces regímenes autoritarios. Se olvida que, dado su costo social incommensurable, el modelo global de reorganización pone el precio del refuerzo de la “seguridad” (de clase, a escala nacional, como internacional) y que la lógica pesada del ghetto securitario participa también ella en la creación del uso de las nuevas tecnologías de la información. A fuerza de oír decir que el estado

está moribundo, esto se cree y no se atribuye más importancia al rol que asume en la reestructuración de las industrias informacionales de la defensa en los grandes países industriales, como tampoco en las evoluciones de la doctrina militar de seguridad nacional en función del nuevo contexto de la competencia en el mercado. La regla en este terreno es la opacidad.

Contra el aburrimiento y la mediocridad: ¡Gerentes e Intelectuales, unidos en la misma pelea! ¿Cómo interpretar de otro modo el alegato vigoroso lanzado en 1993 por Peter Drucker en favor de una vasta alianza alrededor de la edificación de la “sociedad post-capitalista”, o como Bill Gates de un “capitalismo liberado de fricciones”: “Sus puntos de vista se oponen, pero se oponen como dos polos indisociables, no contradictorios, afirma. (...) Cada uno tiene necesidad del otro (...) El intelectual, si no es complementado por el gerente, crea un mundo en el que cada uno hace lo que quiere, pero en el que nadie hace nada. El mundo del gerente, si no es complementado por el intelectual se torna en una burocracia de un gris embrutecedor en el que manda el hombre de la organización. Pero si encuentran su equilibrio, pueden entonces nacer la creatividad y el orden, el sentido de la misión y del logro”.¹⁵ Instrumental, la noción de cultura en la era global remite a

una definición igualmente utilitarista del intelectual, que de paso exhibe su connivencia con la vulgaridad de un anti-intelectualismo característico del populismo mercantil.

II. LAS GRIETAS DE LA HISTORIA.



La comunicación-mundo

“La globalización significa que usted nunca más se verá obligado a pedir disculpas”, ha escrito el escritor y teórico de las culturas populares mexicano Carlos Monsiváis. Símbolo del proceso general de despersonalización y de desnacionalización, el vínculo está vaciando al mundo de sus actores sociales. A fuerza de pensarse como sociedades de responsabilidad limitada, gestonarias de la totalidad social, y de pretender regularla dándole confianza a la autodisciplina del mercado, las grandes unidades de la economía mundial se han tornado en sociedades desresponsabilizadas. Al terminar los años cincuenta, Roland Barthes hablaba de la burguesía como “sociedad anónima”.¹⁶ Hoy en día es la *World Business Class* que conviene aplicar esa patente. El aplomo aparente de su proyecto prometeico esconde en verdad una fuga hacia adelante. Para callar sus propias incertidumbres, los ideólogos del globalis-

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

mo plantean como verdades científicas el resultado de un proceso cuyo futuro dista mucho de estar inscrito en letras de mármol. En nombre del imperativo categórico geo-tecno-financiero, las sociedades se ven intimidadas por la orden de aceptar la desreglamentación del estado de derecho como inexorable.

A fuerza de martillar que la interdependencia creciente entre las naciones, la multiplicación de los actores y de las puestas en juego y el así llamado debilitamiento de las jerarquías en el espacio mundial hace a tal punto a la noción de poder “compleja, volátil e interactiva”, que se vuelve inconsistente y se evade de todo análisis.¹⁷ Las responsabilidades en el sistema global se diluyen al punto que ya no hay medio de identificar a sus actores, y por lo tanto no es posible ni necesario contemplar una respuesta al proyecto globalitario. Así se termina de oscurecer la puesta en juego del poder que implica la reorganización del orden mundial que empezó bajo el signo de la “Aldea global”, como manera de negar las diferenciaciones entre sociedades y la perdurabilidad de la relaciones de fuerza y del interés colectivo.

De la creencia globalista se desprende una visión de la así llamada sociedad de comunicación como sociedad transparente e igualitaria. En realidad, la

técnica y sus redes no han cesado desde el inicio del siglo XIX de cavar la separación entre el mundo “desarrollado” y la otra parte del planeta. Eso es lo que han demostrado bien Fernand Braudel y Emmanuel Wallerstein en sus análisis sobre la formación de la economía-mundo.¹⁸ Esta ley del intercambio desigual sigue un dato esencial para analizar las relaciones entre las economías, las sociedades, las culturas. Es de esas lógicas de exclusión que trata de dar cuenta ahora la noción de “comunicación-mundo” una noción que retrotrae a la historia a la escena.¹⁹ Nuevas formas de competencia por doquier oponen a los territorios entre sí y generan usos diferenciados. El proyecto de globalización es portador de una geografía social de dos velocidades. “La guerra contra los pobres e incluso el genocidio de los pobres está a la orden del día de la modernidad”, decía el geopolítico Joxe en un coloquio convocado por el centro de estudios interdisciplinarios de la UNAM en enero de 1997.²⁰ El horizonte considerado insuperable es el del “tecno-apartheid global” o de la “economía de archipiélago” con sus megalópolis de excelencia tecnológica. Es ésta la realidad que pintaba con lucidez el comandante Marcos en agosto de 1997 al referirse a la guerra generalizada contra los “deshechables” del planeta neo-liberal que abría la “cuarta guerra mundial”: “La supresión de las fron-

teras comerciales -escribe- la explosión de las telecomunicaciones, las autopistas de la información, el potencial de los mercados financieros, los acuerdos internacionales de libre comercio, todo ello contribuye a destruir a los estados-nación. Paradójicamente, la mundialización produce un mundo fragmentado, hecho de compartimientos estancos apenas unidos por puentes económicos. Un mundo de espejos trizados que reflejan la inútil unidad mundial del rompecabezas neo-liberal.” Y prosigue: “Es una de las paradojas de lo que llamo la cuarta guerra mundial: destinada a eliminar las fronteras y a unir las naciones, provoca una multiplicación de las fronteras y una pulverización de las naciones. Pero el neo-liberalismo no fragmenta sólo al mundo que quisiera unificar, produce igualmente al centro político-económico que dirige esta guerra. Urge hablar de la megapolítica.”²¹

Es sobre este mapa caótico de fragmentaciones que se inscriben las nuevas modalidades de oposición a la *Realpolitik* neo-liberal. Lo que Marcos llama “bolsones de resistencia”. Es igualmente sobre este mapa que trazan sus líneas lo que he llamado las “redes parasitarias” y lo que los geopolíticos bautizan como “nuevos frentes planetarios del desorden”, los “espacios sombríos”, los “anti-mundos”. Circuitos de la economía

subterránea, redes mafiosas y tráfico ilícitos (desde las drogas hasta pedofilia pasando por el contrabando electrónico), frentes del integrismo, frentes de las sectas, flujos transnacionales de diásporas clandestinas.



Un sistema barroco

La representación tecnoglobalista es construida sobre una noción de historia que recicla la vieja ideología del progreso. “El sentido de la historia está amenazado a cada paso de desviarse y necesita ser incesantemente reinterpretado”, escribía en 1955 Merleau-Ponty, refutando el “esquema de la maduración histórica” de la historia-modernidad-progreso o concepción de la historia “en tajada”, como dirá más adelante Braudel. “La corriente principal no deja nunca de tener contracorrientes o torbellinos. Ni siquiera se da como un hecho. Se revela sólo a través de asimetrías, sobrevivencias, diversiones, regresiones; es comparable al sentido de las cosas percibidas, a esos relieves que cobran forma sólo desde cierto punto de vista y jamás excluye absolutamente otros modos de percepción”.²² El filósofo pionero de la fenomenología social responde a una visión compacta y abstracta del sistema económico con la noción de “sistema barroco”, más adecuada para rendir cuenta de

la complejidad del sistema económico concreto.

El globalismo niega esas grietas de las historias desfasadas. Peter Drucker escribe: “El hombre educado de mañana deberá contar con vivir en un mundo globalizado, que será un mundo occidentalizado”.²³ Revisadas y corregidas por el nuevo darwinismo neo-liberal, vuelven a aflorar las viejas doctrinas difusionistas sobre el progreso lineal formuladas por la etnología clásica del siglo XIX y actualizadas por las sociologías de la modernización/*westernization* al siglo siguiente en la batalla contra el “subdesarrollo” de los años sesenta y setenta. Los modelos culturales de la modernidad sólo pueden irradiar del centro hacia la periferia. La modernidad del primero cumple el rol de anticipación del porvenir de la segunda a condición que ésta siga fielmente las fases canónicas de la evolución por las cuales han pasado las naciones adultas.

Las nuevas modalidades críticas de aprehender la formación de la modernidad que han emergido en los ochenta contrabalancean precisamente esta teoría de una cultura de sentido único que legitima la hegemonía ejercida en la economía global por el “poder triádico” (América del Norte, Unión Europea, Japón), otra expresión de la concepción segregacionista del mundo consagrada por el teórico nipón de la ge-

rencia Kenichi Ohmae.²⁴ La idea de progreso “necesario” definido exclusivamente a partir de la experiencia euro-americana de la modernidad ha hecho crisis precipitando interrogantes acerca de los procesos de apropiación por culturas y territorios singulares de los flujos globales. Las nuevas interrogantes en torno a la alquimia de los cruces entre lo “moderno” y lo “tradicional” quiebra esta imagen de un arquetipo de modernidad producto del logocentrismo occidental.²⁵ De Río a Bombay, de Tokio a Singapur, de Seul a México, la antropología cultural descubre expresiones de modernidades mestizas que fuerzan los antiguos polos de una modernidad única a lanzar otra mirada sobre su propia historia. Este cuestionamiento de un tipo ideal de modernidad lleva a ampliar la observación a un abanico más ancho de emisores de flujos globales. No sólo se toman en cuenta las redes mediáticas, creadoras de *mediascapes*, según la expresión del antropólogo hindú Arjun Appadurai calcada del término inglés *landscape*, o paisaje, sino el conjunto de redes que cortan el globo en *ethnoscapes*, *technoscapes*, *finanscapes* e *ideoscapes*.²⁶ Piénsese por ejemplo a los flujos y a los intercambios culturales y financieros desarrollados por las múltiples diásporas -constantes o esporádicas- legales o ilegales que modelan los *ethnoscapes* transfronterizos. El contrapunto de

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

los nuevos paisajes mestizos, pero ligadas inextricablemente a la misma reconstrucción de los procesos identitarios en la edad de los flujos globales, hay insurrecciones de la singularidad cultural que responden a la amenaza de homogeneización mediante la recusación de la alteridad.

Estas vías de reflexión exploratorias sobre la fragmentación y la heterogeneidad del planeta indican, si fuese necesario, los límites del mediocentrismo que caracteriza la tendencia a reducir la ecuación cultural a un problema de cultura de masa, y a inducir, a partir de la pan-difusión de sus productos y de los *global events*, la fusión de las culturas bajo un coeficiente común de agrupamiento. Nunca se repetirá lo suficiente: por un lado, sólo el deseo es universalizable, y no los bienes y los modos de vida que esas redes de ubiqüidad comercial reflejan a diario a través de las vitrinas de los medios; por otro, es ilusorio pensar que existe un isomorfismo de la emisión y la recepción. El tiempo en que las sociologías de la modernización, calcadas sobre la teoría matemática de la información -formulada por un ingeniero en telecomunicaciones- exaltaban a los medios como agentes de la “revolución de las expectativas crecientes” ya pasó. En el horizonte se perfila el espectro de la “revolución de las frustraciones crecientes”, producto de la distancia que

separa las promesas de integración con estilo de vida global de las situaciones de exclusión en la vida concreta.

El retorno de las lógicas de reterritorialización de los flujos globales es obviamente ambivalente. El peligro reside en preconizar a partir de ellas un relativismo cultural que se aviene con la argumentación sobre el libre arbitrio del individuo consumidor. Alérgico a toda idea de determinación social en nombre del principio de la autorregulación, el relativismo cultural mostrado por el nuevo liberalismo niega la necesidad de intervención reguladora de parte de las autoridades públicas como de la sociedad civil en los asuntos de los actores de la geoeconomía. Ese relativismo ha revelado ser paradójicamente un aliado objetivo de las profesiones de fe que refutan la universalidad de los derechos humanos en nombre de la diferencia cultural. Así, el discurso del oportunismo gerencial acerca del respeto a las idiosincrasias culturales se ha vuelto el sésamo para la apertura de los nacionalismos económicos al *global democratic marketplace*.



La guerra semiótica

El término globalización sigue siendo una noción gelatinosa. Por cierto no rinde honor a la

“imaginación sociológica” que reclamaba Wright Mills. Si bien acoge tentativas críticas que lo trabajan desde dentro y hacen olvidar las connotaciones de su origen gerencial, es también la puerta por la cual ingresan los discursos marcados por el compromiso con las lógicas estructurantes del orden global. Proteiforme, sirve sin embargo de panacea. Se le comprende a Alain Touraine, que en un coloquio sobre globalización y democracia organizado en Sao Paulo entre las actividades del Congreso latinoamericano de sociología en agosto de 1997, decía a manera de provocación “La globalización es el imperialismo con otro nombre, purgado de la tensión ideológica que el concepto expresaba”.²⁷ Tanto más comprensible la irritación del sociólogo francés cuando desde los años noventa han proliferado los ensayos que reiteran como desde una antena liberadora: “El imperialismo ha muerto. ¡Viva la globalización!”, sobreestimando el poder de un consumidor soberanamente libre en sus movimientos y subestimando el peso de las determinaciones que le son ajenas en la nueva configuración del planeta.²⁸ En suma, problematizando el tópico central de la reformulación de las formas de control de los afectos y los impulsos en las grandes multitudes que requiere la expansión del capitalismo mundial integrado. A modo de respuesta a esta nueva forma de confor-

mismo que a menudo toma aires de “radicalismo elegante”, nada vale más que la ironía corrosiva de Carlos Monsiváis citada más arriba: “La globalización significa que usted nunca más se verá obligado a pedir disculpas”.

La confusión nace de la a-topía social de las palabras que nos sirven para nombrar al mundo. El impulso actual de la ingeniería social y cultural, lo que Lazarsfeld llamaba “investigación administrativa”, que acerca a la investigación (y a las teorías) a la demanda operativa de los actores económicos y da uso acríptico a nociones lanzadas desde el mercado ahonda más la ambigüedad. ¿Quién se atrevería a negar que las lógicas tecnocráticas y gerenciales sobrecargan cada vez más nuestro campo de estudio? ¿Quién puede negar que el corolario es la disminución de los espacios desde donde ejercer la crítica de las instituciones existentes? Sólo el cinismo o el refugio en una torre de marfil académica pueden impedir que se admita que la *market mentality*, según el término del historiador Karl Polanyi, se ha vuelto insidiosa en nuestra interdisciplina y que es una de las causas del retorno de múltiples formas de empirismo. A falta de poder cambiar el mundo, uno se contenta con describirlo. La integración también está ahí a la orden del día. El nuevo modelo económico exige la captación de varios de materia gris que habían

permanecido al margen de la valoración capitalista. Es lo que Antonio Gramsci llamaba el proceso de formación de intelectuales orgánicos, esa categoría que parece interesarle tanto a Peter Drucker.

Será necesario aplicar algún día las técnicas de la bibliometría para evaluar los asincronismos de la penetración de la semántica de lo “global” en las diversas realidades. Francia es uno de los pocos países en donde la palabra no está en olor de santidad. Se ha optado masivamente por la palabra “mundialización”. Sin hacerme militante de esto (por algo hablo de “comunicación-mundo”), tendería sin embargo a encontrarle al término “mundialización” dos cualidades. Por un lado, a diferencia del vocablo desencarnado de globalización, nacido a la sombra de las teorías de organización de los sistemas, se refiere explícitamente a la palabra “mundo”. Esta presencia es importante, pues nos dice que en esta nueva fase de la historia de la “asociación” de las sociedades humanas, no hay medio de pensarse ni de pensar a la nación sin pensar al mundo. Es lo que hace decir al antropólogo Marc Augé: “Todo individuo ha tomado conciencia de pertenecer al planeta. Todos son contemporáneos, pero en el seno de una pluralidad. ¿Cómo pensar juntos esta unidad del planeta y esta diversidad de mundos que lo constituye?”²⁹ Por otro lado,

en el término mundialización pesa sin embargo una memoria histórica relacionada con la historia de las redes sociales, incluso si este aspecto es escasamente mencionado en virtud de que se le ignora. En efecto, la noción data del comienzo de este siglo y nació al medio de los debates en torno a la necesidad de instaurar una “comunidad de naciones” que tradujese nuevas solidaridades entre los pueblos. Globalización connota unificación; mundialización reivindicaba unión. La diferencia es grande. En todo caso, algo es seguro: las grandes huelgas y manifestaciones masivas francesas de fines de 1995 de los diferentes sectores de los servicios públicos (transportes, telecomunicaciones, educación, hospitales, electricidad), primera rebelión de un país del G7 contra el globalismo teleguiado por los mercados financieros, han hecho más para legitimar la noción de mundialización que todos los tratados académicos.

“Mal nombrar a las cosas es añadir a la infelicidad del mundo”, decía el novelista Albert Camus. Es muy probable que estemos condenados por mucho tiempo a comunicarnos entre nosotros usando y abusando del sintagma global. Pero como dice Marcos, la “cuarta guerra mundial” apenas empieza, y, añade, esta guerra es también una “guerra semiótica” contra todas los discursos estereotipados.

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

Entre los numerosos términos que, además del de globalización, figuran a mi parecer con rango de blancos en una guerra declarada para la reconquista del sentido, habrían tres nociones que en este último tiempo han sido manoseadas por los metadisursos de la globalización: la complejidad, el Todo, la resistencia. Tres nociones indispensables para volver a comenzar a “hablar de megapolítica”. He aquí algunas notas de trabajo a este respecto de las cuales he hecho línea de conducta en mis propias investigaciones.

• **La complejidad.** No usarla como coartada. Hay que darle a la idea toda su fuerza heurística, la que permite superar la causalidad unilineal e integrar la fluidez y la incertidumbre, sustituyendo al paradigma disyunción/reducción el paradigma disyunción/conjunción.³⁰ Hacerle la guerra a los “discursos embudo” que especulan profusamente sobre la creciente complejidad de nuestras sociedades pero en la práctica alumbran una ecuación de primer grado. La tesis tecnoglobalista es un ejemplo de la perversión de la noción. Reiterando que “las sociedades humanas son cada vez más complejas”, el discurso de sus operadores permanece clasificador y unidimensional. “*I am optimistic*” clama Nicholas Negroponte, goloso de complejidad en un capítulo llamado “la edad del optimismo” de su *Being Digital*.³¹

El positivismo optimista de los profetas del ciberespacio, que suponen que toda actitud crítica sólo puede ser “pesimista” (y por lo tanto “tecnófoba”), traduce un pensamiento maniqueo. El proceso contradictorio de construcción de los usos sociales de las tecnologías digitales desaparece para dar lugar a un evolucionismo rudimentario.

• **El Todo.** No dejar la interpretación de la historia del mundo sólo al marco de la totalidad mercantil. Tratar de juntar, de establecer “redes de significaciones sociales” (de Certeau). Intentar regresar de lo particular, de lo local, de lo fragmentario al “Todo”. El problema no es por cierto de retomar los esquemas de las totalidades abstractas deifinidas por los Macrosujetos Poder/ Estado/ Sociedad que marcaron las explicaciones englobantes de antes de las rupturas con las concepciones monolíticas del poder que ocurrieron a partir del fin de los setenta. Ese trabajo es indisociable de un retorno a la historia de larga duración. Lo que implica tomar distancia frente a esta carrera por lo actual en la que se han comprometido las ciencias de la información y de la comunicación.

* **La resistencia.** Retirar la noción de resistencia del universo de la inconsistencia teórica y del metabolismo neo-darwiniano de la adaptación necesaria, signos de capitulación del intelecto,

tal nos parece ser uno de los deberes prioritarios del trabajo intelectual crítico. Despejar la ambigüedad generada por esas fuertes tendencias que empujan a muchas investigaciones, a veces sin saberlo, hacia el rol legitimador de un sistema global de “dominación” (pues hay que dejar de ser pusilánime frente a ese término, como de paso lo era Michel de Certeau que hablaba del consumidor como del “dominado”).³² Se necesita cierta valentía para preguntarse acerca de la tendencia a ubicar exclusivamente la “resistencia” en el interfaz individuo/programa que revelan muchos estudios etnográficos sobre audiencias. Si sólo se puede festejar la importante ruptura que significó a partir del final de los setenta el paradigma de la recepción en relación al funcionalismo de la recepción fatal de las relaciones de sujeción a un orden social y productivo, hay que atreverse también a descalificar sus derivaciones hacia el empirismo. Si no, hay un riesgo de achatamiento de las problemáticas de la comunicación. Pioneros del estudio de audiencias, como David Morley en su último libro, en que se asocia con un geógrafo, invita por otro lado a esa reevaluación.³³ Resistir es tomar en cuenta el hecho que, a diferencia de lo que nos quiere hacer admitir la doctrina del mercado sobre la libertad del individuo-átomo, una amplia parte de la interioridad de la persona le es exterior,

empedrada como está de relaciones sociales e históricas.

En 1986, en la obra *Penser les médias*, escrita con Michèle Mattelart y traducida al castellano al año siguiente, señalábamos ya las fuentes posibles de ambivalencia del nuevo paradigma de la “postlinealidad” y del retorno al sujeto ordinario sobre todo a través de sus usos de los medios: “Cosas que no se pueden comprender y vivirse sino a la luz de la reconciliación entre el hombre pragmático del que hablaba Kant, con la felicidad del hombre concreto, pero también el inicio de negociaciones infinitas, es decir sin fin y sin finalidad, puesto que nacieron allá en donde acaban las utopías”.³⁴ Ahora bien, no hay democracia posible sin esperanza. La libertad del consumidor o del usuario no es una cosa dada, como lo pretende el naturalismo neo-darwiniano; ésta se construye. Mejor aún, se conquista. Es lo que nos recuerda oportunamente Philippe Breton al hacer epistemología: “La construcción de las normas que garantizarían la libertad de recepción (de la comunicación mediatizada) depende fundamentalmente de una reflexión viva que sólo tiene lugar en el seno de la cultura, es decir de los sistemas de educación, de enseñanza y de investigación.”³⁵ Ese es el desafío que recogen las investigaciones

que comenzaron a replantear sus interrogaciones acerca de audiencias y géneros televisivos en la puesta a punto de metodologías pedagógicas activas.³⁶

La palabra *Resistir* cubre poco si no se le conjuga con las palabras *Reflexionar* y *Realizar*. Nunca olvidar la serie de las tres R. Reflexionar, es tratar de pensar una “cultura de la responsabilidad”, la única que puede ayudar a repoblar a la sociedad de sus múltiples actores, en sus contradicciones. Una cultura que combine los dos cabos de la cadena. De una parte, toma de conciencia de la dimensión mundial de los problemas planteados por el dispositivo de la comunicación subyacente al proyecto de un nuevo orden para el planeta. Pensar en términos de redes de solidaridad y de asociación más allá de las fronteras. De otra parte, seguir anclándose en un territorio concretamente situado. Porque, salvo prueba en contrario, ese territorio permanece como el primer lugar de ejercicio de la ciudadanía y del contrato social. No jugar con la noción de sociedad civil nacional o internacional haciendo de ella el sitio ideal de liberación de todas las espontaneidades y de la comunicación perfecta, contrastada frente al Leviathan estatal, sino pensarla en su relación conflictual con el Estado. Realizar es tratar de llenar el vacío que separa a los productores

del saber de los actores del mundo social. Al discurso de la experticia comercial y a los cantos de sirena de los gurús conviene oponer un nuevo tipo de de relación con esos actores. Para resistir, reflexionar y realizar, hay que aceptar el desafío de la ruptura.

Cómo combatir el empobrecimiento de las palabras que designan al mundo es también ponerse en contra del olvido. Por mi parte, quisiera exhumar de la larga historia de las redes sociales que se opusieron desde inicios del siglo XIX a los doctrinas industrialistas y tecnicistas, la expresión “cosmopolitismo democrático”. Apareció en 1842, bajo la pluma de la pionera del feminismo Flora Tristán, que cinco años antes del *Manifiesto* de Marx y Engels lanzó la idea de la necesaria internacionalidad de los oprimidos. Pionera del feminismo en el cruce de dos culturas, pues era de madre francesa y padre peruano, vivió hasta el agotamiento las tensiones de la solidaridad y de la interculturalidad. “Cosmopolitismo democrático”, he ahí una idea y un ideal por los cuales parece ser todavía posible luchar más de ciento cincuenta años más tarde.

*Traducido del francés
por Javier Protzel.*

A. Mattelart

Utopía y realidades del vínculo global Para una crítica del tecnoglobalismo

NOTAS

1. Para mayor información véase A. MATTELART, *La mondialisation de la communication*. Paris, Presses Universitaires de France, 1997. (Edición en castellano en Ed. Paidós, Barcelona-Buenos Aires, 1988).
2. McLuhan, M. y FIORE, Q. *War and Peace in the Global Village*. New York, Bantam, 1968.
3. BRZEZINSKI, Z. *Between two Ages. America's Role in the Technotronic Era*. New York, Viking Press, 1969. (Traducción castellana en Ed. Paidós, Barcelona-Buenos Aires).
4. DRUCKER, Peter. *The Age of Discontent*. London Books, 1971.
5. BELL, Daniel. *Communications Technology. For Better or for Worse*. Harvard Business Review, mayo-junio 1979.
6. SAATCHI & SAATCHI. *Annual Report 1986*. London.
7. LEVITT, Theodore, *The Marketing Imagination*. New York, The Free Press, 1983. Del mismo autor: *The Globalization of Markets*. Harvard Business Review, junio 1983.
8. Véase MATTELART, Armand. *La internacional publicitaria*. Madrid, FUNDESCO, 1990.
9. NAISBITT, J. y ABURDENE, P. *Megatrends 2000. Ten Directions for the 1990's*. New York, Avon Books, 1990, p. 140.
10. BOYER, Robert. *Les mots et les réalités*, En *Mondialisation au-delà des mythes*. Paris, La Découverte, Collection "Les Dossiers de l'Etat du Monde", 1996.
11. VALENTI, Jack. En *Le Monde*, París, 11 y 24 de marzo de 1993.
12. Existen numerosos estudios críticos al respecto. Ver sobre todo RABOY, M. *La Global information Infrastructure (GI): un projet impérial pour l'ère de la globalisation*, en *Communications et Stratégies*, n. 25, 1997; SCHLESINGER, Ph. *La política europea de comunicación*. En *Telos* 41, 1995; MATTELART, A. y PALMER, M. *Desregulación, regulación y espacio público: el nuevo papel de la publicidad*. En *Telos* n. 23, 1990.
13. GORE, A. *Discurso editado y difundido por la USIA (United States Information Agency)*. Marzo 1994.
14. DRUCKER, Peter. *Post-capitalist society*. Oxford, Butterworth-Heinemann, 1993.
15. MATTELART, Armand. *La invención de la comunicación*. México, Siglo XXI, 1996.
16. BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris, Ed. du Seuil, 1970. (edición en castellano en México, Siglo XXI).
17. Ver como ejemplo NYE Jr., J.S. *Understanding U.S. Strength*. En *Foreign Policy* n° 73, invierno 1988-89.
18. BRAUDEL, Fernand. *La dynamique du capitalisme*. Paris, Flammarion, 1992.
19. MATTELART, Armand. *La Comunicación-mundo*. México, Siglo XXI, 1996.
20. JOXE, Alain. *La science de la guerre et la paix*, ponencia presentada en el Coloquio organizado por el Centro de Estudios Interdisciplinarios. México, Universidad Nacional Autónoma de México, enero de 1997.
21. SUB-COMANDANTE MARCOS. *La quatrième guerre mondiale commencée*. En *Le Monde Diplomatique*, Paris, agosto de 1997.
22. MERLEAU-PONY, Maurice. *Les aventures de la dialectique*. Paris, Gallimard, 1955. pp. 61-62.
23. DRUCKER, Peter. *Au-delà du capitalisme*. op.cit., p.229.
24. OHMAE, Kenichi. *The Triad Power*. New York, The Free Press, 1985.
25. ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. Sao Paulo, Ed. Brasiliense, 1988.
26. APPADURAI, Arjun. *Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy*. En *Public Culture*, Vol 2, n. 2, 1990.
27. TOURAINÉ, A. *Um diagnóstico do Brasil*. En *Jornal do Brasil*, 10 de setiembre de 1997, B, p.1.
28. Dos obras típicas de esta posición: TOMLINSON, J. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London, Pinter, 1991; ROBERTSON,

R. Globalization: Social Theory and Global Culture. London, Sage, 1992. Para una crítica del concepto de globalización en los cultural studies, véase MATTELART, A. y NEVEU, E. Estudios culturales: ¿Hacia la domesticación de un pensamiento salvaje? En *Cuadernos de causas y azares*, Buenos Aires, nº 1, 1997.

UNICEF/ CENECA, 1992; OROZCO GOMEZ, Guillermo. Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid-México, Ed. de la Torre/ Universidad Iberoamericana, 1996; OROZCO GOMEZ, Guillermo. Miradas latinoamericanas a la televisión. México, Universidad Iberoamericana, 1996.

29. AUGÉ, Marc. Pour une Anthropologie des mondes contemporains. Paris, Aubier, 1994.

30. MORIN, E. Introduction à la pensée complexe. Paris, ESF, 1990.

31. NEGROPONTE, N. Being Digital. New York, Vintage, 1995.

32. CERTEAU, Michel de. Arts de faire. L'invention du quotidien. Paris, Ed. 10/18, 1980.

33. MORLEY, D. y ROBINS, K. Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries. London, Routledge, 1995.

34. MATTELART, Armand y Michèle. Pensar sobre los medios. Madrid, FUNDESCO, 1987.

35. BRETON, Ph. La parole manipulée. Paris, La Découverte, 1997.

36. Las múltiples experiencias realizadas en América Latina son desde ese punto de vista ricas en enseñanzas. Véase sobre todo: CENECA. Educación para la comunicación. Manual latinoamericano de educación para los medios de comunicación. Santiago de Chile, UNESCO/