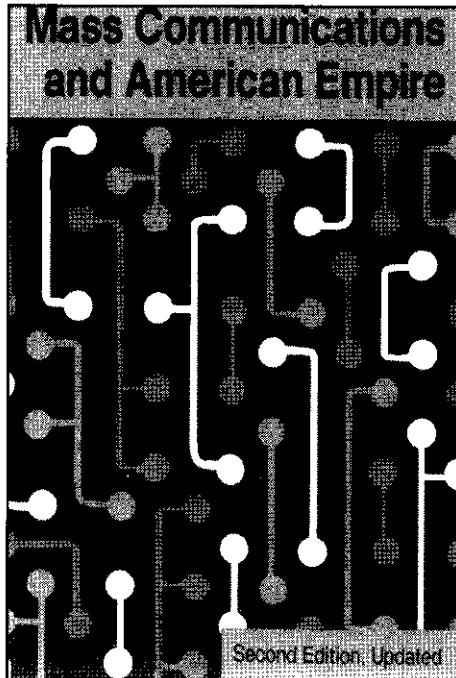


Libros



Mass Communication and American Empire Updated

Herbert I. SCHILLER

Westview Press, 1992 (2ª edición revisada)

Comunicación de masas e imperialismo yanqui supuso un hito en el momento de su publicación, en 1969 (primera edición en español de Gustavo Gili, 1976), y consagró a su autor, Herbert I. Schiller, como el introductor de la economía política de los medios de comunicación en Estados Unidos. Casi veinticinco años después aparece esta segunda edición complementada por un capítulo de introducción del propio autor en el que hace balance de lo ocurrido en el último cuarto de siglo.

En el prólogo de su primera edición, Dallas W. Smythe alababa la perspectiva crítica que recorría toda la obra, y que

entraba como una bocanada de aire fresco en la viciada corriente administrativa norteamericana. Por primera vez se analizaba la estructura y política de la comunicación de masas en Estados Unidos desde un punto de vista crítico en relación con sus funciones política y económica. *Comunicación de masas e imperialismo yanqui* significó la toma de conciencia de la existencia de una nueva esfera de control: la comunicación social. En su primer libro, H. Schiller aunaba el interés por lo militar, la tecnología y el imperialismo para sentar las bases de una nueva forma de dominación, la cultural.

A través de un estudio concienzudo, el autor argüía cómo desde la Segunda Guerra Mundial el gobierno estadounidense centró su atención en el campo de las comunicaciones con un único propósito: convertir el siglo XX en un "siglo norteamericano". Para ello debía cumplir con dos requisitos. En primer lugar, adelantarse a todos desde el punto de vista tecnológico, ya que esto significaba liderar los sectores militar e industrial. De esta forma ya tendría controlados los tres niveles de intervención internacional tradicionales: el político, el económico y el militar. Sin embargo, la dominación del cuarto y principal nivel, el cultural, necesitaba de algo más a parte de la supremacía tecnológica.

Penetrar en los hábitos de pueblos tan diferentes con la intención de imponer el modo de vida americano -para Schiller sinónimo de consumismo- sólo podía conseguirse gracias a los medios de comunicación de masas, es decir, por medio de la liberalización de las comunicaciones. De ahí el empuje diplomático estadounidense a la doctrina del libre flujo de la información, defendida y finalmente aceptada en

todos los foros internacionales. De la aprobación de la doctrina a la liberalización y privatización de los medios de comunicación mundiales, como preconizó el autor, sólo hubo un paso.

Las producciones *made in USA* invadieron todas las televisiones, y con ellas la publicidad y el consumismo salvaje necesarios para que las empresas norteamericanas expandieran sus mercados por todo el globo. La ideología capitalista difundida a través de y solicitada por millones de pequeñas pantallas. «Nada menos que la viabilidad de la mismísima economía industrial norteamericana está en juego en el movimiento mundial hacia la difusión comercializada» (p. 93, 1976). Este es el descubrimiento básico y fundamental de *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*: cómo esa nueva forma de poder, la cultural, se convierte en la premisa necesaria para que la dominación y expansión de Estados Unidos (léase ideología capitalista) siguieran siendo posibles.

Sin embargo, el propio Herbert Schiller reconoce en el capítulo introductorio de la segunda edición de su libro que la situación ha cambiado mucho, y que es necesaria la redefinición de algunos de sus conceptos fundamentales. Los tres ejes alrededor de los cuales giraba el libro han cambiado: Estados Unidos ve disminuir su poderío global al mismo tiempo que sus dos antagonistas, la URSS y el Movimiento de Países No Alineados, han desaparecido prácticamente del panorama internacional, engullidos por el sistema capitalista.

De este modo hace un repaso histórico de lo que han significado estos últimos años en lo que respecta a la hegemonía americana, su intento de control de las instituciones internacionales (empezando por la ONU y la rebelde UNESCO) y la llegada del "nuevo orden internacional" tras la Guerra del Golfo. Entre líneas se puede captar incluso el miedo a lo que puede significar el poder sin oposición del capitalismo, convertido en único marco de referencia dominante para la vida social, económica y política de cualquier cultura.

Es aquí donde la actualización de pensamiento que realiza el autor cobra importancia. Un libro imprescindible para la corriente crítica de la comunicación social evita así cualquier peligro de quedarse obsoleto en su análisis. Herbert Schiller recoge en su retrospectiva sus investigaciones y reflexiones posteriores, principalmente de *El poder informático* (Gustavo Gili, 1983) y *Cultura S.A.* (Universidad de Guadalajara, 1993), y pone al día su estudio convirtiéndolo en un nuevo referente a tener en cuenta por los investigadores críticos con la situación de los medios de comunicación en la década de los 90.

Alejándose de la perspectiva que daba más énfasis al establecimiento de un sistema nacional de comunicaciones como asunto de política nacional primordial (dado que este objetivo ya ha sido cumplido), y su apropiación por parte del sector militar, Schiller habla no de imperialismo cultural americano, sino de "dominación cultural de las corporaciones transnacionales". Ésta es la redefinición conceptual fundamental y el acierto que hace posible la vigencia continuada

de *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Es el sector corporativo, y no el militar, el que se ha arrogado todo el poder a finales del siglo XX. Y en ese poder se incluye la propiedad de los medios de comunicación, baza imprescindible para configurar la cultura y la opinión pública no sólo estadounidense sino también mundial.

Por eso es indiferente que la posición global norteamericana, en comparación con su poderío hasta hace muy poco, se haya debilitado desde el punto de vista económico -desde luego no desde el militar y cultural-. La economía corporativa ha salido reforzada de los cambios tecnológicos. En realidad ha sido ella la auténtica beneficiada -junto con el sector militar- de las innovaciones desarrolladas por instituciones privadas y sufragadas con fondos federales. Es el triunfo final de la "stateless corporation", la corporación sin estado, sin responsabilidades sociales y sin vínculos nacionales que lastren su expansión. Y como consecuencia la culminación de la pérdida de soberanía nacional de los estados (otro de los temas de estudio a lo largo de su vida).

El punto de vista de Herbert Schiller es clarividente y sagaz en este sentido. Porque una vez transmitidos y asimilados los valores e ideologías del modo de hacer norteamericano, lo que menos importa es la nacionalidad de la corporación en cuestión. El "discurso corporativo" se ha extendido por doquier. Se ha completado el paso siguiente a la institucionalización de la doctrina del libre flujo: La libertad de comercio y la libertad de expresión se han unido bajo un mismo foco defensor: la Primera Enmienda de la Constitución americana, de validez también global. En palabras de Schiller, «Lo que hoy prevalece, por lo tanto, es la regla del dinero complementada con la regla de la ley» (p. 11, 1992).

Y todo esto se ha conseguido gracias a lo que él anunciaba. El paso de los años sólo ha servido para darle la razón. La clave de la dominación en los tiempos venideros, que son ya los presentes, está en el control de la cultura, la ideología y las instituciones. Es lo que un ex-alto cargo del Departamento de Estado, Joseph Nye, Jr., denomina el "poder suave".

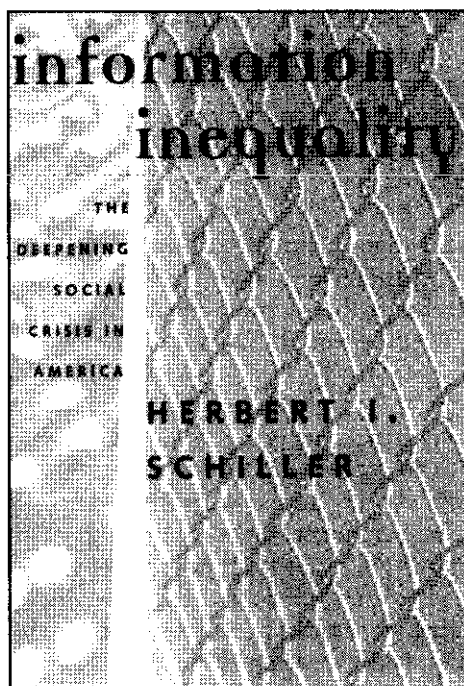
Ésa es la razón de que la industria con una importancia económica y estratégica cada vez mayor sea la cultural, fundamental en su proceso de definición y contención de las reivindicaciones sociales. Sólo que ahora da igual que otros gigantes extranjeros (léase Philips, Sony o Bertelsmann) se introduzcan en el sector de la comunicación -incluso en el mercado estadounidense-, o que las producciones sean anglosajonas, brasileñas o francesas, ya que se han trasladado los conceptos y formas norteamericanos a otras culturas. La preponderancia del beneficio económico y los métodos de captación y persuasión de las audiencias se han transnacionalizado.

De esta forma el sector cultural/mediático se convierte en el instrumento ideal del sistema transnacional corporativo -eliminada toda acepción nacional- para llegar a otros mercados e imbuirlos del consumismo necesario para su expansión. Y todo ello en un marco de referencia capitalista incontestado y sin alternativas posibles.

Como señala Schiller, la persecución obsesiva del consumidor ha llegado a todos los ámbitos. Es la colonización ideológica de las corporaciones, los auténticos líderes del siglo XXI, afirmación que se hace evidente si tenemos en cuenta la propia transnacionalización y transformación de los medios de comunicación en conglomerados industriales integrados (asunto que Schiller desarrollará en su siguiente libro, *Aviso para Navegantes*, Icaria, 1996).

En cuanto a las soluciones propugnadas por el autor pasan por el mismo camino: Las injusticias y disfunciones del actual orden social pueden cambiarse a través de las instituciones culturales y los medios de comunicación, únicos instrumentos capaces de alertar la conciencia pública. El problema es que, 25 años después de la publicación de *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, el obstáculo sigue siendo también el mismo: la opinión pública se encuentra adormecida -aún más si cabe- por la pérdida de contenido e inmersión en la pura diversión de los propios medios. Aún así, Schiller no pierde la esperanza. Su desencanto aparecerá en su última obra, *Information Inequality* (Routledge, 1996).

Ana Segovia



Information Inequality: el desencanto

Herbert I. SCHILLER
Routledge, New York, 1996

Desde *Comunicación de masas e imperialismo yanqui* Herbert Schiller ha confiado en la lucha social como único freno posible al capitalismo corporativista que viene extendiéndose de forma patente desde la Segunda Guerra Mundial. En *Information Inequality* su receta para la mejora del orden social existente no ha cambiado, si bien sus esperanzas de transformación, siempre presentes al final de cada una de sus obras, se tiñen de una alarma más evidente. Tras treinta años de lucha contra el sistema sin percibir ninguna variación significativa, si no era en beneficio del propio sistema capitalista, en este libro se percibe de forma clara su cansancio

y hastío ante las condiciones sociales que nos rodean. Sólo así cobran sentido sus demoledoras conclusiones, que sentencian, como un mazazo dado por un juez en su tribunal, que el cambio sólo es posible si la situación empeora tanto como para hacer a la gente reaccionar.