



Revista Teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Información Universidad de Playa Ancha - Valparaíso - Chile

Versión Impresa: ISSN 0718- 2023 / Versión en línea: ISSN 0718-4018 / AÑO 4, I semestre 2008 - NÚMERO 7

Inicio Monográfico Estudios Reseñas Tesis Convocatoria



Revista F@ro N° 7 - Estudios

Local y global, una lucha constante

José Sixto García *

jose.sixto@rai.usc.es

Universidad de Santiago de Compostela - España

Recibido: 31 de mayo de 2008

Aprobado: 13 de septiembre de 2008

[\[Descargar PDF\]](#) - [\[Descargar SWF\]](#)

Resumen: Por lo menos allí donde llega la luz eléctrica y se erige una antena se supone que los registros culturales pasan a ser obligatorios. En muchas sociedades los medios de comunicación acaban con los vínculos tradicionales que existen entre el espacio geográfico y la identidad social, ya que alteran la privacidad del 'hogar' al abrir sus puertas de par en par y dejar que lo foráneo se inmiscuya en casa sin reparo alguno.

La globalización no es ninguna novedad. De hecho, ha habido muchas fases de globalización en los últimos dos milenios, entre ellas el establecimiento de las religiones mundiales, la era de los descubrimientos o la expansión de los imperios. Sin embargo, en la globalización actual es necesario reconocer algo nuevo: la confluencia del cambio en múltiples actividades humanas, ya sean económicas, políticas, jurídicas, medioambientales y, por supuesto, comunicativas. Y es en este panorama donde las culturas más pequeñas y minoritarias deben hacerse un hueco para sobrevivir en ese mar de imperios. Galicia -y su cultura- son un ejemplo.

Palabras Clave: globalización / local / identidad / medios de comunicación / raza / etnia.

Abstract: At least where there is electrical light and an antenna is raised it is supposed that cultural records become obligatory. In many societies the mass media finish with the traditional links between the geographical space and the social identity.

The globalization is not any innovation. In fact, there were many phases of globalization in the last two millenniums, such as the establishment of the world religions, the age of the discoveries or the expansion of the empires. Nevertheless, in the current globalization it is necessary to recognize something new: the confluence of the change in multiple human activities (economic, political, juridical, environmental and, certainly, communicative activities). And in this panorama the smallest and minority cultures must do survive in that sea of empires. Galicia - and its culture - are an example.

Keywords: Globalization / place / identity / mass media / race / ethnic

La globalización de hoy: tan igual como diferente

Los procesos de globalización y regionalización contemporáneos crean redes de poder que superan los límites territoriales y, por lo tanto, añaden presión a un orden mundial diseñado conforme al principio westfaliano de dominio soberano exclusivo sobre un territorio limitado. No se puede suponer que el ámbito de poder político efectivo esté radicado simplemente en los gobiernos nacionales, puesto que el poder es compartido y negociado por diversas fuerzas y organismos públicos y privados en el ámbito nacional, regional e internacional.

De hecho, la idea de pueblo autónomo -o de comunidad de destino político- ya no se puede situar dentro de los límites exclusivos del estado-nación, puesto que parte de las fuerzas y de los procesos más básicos que determinan la naturaleza de las oportunidades vitales están ahora fuera de su alcance. Estamos, como expresó Kant, inevitablemente juntos, en un mundo en que los Estados, los poderosos en verdad, toman decisiones que afectan no sólo a sus pueblos, sino también a otros. Pero, la gran paradoja es que, a pesar de que la gobernanza se haya convertido en una actividad de niveles múltiples, de institucionalización intrincada y especialmente diversa, la representación, la lealtad y la identidad siguen firmemente arraigadas en las comunidades tradicionales étnicas, regionales y nacionales (Wallace, 1999: 521). Sin embargo, no está de más recordar que los viajeros van sometidos a coacciones culturales, políticas, económicas; ciertos viajeros son privilegiados, otros oprimidos (Clifford: 1997).

En consecuencia, diremos que la globalización "remite a un cambio o transformación en la escala de la organización humana

que enlaza comunidades distantes y expande el alcance de las relaciones de poder a través de las regiones y continentes de todo el mundo” (Held: 2003: 13).

Los medios de la globalización

Ang señaló que “el sistema mundial está cada vez más integrado, no es posible esa cosa que algunos llaman identidad cultural independiente; cada identidad debe definirse y posicionarse con relación a los marcos culturales establecidos por el sistema mundial” (1996: 145). Las culturas ya no están delimitadas por las fronteras ni quedan definidas por unas áreas específicas, sino que como consecuencia de la migración de personas y de la transferencia electrónica de ideas e imágenes el mundo se ha convertido en global. En ese escenario la televisión ha alcanzado el status del medio de comunicación por antonomasia en cuanto a la producción, disseminación, distribución y parámetros de visión y se ha erigido, por tanto, en elemento crucial para la creación de identidades culturales.

Desde esta perspectiva, la globalización se considera como la ampliación, la profundización y la aceleración de interconexiones universales en todos los aspectos de la vida social contemporánea. Ulf Hannerz argumenta que el mundo está volviéndose culturalmente homogéneo (1999), lo que supone la existencia de una auténtica ecumene global. Los medios de comunicación, por su parte, encajan perfectamente en el sistema capitalista mundial prestando apoyo ideológico al capitalismo en general y a los grandes consorcios transnacionales en particular. En realidad, como muchos de ellos se sustentan gracias a las campañas publicitarias, contribuyen al mismo tiempo a la venta de productos que las empresas fabrican. En efecto, la globalización de la televisión ha permitido la dislocación geográfica de la cultura al tiempo que ha llevado a la yuxtaposición de una serie de discursos globales y locales en un panorama caracterizado por la desregulación de la televisión comercial, la coexistencia de la difusión pública y la privada y la presión de los poderes públicos para que siga operando esta lógica (McQuail, 1992). La televisión está, entonces, en el centro de todas esas actividades comerciales de gran calado y es fundamental para la expansión del capitalismo consumista.

Las tecnologías del cable, el satélite, la tecnología digital y las redes informáticas permiten que las organizaciones mediáticas operen a escala global y practiquen la distribución de sus productos por todo el mundo. El mundo de hoy “no es un mundo de comunidades cerradas y con formas de pensamiento puramente impenetrables, economías autosuficientes y estados idealmente soberanos” (O'Neill, 1991: 282). Existen, por lo menos, tres aspectos que influyen en esos medios globalizados. En primer lugar, el proceso de globalización implica desafíos que exacerban los problemas de transformación institucionales experimentados por las organizaciones de medios en muchos países. Esto provoca el surgimiento de cuestiones políticas relativas al despertar de un flujo transfronterizo y supranacional y, por último, se da pie a cuestiones de cultura e identidad que guardan relación con la interacción y respuestas de las culturas específicas a la avalancha de materiales de información y entretenimiento del sistema global (Blumler y Gurevich, 1996; McChesney, 1999).

¿Local, global o la fusión de ambos?

Herbert I. Schiller intenta demostrar que el imperialismo aún tiene continuación en la actualidad, después de la desaparición de la URSS y la consiguiente apropiación del mundo por parte de los Estados Unidos, que han ido imponiendo su estilo de vida al resto del mundo (1991). La comida basura, la música, el cine, la publicidad o la moda propios del mundo norteamericano se han ido instaurando en todos los países hasta llegar a formar parte de los hábitos cotidianos de millones de personas en todo el planeta. Un informe de Naciones Unidas de 2005 señala que el gasto anual en pastelería en los USA es de 27.000 millones de dólares, de 70.000 millones en alcohol y de 550.000 millones en automóviles, pero podrían resaltarse cifras similares en la Unión Europea, por ejemplo.

Por otra parte, los medios desvirtúan las identidades culturales y promueven la cultura del McDonald's, de las vacaciones en Disneyland y de los jóvenes vestidos de Nike. No hay lugar a dudas de que la globalización supone la pérdida de la diversidad cultural y el incremento de la uniformidad y de la homogeneización en un proceso que se acostumbra denominar imperialismo cultural y que supone el dominio de una cultura sobre otras, con medios que penetran y aplastan las culturas de las naciones subordinadas, en un mundo en el que 1.200 millones de personas viven con un dólar diario, el 46% de la población mundial vive con menos de dos dólares diarios y el 20% disfruta del 80% de sus rentas (Sixto, 2008).

Pero, con todo, lo cierto es que en el mundo de hoy se constata una evidente hibridación entre lo local y lo global, lo tradicional y lo moderno. El significado de las instituciones políticas debe ser explorado en el contexto de una sociedad internacional compleja y de un amplio espectro de organizaciones internacionales y regionales, existentes y emergentes, que trascienden y median las fronteras nacionales, “en este sentido, la naturaleza de estas organizaciones y entidades, la naturaleza de su dinámica política y la naturaleza de su *accountability*, son cuestiones apremiantes” (Held, 1997: 120). No está de todo claro que la globalización sea un proceso de homogeneización, ya que las fuerzas de la fragmentación y de lo híbrido son igualmente poderosas (Sinclair, 1991). Así, la fuerza de lo local -la glocalización- es tan potente como la globalización, de forma que el manto que lo global quiere imponer sobre lo local no apaga las culturas autóctonas en su totalidad. Appadurai (1996: 27-47) sostiene la tesis de que la globalización dista mucho de ser un proceso uniforme. Aborda el nuevo desorden mundial de manera analítica y señala que no sirven los modelos basados en términos centro y periferia como los de Wallerstein. Esta idea de disparidad quiere decir que hay una falta de continuidad fundamental entre la economía, la política y la cultura, en lugar de la vieja concepción marxista de los tres sistemas entendidos como una totalidad. Su marco de análisis se basa en los flujos globales entre los cinco paisajes que describe: personas (*ethnoscapes*), tecnología (*technoscapes*), dinero (*finanscapes*), medios (*mediascapes*) e ideas (*ideoscapes*). Appadurai insiste en la ausencia de relación entre estos paisajes y asegura que cada uno de ellos tiene su propia dinámica y que los flujos se producen en los desfases entre los paisajes. Observa, pues, que el efecto de la

desterritorialización en el estado-nación ha radicado en la separación de la nación del Estado y en crear una lucha imaginaria entre ellos.

Galicia, un caso concreto

La base de la cultura y de la identidad se encuentra en el lenguaje, tanto por ser el medio por el que los significados culturales se forman y comunican como por ser el vehículo con el que nos reconocemos a nosotros mismos y al mundo social. Por eso, el lenguaje es junto con la historia y la tradición uno de los elementos que definen las diversas identidades culturales.

Galicia sufrió durante muchos años un fuerte proceso de represión cultural por parte del estado central. Sin embargo, muchas de las fuerzas culturales (bailes, festividades, etc.) y, sobre todo la lengua, consiguieron con esfuerzo mantenerse a flote e incluso han sido perpetuadas en el extranjero por los exiliados y emigrantes, especialmente aquéllos que los en los años 50 hicieron de Buenos Aires una segunda patria. Por muy fuerte que sea la presión es realmente complejo acabar con una cultura y, más aún, si existe cierta vocación por conservarla dentro del grupo afectado. Quizás uno de los casos donde las secuelas han sido más penetrantes fue el de la supremacía blanca europea en el denominado *apartheid* hasta el punto de llegar a una situación dramática: la de creer que la cultura blanca era superior a la negra, reflexión que compartían incluso algunos africanos. Algo semejante ocurrió también en Galicia, donde varios grupos sociales consideraron al castellano como una lengua superior al gallego. El impacto fue tan brutal que gran parte de los niños nacidos en las décadas de los 60, 70 y 80 en Galicia fueron educados en castellano, a pesar de que esa nunca había sido la lengua natural de sus padres (Sixto, 2008).

Raza, etnia y nacionalidad en la tensión local/global

Barker (2003) argumenta que la raza, la etnia y la nacionalidad son formas de identidad que no se refieren a unas entidades fijas, sino que son construcciones discursivas cambiantes e inestables fruto de la construcción social. El sexo y el género, por otra parte, también tienen que ver más con la cultura que con la naturaleza. El autor señala que hasta bien entrados los sesenta no aparecía ninguna familia negra en los programas dramáticos emitidos por la televisión británica y que la comunidad se representaba en su conjunto como blanca, heterosexual y de clase obrera.

La mayoría de las sociedades identificaron al hombre como superior a la mujer y a él le atribuyeron las situaciones de dominio y de poder -lo que entendemos por la matriz del pensamiento androcéntrico-. A pesar de que ya se ha avanzado en este campo, todavía se perciben pequeñas anomalías al analizar la parrilla televisiva. En cuanto al primer caso, no es frecuente que aparezcan en las series de televisión familias multiculturales, como si se quisiese negar su existencia, aunque se ha progresado bastante con respecto al género. En este sentido, el papel de la mujer en la sociedad acostumbra a aparecer equiparado al del hombre y viceversa, hasta el punto de que el tradicional reparto de papeles entre hombres y mujeres se está trastocando en casi todos los ámbitos. Los en un tiempo orgullosos varones ven cuestionado su lugar, tanto público como privado, ante un futuro que parece inclinarse del lado femenino (Gil Calvo, 1997).

En cambio pueden encontrarse otros casos en los que la discriminación continúa siendo latente. Es frecuente leer titulares del tipo 'una mujer asesinada por su marido', cuando debería enfocarse al revés, 'un hombre asesina a su mujer'; 'mueren dos hombres y un gitano', 'las prostitutas eran colombianas' y un largo etcétera. Es decir, tan sólo la denominada audiencia activa (Barker, 2003) tendrá en sus manos la capacidad de no permanecer indiferente durante la recepción y de mantener siempre abierto un ojo crítico que actúe de filtro de lo que los medios le quiere hacer llegar. Es fundamental, entonces, que el receptor actúe de auténtico *gatekeeper*.

A modo de conclusión

Parece evidente que el mundo de hoy está dominado por esa hibridación entre lo local y lo global, que varía en intensidad según el lugar de que se trate. La globalización contemporánea comparte elementos comunes con fases anteriores, pero posee características organizativas que la distinguen, ya que crean un mundo en el que el alcance de las relaciones y de las redes humanas está igualado por su elevada intensidad relativa, su velocidad y la gran propensión a la hora de ejercer impacto en las múltiples facetas de la vida social.

El resultado es la aparición de una economía planetaria, mercados financieros que contratan las 24 horas del día, empresas multinacionales que hacen parecer pequeños a algunos países, nuevas formas de derecho internacional, el desarrollo de estructuras regionales y supranacionales de gobierno y la aparición de problemas sistémicos planetarios, tales como el calentamiento del planeta, el terrorismo, el narcotráfico internacional o la regulación de la ingeniería genética.

En este sentido, a pesar de la importancia que se les concede a la homogeneización y a la globalización, tanta relevancia como ellas tienen también la heterogeneidad y la localización, de manera que los conceptos de globalización e hibridismo deben preferirse a los de imperialismo y homogeneidad. Y teniendo en cuenta que las identidades culturales no son estáticas ni fijas, sino una construcción social fortuita cuyo origen es el lenguaje, todos estos factores han de influir en su construcción. Y junto con ellos el género, la etnia, la política cultural, la globalización y también la localización e, indudablemente, todos los medios de comunicación.

En efecto, los medios de comunicación han contribuido en gran medida a crear ese mundo cosmopolita que defiende D. Held y en el que continúa existiendo la supremacía de unas culturas sobre otras, en especial de la americana sobre el resto del mundo. Lo importante radica en mantener vivo lo que es propio de cada pueblo, por mucho que pese ese manto que lo global nos quiere imponer y que los medios a menudo canalizan. No hacemos mal por usarlos, pero es preciso saber qué es lo que se lee, ve

o escucha. Hay más mundo que el que sale en los periódicos y en las pantallas, sólo tienes que mirar a tu alrededor.

Notas

***José Sixto García** pertenece a la Universidad de Santiago de Compostela, donde se licenció en Periodismo con Premio Extraordinario Fin de Carrera y se doctora. Sus líneas de investigación giran en torno a la comunicación institucional, el marketing, lengua e identidad.

Referencias bibliográficas

- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking Media Audiencies for a Postmodern World*. Londres: Routledge.
- Appadurai, A. (1996). Disxunción e diferenca na economía cultural global, versión gallega de Appadurai, A. Disjunction and Difference in the Global Cultural Economy. En: Appadurai, A. *Modernity at Large*. Minneapolis: University of Minnesota, cap. 2, pp. 27-47.
- Barker, Ch. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.
- Blumler, J. G. e M. Gurevitch (1996). Cambios nos medios e cambios na sociedade: conexións e coxunturas. Versión galega de Media Change and Social Change: linkages and Junctures. En: Curran, J. e M. Gurevitch, *Mass Media and Society*. Londres: Arnold, pp. 120-137.
- Clifford, J. (1997). *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Massachusetts. Harvard University Press.
- Dayan, D. e Katz, E. (1991). *La historia en directo*. México: Gustavo Gili.
- Gil Calvo, E. (1997). *El nuevo sexo débil*. Madrid: Ed. Temas de Hoy.
- Hannerz, U. (1989). Notas sobre a ecumene global. Versión gallega de: Notes on the Global Ecumene. *Public Culture* 1 (2), pp. 66-75.
- Held, D. (1997). *La democracia y el orden global. Del estado moderno al gobierno cosmopolita*. Barcelona: Paidós.
- Held, D. e McGrew, A. (2003). *Globalización / Antiglobalización. Sobre la reconstrucción del orden mundial*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (1992). A framework for analysis of media change in Europe in the 1990s, en K. Siune e W. Truetzchler, *Dynamics of Media Politics*.
- O'Neill, O. (1991). *Transnational Justice*. En: *Political Theory Today*. London: D. Held. Cambridge, Polity Press.
- Schiller, Herbert I: (1991). No Yet the Post-Imperialism Era. En: *Critical Studies in Mass Communication*, 8, pp. 13-28.
- Sinclair, J. (1991). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa.
- Sixto, J. (2008). A forza do local como construtora de identidades culturais no mundo globalizado. Em: *A prensa e o terceiro sector*, pp. 75-79.
- Wallace, W. (1999). *The Sharing of Sovereignty: The European Paradox in Political Studies* 47. Londres: **Blackwell Publishing**.
- Williams, R. (1997). *Problems in Materialism and Culture*. Londres: Verson.

F@ro

Revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Información
Facultad de Humanidades - Universidad de Playa Ancha

PRESENTACIÓN | **MONOGRÁFICO** | **ESTUDIOS** | **TESIS** | **RESEÑAS Y RECENSIONES**
Ediciones Anteriores | **Staff Revista F@ro** | **Buscador** | **Contacto** | **Normas** | **E-recursos**