

El juego de
interacción
entre CNN en
español y la
identidad
latinoamericana.
Un fenómeno de
glocalización

Cursa la Maestría en Comunicación en el Instituto Tecnológico
de Monterrey, Campus Monterrey.
Dirección: Filósofos 22. Depto. 201. Col. Tecnológico.
C.P. 64700 Monterrey, N.L., México. Teléfono: (0052-8) 3877036
E-mail: cintiasmith@yahoo.com

● Cintia Smith Pussetto

Hoy en día es común hablar del fenómeno de globalización. Unos la entienden como proceso de homogeneización, otros como proceso de fragmentación. Aunque en principio parezca contradictorio, es posible considerar que la globalización se manifiesta, al mismo tiempo, a través de estas dos formas aparentemente opuestas.

Como explican Tehranian y Tehranian: “Por un lado, las fuerzas de globalización y regionalización están homogeneizando los mercados y estilos de vida a un ritmo muy acelerado. Al mismo tiempo, sin embargo, la rápida difusión de las tecnologías de comunicación provee vehículos de expresión a voces nacionales y locales”¹.

Los autores anteriormente citados definen estos procesos contradictorios como **glocalización**: transformación a través de la cual las corporaciones transnacionales adaptan sus productos globales para los mercados locales. “La glocalización parece ser el perfil dominante del mundo postmoderno. Las redes de comunicación global están innovando sus productos para hacerlos adaptables a audiencias que se definen dentro de regiones geo-culturales, geo-lingüísticas y geo-políticas, para ello tratan de localizar los temas globales (como el medio ambiente, los derechos humanos y el control de población) y, paralelamente, globalizar los temas locales”².

Ahora bien, como afirma Tomlinson, “estos movimientos de información entre distintas áreas geo-culturales, geo-lingüísticas y geo-políticas implican translación, mutación, adaptación e hibridación”³. Quizás el concepto de hibridación no sea el más atinado, pero es importante analizar cómo los centros productores de bienes culturales y las periferias receptoras de los mismos generan relaciones que se desprenden de sus propios marcos culturales y coexisten en forma autónoma

Esta situación se puede ejemplificar en el estudio de la interacción entre CNN en Español y las audiencias latinoamericanas. El objetivo de este análisis es describir cómo se manifiesta este fenómeno, en

qué medida su éxito es el resultado de la interacción simultánea de fuerzas globales y locales y no una imposición cultural directa desde Atlanta (Estados Unidos).

Estando presente en una conferencia dictada por Ronnie Lovler, ex-productora de “World News” de CNN, le pregunté como podía explicar ella el interés de los latinoamericanos por cuestiones que no atañen directamente a su situación nacional. Ella me respondió: “existe una conexión entre lo global y lo local que funciona, yo no podría explicar por qué, pero funciona”.

En este trabajo intentaré esbozar algunas pistas de por qué se produce la conexión entre la información que brinda CNN en Español y las necesidades informativas de las audiencias latinoamericanas. Los individuos de la Región utilizan ese medio para introducirse en el flujo de comunicación global pero, al mismo tiempo, necesitan un prisma a través del cual enfocar los contenidos que reciben para comprenderlos desde su lugar en el mundo.

La red de noticias CNN (Cable News Network), pertenece al conglomerado Time Warner. La Time Warner es una de las corporaciones líderes en el mercado de la información y el entretenimiento, y tiene subsidiarias en Australia, Asia, Europa y Latinoamérica⁴. La CNN, primera red global de noticias en

el mundo, provee un flujo constante de información desde 1985. Su señal internacional alcanza el 98% de la población mundial⁵.

Sin lugar a dudas canales como la CNN han revolucionado los conceptos de la transmisión de la información a través de los medios de comunicación. El hecho de informar las 24 horas en vivo sobre lo que sucede en el planeta ha modificado los esquemas de transmisión de las noticias.

Las noticias de CNN nunca comienzan, están siempre allí, independientemente de si los espectadores las están mirando o no. Por lo tanto, estos últimos están continuamente “enganchándose y desenganchándose” de la programación a cualquier hora del día y en la medida que alguna noticia de actualidad les parezca relevante para sintonizar este canal.

Peter Larsen⁶, caracteriza a estos tipos modernos de sistemas internacionales de televisión comercial como un flujo constante de yuxtaposición casual de elementos intercambiables⁷. Cuando el espectador se acostumbra al formato descubre que los distintos tipos de segmentos (titulares, noticias de último momento, reportes y entrevistas) aparecen en realidad en intervalos regulares relativamente permanentes. Por lo tanto, existe cierto tipo de estructura interna dentro del flujo constante.

Hay además otro fenómeno significativo de CNN: el diseño de la segmentación de los públicos según un criterio lingüístico, como forma de localizar sus contenidos globales. En la actualidad CNN posee programación diferenciada, aparte del inglés, para los siguientes idiomas: español, italiano, danés, noruego, sueco y asiáticos (este, sudeste, central y Australia).

Esta es la característica fundamental que quiero analizar en este ensayo para la versión en español de este canal. El hecho de que CNN presente una programación enfocada directamente a una audiencia latinoamericana puede tener distintas variantes de análisis. ¿Representa esta programación un espejo de lo que podríamos llamar una identidad latinoamericana? ¿Es, por el contrario, el resultado de una construcción basada en una visión norteamericana de la realidad de la Región y su posición respecto a los hechos que suceden en el resto del mundo? O, en el marco del concepto de glocalización tratado anteriormente, ¿podemos hablar de “mestizaje cultural”⁸ entre las problemáticas particulares de los pueblos latinoamericanos y las fuerzas globales que impactan sobre las mismas?

Para empezar a responder esta disyuntiva quisiera acotar aún más el marco de análisis e indagar sobre cómo se produce la recepción de los mensajes transmitidos por

CNN en Español por parte de la audiencia de Latinoamérica. Es decir, cómo reciben e interpretan los espectadores hispanoparlantes esos contenidos⁹.

Según Larsen, la relación entre los espectadores y los programas de noticias como CNN no está establecida como un ritual contractual. Las audiencias de CNN consisten en individuos reunidos por el hecho de que son espectadores televisivos conectados a un canal particular y su relación con este canal está sujeta a una constante negociación; en cambio al mirar las programaciones de noticias de los informativos nacionales también encuentran una forma de participación dentro de un ritual diario a través del cual reafirman su posición como miembros de la comunidad nacional¹⁰.

Sin embargo, como afirma Dominique Wolton, para que exista comunicación es necesario que haya una voluntad de intercambio, un lenguaje y valores comunes (...). La comunicación a través de la televisión consiste pues tanto en la recepción de imágenes como en el sistema de participación a distancia, que es la dimensión de vínculo social de este medio de comunicación¹¹. Por lo que supongo que es necesario que exista, entre el canal CNN en Español y los telespectadores latinoamericanos, algún tipo de identificación que haga sostenible y redituable la permanencia del mismo.

La televisión contribuye directamente a dar forma y a modificar las representaciones del mundo, sin embargo, es muy difícil determinar en qué sentido lo realiza. Existe un desfase permanente entre la estructura de la imagen y las estructuras de percepción e interpretación de los públicos. Además, las visiones que nos presenta este medio de comunicación entran en competencia con otros sistemas de construcciones de identidades ofrecidos por la sociedad donde se desarrolla el individuo. El resultado es una especie de interacción constante entre los espectadores y lo que la televisión les muestra del mundo.

¿Qué herramientas podemos utilizar para entender cómo se produce la recepción e interpretación de los contenidos que los telespectadores latinoamericanos hacen de la información que reciben de CNN en Español? Sería interesante rescatar las ideas fundamentales de Lash y Urry en su obra "Economies of signs and spaces", posicionando al telespectador latinoamericano como sujeto reflexivo.

Según estos autores, el orden global contemporáneo, o en todo caso desorden, es una estructura de flujos, un conjunto descentrado de economías de signos y espacios. Al mismo tiempo los individuos son cada vez más reflexivos respecto de esta situación¹². Aquí el significado de reflexividad apunta al proceso de asignar significados a los dis-

tintos objetos, que progresivamente han ido perdiendo contenido material.

Quizás las mercancías en formas de noticias que diariamente recibimos a través de CNN en Español tengan exactamente esas características. Son informaciones sobre los hechos que suceden en los distintos puntos del planeta y son los espectadores los que tienen que darles un contexto de sentido a fin de evaluar la importancia de las mismas para el desarrollo de sus propias vidas.

Pero aún más importante es el concepto de "reflexividad estética". Ellos la definen como una reflexividad de distinta naturaleza respecto de la reflexividad cognitiva.

Si la reflexividad cognitiva apunta al monitoreo del ser y de sus roles socio-estructurales, la reflexividad estética supone la interpretación de sí mismo y la interpretación de las prácticas sociales de nuestra experiencia. Si la reflexividad cognitiva presupone un juicio, la estética un prejuicio. Si la primera asume una relación sujeto-objeto del ser en sí mismo y del mundo social, luego la segunda asume a un ser que es al mismo tiempo un ser en el mundo¹³.

Más aún, afirman que verdaderamente hay una base estructural para los individuos reflexivos, y esta no es una estructura social sino la penetración de estructuras de información y comunicación.

Proponen que está comenzando a desplegarse un proceso en el cual las estructuras sociales, como la nación, están siendo desplazadas por estructuras globales de información y comunicación. Esas estructuras son las redes de flujos, son las economías de los signos y los espacios, y fundamentalmente son las bases de la reflexividad¹⁴. La CNN, en particular, es red de esas redes y a través de su subred CNN en Español, los espectadores de esta Región encontramos una forma de insertarnos en ese flujo constante de información.

Otra característica fundamental para entender el proceso de reubicación de los individuos a estos nuevos procesos, siguiendo el análisis de Lash y Urry, es el cambio en la conceptualización del espacio y el tiempo. Con respecto al espacio, se produce un proceso de desterritorialización y posterior reterritorialización (que puede no tener sustento físico, el caso más típico es el del espacio virtual). En referencia al tiempo, se reduce a series de eventos desconectados y discontinuos¹⁵.

Para graficar esta nueva conceptualización espacio-temporal es interesante recordar cómo a través de la cadena CNN todos podemos ser partícipes de eventos sin importar el lugar del mundo donde ellos se producen.

Las famosas imágenes de esta cadena sobre la Guerra del

Golfo son recordadas por todos como la primera oportunidad que permitió seguir una guerra en directo. Sentir las explosiones de las bombas, los gritos de pánico y ver las personas malheridas por la pantalla del televisor en el mismo momento que esto se producía, fue una de las primeras experiencias del mundo global de las que fuimos partícipes, pero por supuesto desde el living de nuestros hogares.

Quizás es un poco difícil tratar de entender cómo hacen los espectadores de nuestros países latinoamericanos para abstraer de esas imágenes, producidas por CNN y traducidas por CNN en Español, sus propias conclusiones de los hechos. Para comprender ese mecanismo podemos llevarlo a un ejemplo práctico. Nosotros, como latinoamericanos, podemos evaluar nuestras propias concepciones de lo que significa la etnicidad al ver por la pantalla del televisor fenómenos como la guerra de Chechenia o de Croacia. En estos casos el componente religioso o cultural de diferencia entre los distintos grupos enfrentados es muy profundo. Tal vez esto nos permite darnos cuenta que las diferencias entre grupos que coexisten dentro de nuestros países o regiones es mínima comparándola con la anterior y puede ser resuelta de forma pacífica.

En el caso particular del cambio en la idea de tiempo, CNN

es un ejemplo de lo que sería medir la importancia de los hechos según un criterio de simultaneidad. No importa cuán interesante sea el programa que se está presentando, el mismo será inmediatamente interrumpido si es necesario cubrir una conferencia de prensa de Bill Clinton en el momento que esta se produce.

Y eso también cuenta para la programación de CNN en Español, que presenta el evento con una traducción simultánea del discurso. Sin embargo, ese tipo de transmisiones se vuelve generalmente un tanto tediosa y seguramente nuestro espectador latinoamericano, muy habituado al zapping (fenómeno característico del sujeto reflexivo), cambiará de canal.

Como podemos ver, la decisión de participar en esa comunidad de sentido es individual pero la motivación para hacerlo es de carácter social, puesto que la identificación de género, edad, nación o etnia es la que referencia al espectador con el contenido. El telespectador latinoamericano decide constantemente cuándo engancharse y desengancharse de ese flujo de información ininterrumpida que es CNN en Español; y lo seguirá haciendo en la medida que esas noticias sean relevantes para redefinir incesantemente la posición que ocupa (como ciudadano, trabajador, hombre o mujer, joven o adulto) dentro de la comunidad a la que pertenece.

Después de realizar un análisis centrado en el individuo receptor, quisiera llevar el trabajo hacia un enfoque más amplio, tratando de explicar en qué manera influye el canal de noticias CNN en Español sobre la identidad latinoamericana. Ciertamente, el flujo de informaciones de carácter global o regional produce efectos en la forma de reconocernos y relacionarnos como “latinoamericanos”.

Abordaré este tema del siguiente modo: en primer término, trataré de indagar cuáles son las características fundamentales que permiten referirnos a una identidad latinoamericana y, posteriormente, en qué medida influye CNN en Español en esa identidad.

¿Existe una identidad latinoamericana? ¿Podemos hablar de una matriz cultural que nos brinde la posibilidad de reconocernos como una comunidad con valores, problemáticas y desafíos comunes?

Sería interesante rescatar la idea de distinguibilidad cualitativa socialmente situada de Gilberto Giménez¹⁶ como tamiz para, a través del mismo, hacer pasar el concepto de identidad latinoamericana.

Giménez entiende la identidad como distinguibilidad. Las personas están investidas de una identidad cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comu-

nicación social, lo que requiere una intersubjetividad lingüística¹⁷. Quizás ese sea uno de los factores aglutinantes más importantes del caso latinoamericano. Es llamativo que desde México hasta el Cono Sur (un espacio geográfico tan amplio) se habla el idioma español, o en todo caso «portuñol» para comunicarse con los brasileños.

Giménez menciona tres criterios básicos que definen la especificidad de una identidad: una red de pertenencias sociales, un sistema de atributos distintivos y una identidad biográfica o memoria colectiva.

La idea de pertenencia social implica compartir un núcleo de representaciones sociales. Estas representaciones sociales serían una forma de conocimiento, socialmente elaborado y compartido, que contribuye a la construcción de una realidad común.

En el caso latinoamericano podemos graficar este concepto con un estudio de la opinión pública de América Latina llamado Latinobarómetro¹⁸. El mismo permite obtener amplia información sobre los intereses y preocupaciones de los latinoamericanos.

De los resultados de este estudio longitudinal, América surge como un espacio que tiene una cierta unidad cultural desde la frontera con el Río Grande hasta el extremo sur del continente. Existe una

homogeneidad cultural en ciertos temas fundamentales, acompañada de una gran heterogeneidad entre los países individuales¹⁹.

Los problemas prioritarios para los ciudadanos de la Región son los económicos, pero con diferencias entre los distintos países. La inflación ha dejado de ser un problema en los países de América del Sur pero se mantiene en América Central como tarea inconclusa. En el caso de los primeros la preocupación clave pasó a ser la falta de empleo; esto conlleva a una percepción crítica de las políticas económicas de estabilización que han provocado un aumento de la brecha entre los sectores más ricos y los más pobres de la sociedad.

En materia de integración regional, existe un apoyo a la integración latinoamericana, que se considera ofrece ventajas. Existe también un conocimiento de los organismos regionales (Mercosur, Pacto Andino, Mercado Común Centroamericano-MCC-, Caricom), pero es todavía insuficiente. Es bastante positiva la evaluación sobre los procesos de integración de los miembros del Mercosur, presenta insatisfacción en el caso del MCC y es crítica por parte de los mexicanos en el caso del TLC.

En cuanto a la seguridad personal, se destaca la preocupación por la delincuencia y la falta de seguridad ciudadana. También existe la percepción de que el narcotráfico y la

drogadicción han aumentado en el último tiempo.

La democracia, en general, tiene un importante grado de consolidación. Pero hay insatisfacción sobre su desempeño, esto indica que existen aún importantes insuficiencias en su desarrollo institucional.

Por último, se destaca una baja confianza interpersonal de los habitantes con sus conciudadanos. El 76% de los encuestados desconfía del prójimo, y una sociedad que no confía en sus compatriotas difícilmente podrá confiar en sus líderes y en las instituciones que la gobiernan.

Entonces, el Latinobarómetro nos muestra que en América Latina existen marcos temáticos comunes a partir de los cuales se percibe e interpreta la realidad. Con esto no quiero significar una idea de homogeneidad identitaria sino simplemente resaltar que la misma se construye a través de lo que Stuart Hall llama puntos de sutura²⁰: “la sutura significa la articulación del sujeto en el flujo discursivo”.

El segundo criterio de Giménez, el sistema de atributos distintivos, se refiere al conjunto de disposiciones, hábitos, tendencias, actitudes o capacidades. Aquí podríamos preguntarnos qué significa “ser latinoamericano”.

Para responder a esta pregunta quisiera traer a colación

algunas impresiones de Jorge Guillermo Llosa, uno de los varios autores que ha abordado este tema, sobre la identidad latinoamericana²¹. “La existencia latinoamericana está abrumada por múltiples traumas, el de ser colonial - efímero e incompleto-; el de estar dividido entre dos y hasta tres culturas; el del mestizaje; el del complejo de inferioridad; el del disgusto por la ficticia realidad política que le fue impuesta”.

Esta situación existencial impulsa a la revisión de algunos temas que son característicos de la sociedad latinoamericana. El sentimiento dominante es la nostalgia de un pasado indígena más o menos intenso, o de una opulencia colonial imaginaria, o de una Europa soñada, o de un Estados Unidos de Norteamérica que está muy cerca geográficamente pero que nunca se puede alcanzar.

Otro tema de insatisfacción es el de encontrarse perdido en una sociedad que evoluciona sin haber definido aún su personalidad, es la crisis de identidad recurrente que dificulta el reconocimiento del “nosotros”. En palabras de García Canclini, “lo latinoamericano fue muchas veces un proyecto frustrado; hoy es una tarea relativamente abierta y problemáticamente posible”²².

Por último, siguiendo la trilogía de Giménez, podemos hacer referencia a lo que el autor llama identidad biográ-

fica o memoria colectiva. Remite a la revelación de una historia incanjeable, que reconfigura constantemente una serie de actos y trayectorias del pasado para conferirle sentido al presente.

En el caso de América Latina, quizás, este sea el criterio más fácil de identificar. Sintéticamente podemos repasar los estadios de la historia latinoamericana que fue siguiendo, en general, los mismos parámetros en los diferentes países de la Región.

En primer término el desarrollo de las civilizaciones indígenas (principalmente las culturas maya, azteca e inca). A continuación, la conquista y colonización española (portuguesa para el caso de Brasil). Luego, los procesos de independencia y la formación de estados nacionales, dependientes de las potencias europeas. Posteriormente, los intentos de desarrollo de democracias políticamente institucionalizadas y económicamente autosuficientes a lo largo del siglo XX, dependientes de las políticas norteamericanas. Y, actualmente, los desafíos de estabilidad democrática, económica y de integración regional en el ingreso al siglo XXI, dependientes de flujos económicos e informacionales globales.

Con el análisis de estos tres criterios básicos llego a la conclusión de que existe una identidad latinoamericana. En términos de Gilberto Giménez, podemos hablar en

este caso de una distinguibilidad cualitativa socialmente situada.

Ahora bien, este fenómeno no es estático y homogéneo. La identidad es cada vez más dinámica, abierta, proclive a la conversión, exasperadamente reflexiva, múltiple y diferenciada²³.

Las redes de comunicación son uno de los factores fundamentales que influyen sobre este fenómeno de movilidad y replanteo constante de las identidades. Según García Canclini, “los medios audiovisuales que trascienden las fronteras nacionales tienen una influencia cada vez más decisiva en la configuración de las identidades. La generación de los mensajes y bienes culturales de mayor difusión ocurre en centros transnacionales y circula por satélites y redes electrónicas”²⁴.

Refiriéndome al caso en particular de CNN en Español, creo que sería válido hacernos la siguiente pregunta: esta red de noticias enfocada al público latinoamericano ¿está produciendo cambios en el tejido e interacción social de nuestras comunidades? ¿En qué medida influyen estos cambios sobre la identidad latinoamericana?

Para comenzar a responder estas preguntas es interesante la aproximación que nos brinda Salzman²⁵: “los flujos de comunicación se introducen enriqueciendo y diversificando los significados que

están siendo constantemente revisados y transformados dentro de la cultura (...) A través de la televisión los espectadores tienen la posibilidad de reconstruir imaginativamente sus propias vidas y su futuro”.

Es a través de canales como CNN en Español que se puede elaborar una visión de lo global a través de lo local, porque presenta los hechos que suceden en cualquier lugar del planeta y esto permite generar modelos contrastantes de comparación con la comunidad a la que pertenecemos.

A menudo CNN en Español nos muestra comparaciones entre distintos estándares de vida. Estas se hacen generalmente con respecto al referente norteamericano. En principio estas diferenciaciones ponen en tela de juicio la visión regional sobre nuestras posibilidades y conveniencias y, consecuentemente, producen frustración de lo que no se puede alcanzar. Pero al mismo tiempo generan un mecanismo de identificación como el planteado por Hall. Según este autor, las identidades se construyen a través de la diferencia, es sólo a través de la relación con el otro que un significado de identidad puede ser construido²⁶.

Entonces, siguiendo a Salzman: “la reelaboración imaginativa de la visión cultural, bajo el estímulo del flujo electrónico global sigue

aprovechando de manera creativa los recursos simbólicos locales y reconociendo las condiciones y circunstancias locales, pero inevitablemente aprovechará la visión global cada vez más extendida”²⁷. La cobertura de CNN en Español sobre un hecho que se produce en cualquiera de los países de la Región no está enfocado directamente para los habitantes de dicho país, sino que la idea es presentar una visión más amplia de los hechos, generando una nota que interese a un público más extenso, pero que de alguna forma se siente identificado con el evento.

Por otra parte, CNN en Español propicia debates públicos latinoamericanos. Por ejemplo podemos citar los procesos electorales de la región, los debates sobre las políticas de estabilización económica o el seguimiento de las actividades de nuestros líderes y personajes conflictivos (Pinochet, Castro, Fujimori, Menem, entre otros). Entonces, lo público, entendido como los lugares y circuitos en que se delibera sobre las identidades, trasciende los límites del Estado-Nación y toma una dimensión regional a través de esta red de comunicación.

En la medida que CNN en Español contribuye a fomentar el conocimiento recíproco y masivo entre los pueblos latinoamericanos (estimulando la reconstrucción creativa de la región latinoamericana a través de la cobertura de sus

problemas, valores y desafíos comunes), permite generar puntos de encuentro y renovar las formas de identificación. A pesar de que ese no es el objetivo de la cadena, cuyo imperativo principal es el estímulo económico, indirectamente produce ese resultado.

Como destaca acertadamente García Canclini, “el dilema decisivo en las culturas latinoamericanas no es defender las identidades o globalizarse” (como resistencia o absorción de estas redes comunicacionales), “sino construir una unidad solidaria de ciudadanos que se reconocen como pares”, en sus semejanzas y en sus diferencias²⁸.

Finalizando el estudio, sería interesante volver sobre el trío de preguntas planteadas al inicio del trabajo. Los cuestionamientos apuntaban hacia los siguientes temas: la programación de CNN en Español ¿representa un espejo de lo que podríamos llamar una identidad latinoamericana?; ¿es, por el contrario, el resultado una construcción basada en una visión norteamericana de la realidad de la Región y su posición respecto a los hechos que suceden en el resto del mundo? o ¿podemos hablar de un mestizaje cultural entre las problemáticas particulares de los pueblos latinoamericanos y las fuerzas globales que impactan sobre las mismas?

Después del desarrollo de este trabajo me inclino por

afirmar que la tercera posición es la más adecuada para encuadrar a este caso. Los flujos de información entre CNN en Español y las audiencias latinoamericanas recrean constantemente la interacción entre fuerzas globales y locales. La información que llega a través de este canal no representa solamente una fuente de información de lo que está ocurriendo en el mundo, sino también un foro de debate de las grandes cuestiones latinoamericanas, un lugar de encuentro de sus distintos pueblos y un espacio de redefinición constante del "ser latinoamericano".

1. Tehranian y Tehranian, 1997, Pág. 147.
2. Tehranian y Tehranian, 1997, Pág. 147.
3. Tomlinson, 1997, Pág. 181.
4. Mohammadi, 1997, Pág. 81.
5. Tehranian y Tehranian, 1997, Pág.159.
6. En este análisis estudia el impacto de la introducción del canal CNN en Noruega
7. Larsen, 1992, Pág. 128
8. Se utiliza este concepto de Martín Barbero pues hace referencia no a

una superación sino a un proceso de continuidades en la discontinuidad, conciliaciones entre ritmos que se excluyen. "De esta forma es como se están haciendo pensables las formas y los sentidos que adquieren la vigencia cultural de las diferentes identidades". Barbero, 1987, Pág. 204.

9. Quiero aclarar que España está incluida en el mismo segmento pero no será analizada en este ensayo puesto que su realidad sociopolítica responde en mayor medida al contexto de la Comunidad Económica Europea.

10. Larsen, 1992, Pág.132
11. Wolton , Pág. 276.
12. Lash y Urry, 1994, Pág. 4
13. Lash y Urry, 1994, Pág. 5 y 6
14. Lash y Urry, 1994, Pág 6
15. Lash y Urry, 1994, Pág 16
16. Giménez, 1997.
17. Giménez, 1997.
18. El Latinobarómetro se realiza desde 1995. Trata de estudiar las opiniones de nuestros pueblos sobre política, economía y sociedad. Ha llegado a abarcar 17 países de la Región con la excepción de Cuba, República Dominicana y Haití.
19. Lagos, 1999, Pág. 38. La agenda de temas que se tratan a continuación está extraída de este artículo.
20. Hall, 1996, Pág.5.
21. Llosa, 1992, Pág. 178.
22. García Canclini, 1997, Pág. 50

23. Sciolla, 1983. Pág.48.
24. García Canclini, 1997, Pág. 35
25. Salzman, 1997, Pág. 348
26. Hall, 1996, Pág. 4.
27. Salzman, 1997, Pág. 350.
28. García Canclini, 1997, Pág.62.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbero, Martín (1987). De los medios a las mediaciones. Editorial Gili. México.
- García Canclini, Néstor (1997). Políticas Culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano. En Arizpe, Lourdes (editora) Dimensiones culturales del cambio global (pp 21-63) UNAM.CRIM., Cuernavaca, Morelos.
- Giménez, Gilberto (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. FRONTERA NORTE Vol.9 Núm. 18.
- Hall, Stuart y Du Gay, Paul (1996). Questions of cultural identity. Sage publications, London.
- Lagos, Marta (1999). ¿Quo vadis, América Latina? El estudio de la opinión pública regional en el Latinobarómetro. Revista Contribuciones. Fundación Konrad Adenauer. Buenos Aires.
- Larsen, Peter (1992). More than just images: the whole picture. News in the multi-channel universe. En Michael Skovmand and Kim

CNN e identidad latinoamericana

Christian Schroder (editors) Media cultures. Reappraising Transnational Media. London.

- Lash, Scott y Urry, John (1994). Economies of signs and spaces. Sage Publications. London.

- Llosa, Jorge Guillermo (1992). Identidad histórica de América Latina. Editorial Diana. México.

- Mohammadi, Ali (1997). Communications and the globalization process in the developing world. En Mohammadi, Ali (editor) International communications and globalizations. A critical introduction. (pp 67- 89). Sage Publications, London.

- Páginas web de CNN y CNN en Español.

- Salzman, Philip Carl (1999). El caballo de Troya electrónico: la televisión en la globalización de las culturas paramodernas. En Arizpe, Lourdes (editora) Dimensiones culturales del cambio global (pp 319 - 343) UNAM.CRIM., Cuernavaca, Morelos.

- Tehranian, Majid y Teheranian Katharine (1997). Taming modernity: towards a new paradigm. En Mohammadi, Ali (editor) International communications and globalizations. A critical introduction. (pp 119 - 167). Sage Publications, London

- Tomlinson, John (1997). Cultural globalization and cultural imperialism. En Mohammadi, Ali (editor) International communications and globalizations. A critical introduction. (pp 170 - 190). Sage Publications, London.

- Wolton, Dominique (1995). Elogio del gran público—Una teoría crítica de la televisión. Editorial Gedisa. Barcelona.