
La perspectiva de los Mattelart: desentrañando la complejidad de la comunicación y el imperialismo cultural en las ciencias sociales

*Narcisa Medranda Morales*¹

Introducción

Durante mucho tiempo, el estudio de la comunicación y el imperialismo cultural ha sido un tema apremiante dentro del ámbito de las ciencias sociales. A medida que se expande la interconectividad global, se vuelve imperativo explorar la interacción dinámica de los flujos de medios globales y los intercambios culturales que tienen el potencial de remodelar los paisajes sociales y culturales. En este sentido, las profundas contribuciones de Armand y Michelle Mattelart, renombrados académicos en el campo, siguen siendo un faro de conocimiento. Su trabajo dedicado a la deconstrucción y análisis de las complejidades que rodean a estos fenómenos, proporciona una valiosa base teórica para esta exploración. Este capítulo examina las teorías de los Mattelart en detalle, ofreciendo una comprensión integral de sus argumentos centrales, contribuciones conceptuales y limitaciones teóricas.

El trabajo de los Mattelart surgió de la necesidad crítica de examinar y comprender los cambios transformadores en la comunicación, precipitados por el surgimiento y el dominio de las corporaciones transnacionales de medios y la liberalización de los mercados globales

¹ Universidad Politécnica Salesiana. nmedranda@ups.edu.ec

en las décadas de 1970 y 1980 (Mattelart & Mattelart, 1997). En el contexto actual, donde estamos presenciando un aumento sin precedentes en el flujo de información debido al auge de las tecnologías digitales, su trabajo parece más pertinente que nunca. En enero de 2022, por ejemplo, la cantidad de usuarios de redes sociales en todo el mundo alcanzó la asombrosa cifra de 4.620 millones, más de la mitad de la población mundial que llegó a 7.910 millones (We are social y Hootsuite, 2022). Esta estadística ilumina la magnitud del panorama global de la comunicación y subraya la importancia de examinar críticamente sus implicaciones.

La necesidad de explorar cómo los Mattelart han influenciado el discurso académico en el campo de las ciencias sociales, a través de sus teorías de la comunicación, es palpable. El imperialismo cultural, una corriente teórica que cobró fuerza entre las décadas de 1940 y 1970 en Europa y América Latina, ha dejado una huella indeleble en este ámbito. Esta tendencia, también conocida como teoría crítica, emana de la Escuela de Frankfurt, con figuras destacadas como Adorno, Horkheimer y Marcuse, quienes han ejercido un considerable impacto en el discurso académico dentro de las ciencias sociales (Marcillo Balseca, Heredia Logroño, & Benitez Triviño, 2017).

Los Mattelart conceptualizan el imperialismo cultural como las estrategias mediante las cuales las naciones y corporaciones poderosas expanden su influencia sobre naciones más débiles, utilizando como vehículos los medios de comunicación, la cultura y la ideología (Mattelart & Mattelart, 1988). Las complejidades inherentes a este concepto radican en los mecanismos, a menudo sutiles y no coercitivos, del intercambio cultural y el dominio, que exigen un análisis riguroso y detallado.

Los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), indican que la distribución mundial de bienes y servicios culturales sigue dominada en gran medida por unos pocos países, principalmente Estados Unidos (Deloumeaux, 2022). Esta distribución asimétrica de productos culturales,

fuertemente influenciada por el predominio económico y político de estos países, proporciona un ejemplo práctico del concepto de imperialismo cultural.

La contribución teórica de los Mattelart, por lo tanto, nos proporciona las herramientas necesarias para examinar críticamente estos fenómenos. Ofrece un lente invaluable para analizar el intercambio global de cultura y comunicación, las dinámicas de poder y su efecto en las sociedades. Sin embargo, sus teorías también han sido objeto de críticas, principalmente por su aparente simplificación excesiva de las respuestas locales a las influencias de los medios globales (Fiske, 2011).

Como académicos interesados en crear una comprensión matizada del panorama global de los medios, es crucial comprometerse con estas críticas. A través de este compromiso, podemos enriquecer el marco teórico proporcionado por los Mattelart y comprender mejor las complejidades de la comunicación y el imperialismo cultural en el mundo interconectado de hoy. Al centrarnos en las teorías de los Mattelart, nuestro objetivo es promover el discurso en este campo y presentar una exploración detallada de las complejidades de la comunicación global y los intercambios culturales.

Una pregunta fundamental que impulsa esta exploración del pensamiento de los Mattelart es ¿cómo las teorías de los Mattelart, sobre la comunicación y el imperialismo cultural, han dado forma a las ciencias sociales, y cómo podemos aplicarlas críticamente a los problemas globales contemporáneos?

Entendiendo la comunicación como poder

En el contexto del trabajo de los Mattelart, es necesario reconocer la comunicación como un instrumento de poder. Esta mirada nos permite percibir cómo los grupos sociales dominantes dan forma a la construcción y distribución de la información, influyendo así en la opinión pública y las normas sociales. Basándonos en las teorías de Armand y

Michèle Mattelart (1997), exploraremos las complejidades de estas dinámicas y sus implicaciones sociales.

En su obra seminal, los Mattelart subrayan los intrincados procesos de codificación y decodificación de mensajes dentro del acto de comunicación (Mattelart & Mattelart, 1997). Argumentan que la comunicación no es simplemente un acto de transferencia de información, sino un proceso elaborado de construcción de significado. La codificación es el proceso mediante el cual un remitente, o fuente, construye un mensaje para ser enviado. Implica el uso de signos, símbolos o lenguaje que el receptor pueda comprender. Los Mattelart argumentan que aquellos con poder, a menudo, dominan este proceso de codificación. Ellos deciden qué mensajes transmitir, cómo enmarcarlos y a través de qué canales difundirlos. Este proceso puede influir en la percepción del público sobre diversos temas, como la política, las normas sociales o las identidades culturales.

La decodificación, por otro lado, es el proceso por el cual el receptor interpreta el mensaje. Si bien el remitente tiene control sobre la codificación, el proceso de decodificación es subjetivo y depende de las experiencias personales, las creencias y el contexto cultural del receptor. Por lo tanto, un solo mensaje puede ser interpretado de múltiples maneras por diferentes personas. Los Mattelart argumentan que esta variación en la interpretación es un aspecto esencial de la dinámica de la comunicación, reflejando la multiplicidad de realidades sociales (Mattelart & Mattelart, 1997).

Este proceso de codificación y decodificación no ocurre en el vacío; en cambio, está situado dentro de estructuras sociopolíticas y económicas más grandes. Los autores enfatizan que aquellos quienes controlan estas estructuras, a menudo, tienen una influencia significativa sobre el proceso de comunicación (Mattelart & Mattelart, 1997). En virtud de sus puestos, pueden dar forma a la producción y distribución de mensajes de una manera que se alinee con sus intereses. Esta influencia puede extenderse para determinar qué historias se cuentan, cómo se presentan y a quién se dirigen.

Este paradigma se vuelve particularmente evidente cuando se consideran los medios de comunicación de masas. Con el advenimiento de las tecnologías modernas y las redes globales, el papel de los medios como proveedores de información se ha vuelto cada vez más prominente. Hoy en día, un puñado de conglomerados de medios multinacionales dominan el panorama global de los medios, con control sobre varios canales, incluidos la televisión, la radio, la prensa y las plataformas digitales (McChesney, 2000).

Esta concentración de la propiedad de los medios tiene profundas implicaciones para la comunicación como instrumento de poder. Dado su control sobre la difusión de información, estos conglomerados pueden moldear significativamente el discurso y la opinión pública. Pueden priorizar ciertas narrativas, marginar otras y enmarcar problemas de manera que se adecuen a sus intereses políticos o económicos. Esta dinámica refleja la afirmación de los Mattelart, de que la comunicación está inherentemente ligada a las estructuras de poder (Mattelart & Mattelart, 1997). Sin embargo, los autores también destacan que la audiencia no es un receptor pasivo en este proceso; los individuos participan de forma activa en la decodificación de mensajes, trayendo sus propias experiencias, creencias y contextos culturales a sus interpretaciones. Este aspecto subraya la complejidad y el dinamismo del proceso de comunicación.

No obstante, el acceso diferencial a los recursos para la codificación de mensajes puede resultar en desequilibrios de representación y poder. Este acceso diferencial puede manifestarse de diversas formas, como disparidades en la representación de los medios entre diferentes grupos sociales o la subrepresentación de voces marginadas en el discurso público. Esta comprensión de la comunicación, como poder, sirve de base fundamental para analizar el imperialismo cultural, que profundizaremos en las siguientes secciones. Mientras navegamos por esta exploración, es importante tener en cuenta que la comunicación, en los términos expresados por los Mattelart, no es una simple transmisión de información, sino un proceso complejo integrado en las relaciones de poder y las estructuras sociales.

El imperialismo cultural en un contexto global

El concepto de imperialismo cultural es central para entender la dinámica global de comunicación y poder. Según argumentan los Mattelart, el imperialismo cultural es facilitado por los flujos globales de medios de comunicación, sirviendo como una extensión del poder a la influencia de las naciones y corporaciones dominantes (Mattelart & Mattelart, 1988).

El imperialismo cultural se refiere a la dominación de una cultura sobre otras mediante la difusión deliberada de productos e ideologías culturales. Según los Mattelart, este proceso no es simplemente un subproducto incidental de la globalización, sino una estrategia concertada seguida por las naciones dominantes y las corporaciones multinacionales. Argumentan que estas entidades usan su control sobre los medios globales y las redes de comunicación, para exportar sus productos culturales e ideologías a naciones menos poderosas, ejerciendo así su influencia cultural (Mattelart & Mattelart, 1988).

Esta dominación se manifiesta de varias formas, incluida la difusión del contenido de los medios, la promoción de las ideologías y la imposición de normas y valores occidentales. Un caso crítico al respecto es el dominio global de Hollywood, que exporta películas y programas de televisión estadounidenses a todo el mundo, moldeando efectivamente las percepciones globales de la cultura y los valores estadounidenses. Los Mattelart argumentan que esta dominación cultural sirve, no solo para diseminar productos culturales sino también, para perpetuar los intereses económicos y políticos de las naciones y corporaciones dominantes (Mattelart & Mattelart, 1997; Mattelart, 1998). Al dar forma a los gustos y preferencias globales, estas entidades pueden expandir sus mercados y fortalecer su posición económica. Del mismo modo, al promover sus ideologías y valores, pueden legitimar su poder político e influir en la política mundial.

Si bien el concepto de imperialismo cultural de los Mattelart ha sido criticado por su percepción de una simplificación excesiva de los

flujos culturales globales, ofrece un marco crítico para comprender las dinámicas de poder incrustadas en la comunicación y la cultura globales.

Imperialismo cultural: una mirada más cercana a los mecanismos

Para comprender los mecanismos del imperialismo cultural, profundizamos en el papel de los medios y las tecnologías de la comunicación. Los Mattelart argumentan que estas tecnologías, bajo el control de las naciones y corporaciones dominantes, sirven como conductos clave para diseminar sus ideologías y productos culturales (Mattelart & Mattelart, 1997). Hay que rescatar que, estas entidades controlan gran parte de la infraestructura de distribución y producción de medios del mundo. Poseen estaciones de radio y televisión, estudios de cine, editoriales y, cada vez más, plataformas digitales. Con esta infraestructura, tienen la capacidad de producir y distribuir una amplia gama de contenido cultural, desde noticias y documentales hasta películas, programas de televisión, música, libros y contenido de redes sociales.

Pero el control sobre la infraestructura es solo un aspecto. Igualmente importante es el control sobre el contenido. Gran parte del contenido de los medios del mundo se produce en Occidente, particularmente, los Estados Unidos. Las películas de Hollywood, los programas de televisión estadounidenses, la música occidental y los libros, dominan el panorama mundial de los medios. Además, las agencias de noticias occidentales, como CNN, BBC y Reuters, tienen una influencia considerable en la agenda de noticias global. Estos productos y perspectivas culturales occidentales, luego, se difunden en todo el mundo a través de los medios globales y las redes de comunicación, dando forma así a las percepciones y gustos globales (Mattelart & Mattelart, 1988).

También está el aspecto económico. La distribución global de los productos culturales occidentales permite que las naciones y corporaciones dominantes obtengan beneficios económicos sustanciales. Al

promover las ideologías consumistas occidentales, pueden estimular la demanda de sus productos y servicios, expandiendo así sus mercados y fortaleciendo su posición económica. Por otra parte, la difusión global del contenido de los medios occidentales ayuda a mantener el dominio del idioma inglés, lo que a su vez refuerza el dominio económico, político y cultural de los países de habla inglesa (Crystal, 2003).

Las implicaciones y consecuencias del imperialismo cultural

A medida que el imperialismo cultural impregna las sociedades, puede tener profundas implicaciones. Esta influencia se manifiesta no solo en el consumo de contenido de los medios occidentales, sino también en la internalización de los valores, ideologías y en los estilos de vida occidental. Con el tiempo, esto puede conducir a la erosión de las culturas locales y la homogeneización de la cultura global, un proceso que a menudo se denomina ‘homogeneización cultural’ (Piertese, 2004). La homogeneización cultural plantea importantes desafíos. A medida que dominan las culturas occidentales, las culturas locales pueden tener dificultades para mantener su carácter distintivo.

Por otro lado, la diversidad cultural, fuente de creatividad humana, resiliencia y adaptabilidad, puede disminuir con el tiempo debido a las culturas homogenizantes. Esta homogeneización también puede llevar a la marginación de las voces y perspectivas locales, exacerbando así los desequilibrios de poder entre los dominantes y los marginados (Mattelart & Mattelart, 1988).

Sin embargo, los Mattelart advierten que no se debe considerar el imperialismo cultural como un proceso de una sola vía. Sostienen que la recepción e interpretación de los productos culturales occidentales no son procesos pasivos sino activos, moldeados por las culturas y condiciones locales (Mattelart & Mattelart, 1997). Las audiencias en diferentes contextos culturales, pueden interpretar y adaptar el contenido de los medios occidentales de manera que reflejen sus

propias experiencias, valores e identidades. Por lo tanto, mientras que el imperialismo cultural ejerce una influencia significativa en la cultura global, no conduce necesariamente a la eliminación total de las culturas locales.

Es claro que el auge de las tecnologías y plataformas digitales han dificultado, la dinámica del imperialismo cultural. Ya que, por un lado, han facilitado la difusión global de productos e ideologías culturales tanto de Occidente como de otras culturas dominantes. Mientras que, por el otro, han proporcionado nuevas vías para que se escuchen las voces y perspectivas de las culturas locales. En este sentido, el advenimiento de los medios digitales e Internet están transformado de manera significativa la dinámica del imperialismo cultural. Simultáneamente, han abierto nuevos canales para la difusión de productos e ideologías culturales y al mismo tiempo, han creado espacios para la resistencia y las contranarrativas.

Medios digitales: una herramienta para la dominación cultural

Las plataformas digitales y en particular las redes sociales, se han convertido en instrumentos clave para difundir contenido cultural a escala global. Permiten que las agencias de noticias lleguen a audiencias de todo el mundo, de manera instantánea, lo que acelera el proceso del imperialismo cultural. Así por ejemplo, el dominio de las empresas tecnológicas estadounidenses, como *Google*, *Facebook* y *Twitter* que controlan gran parte de la interacción digital, utilizadas por miles de millones de personas en todo el mundo. Pueden influir en los procesos de comunicación global, dar forma al discurso público y determinar qué narrativas ganan visibilidad y cuáles se oscurecen.

Además, estas plataformas están diseñadas en torno a algoritmos que privilegian ciertos tipos de contenido, a menudo impulsados por intereses comerciales y moldeados por puntos de vista centrados en

Occidente. Estos sesgos algorítmicos pueden promover, sin darse cuenta, las perspectivas e ideologías occidentales, lo que facilita aún más el imperialismo cultural (Bucher, 2012).

Es importante destacar que, los medios digitales amplían el alcance del contenido de los medios occidentales. Los servicios de transmisión como *Netflix* y *Spotify*, por ejemplo, distribuyen películas, programas de televisión y música estadounidenses y de otras potencias hegemónicas, ejerciendo así una influencia considerable en los gustos y preferencias culturales globales (Lobato, 2019).

Medios digitales: un espacio para la resistencia y la diversidad

Si bien, los medios digitales pueden ser fundamentales para facilitar el imperialismo cultural, también ofrecen oportunidades para la resistencia y la promoción de la diversidad cultural. Como destacan los Mattelart, las audiencias no son receptores pasivos del contenido de los medios, sino participantes activos en su creación e interpretación (Mattelart & Mattelart, 1997). Este aspecto participativo de los medios digitales puede interrumpir el flujo unidireccional de contenido cultural y fomentar una cultura global más pluralista y democrática.

El contenido generado por el usuario es una manifestación clave de esta cultura participativa. En plataformas como *YouTube*, *Instagram*, *TikTok* y *Twitter*, los usuarios de todo el mundo pueden crear y compartir su propio contenido cultural. Este contenido puede reflejar sus culturas, experiencias y perspectivas locales, desafiando así el dominio cultural occidental y contribuyendo a la diversidad cultural global (Jenkins, 2008).

Además, los medios digitales brindan una plataforma para las voces y perspectivas marginadas que los medios tradicionales suelen pasar por alto. Pueden servir como un espacio para contranarrativas que desafíen las ideologías y narrativas dominantes. Las redes sociales, por

ejemplo, han sido fundamentales para amplificar movimientos como #BlackLivesMatter y #MeToo, que desafían el racismo y el sexismo sistémicos, respectivamente.

Sin embargo, es importante reconocer los desafíos y limitaciones de los medios digitales como espacios de resistencia y diversidad. En particular, el acceso a los medios digitales no se distribuye por igual a escala mundial, con disparidades significativas según la ubicación geográfica, el nivel socioeconómico y el género, entre otros. Esta 'brecha digital' puede limitar la capacidad de los grupos marginados para participar en los medios digitales y perpetuar los desequilibrios de poder existentes (Norris, 2001).

La complejidad del intercambio cultural en la era digital

La idea de imperialismo cultural, formulada por los Mattelart, sugiere un proceso predominantemente unidireccional en el que las potencias occidentales imponen sus productos e ideologías culturales a las sociedades de menor rango. Sin embargo, esta perspectiva ha sido criticada por su tendencia a simplificar los intrincados intercambios culturales a nivel mundial, que son, en realidad, caracterizados por la influencia y la negociación recíprocas (Appadurai, 1996). Esta crítica cobra una relevancia notable en la era de la digitalización. Los medios digitales han reconfigurado la escena cultural global, introduciendo innovadoras formas de producción, distribución y consumo de bienes culturales. En contraste con los medios tradicionales, las plataformas digitales proporcionan a los usuarios alrededor del mundo la capacidad de generar y diseminar su propio contenido cultural. Esto ha dado lugar a un intercambio de productos e ideas culturales más equilibrado y recíproco (Jenkins, 2008).

Tomemos, por ejemplo, el auge del K-pop. La música pop de Corea del Sur, o K-pop, ha ganado una enorme popularidad mundial gracias a plataformas digitales como *YouTube*. Grupos de K-pop, como BTS y

Blackpink, han acumulado miles de millones de visitas en sus videos musicales de fanáticos de todo el mundo. Este ejemplo ilustra cómo las culturas no occidentales pueden usar los medios digitales para difundir sus productos culturales a nivel mundial, desafiando así el flujo unidireccional de contenido cultural postulado por la teoría del imperialismo cultural (Jin, 2016).

Asimismo, es importante considerar en este estudio la difusión global de los ‘memes’, que a menudo están influenciados por una mirada de contextos culturales. Los ‘memes’, creados y compartidos por usuarios de todo el mundo, frecuentemente incorporan elementos de diversas culturas, lo que contribuye a la creación de nuevas formas culturales híbridas. Este fenómeno ha sido descrito como ‘remix cultural’, subrayando la naturaleza compleja y dinámica del intercambio cultural en la era digital (Navas, 2012).

Sin embargo, el intercambio bidireccional de contenido cultural no niega necesariamente la existencia del imperialismo cultural. A pesar de la proliferación de contenido generado por los usuarios, los productos e ideologías culturales occidentales aún dominan las plataformas digitales globales. Además, los algoritmos que gobiernan estas plataformas, con frecuencia, reflejan puntos de vista e intereses comerciales centrados en Occidente. Por lo tanto, si bien los medios digitales han facilitado un intercambio cultural más complejo, no han interrumpido por completo los desequilibrios de poder inherentes al imperialismo cultural (Bucher, 2012).

Medios digitales y resistencia cultural

Es evidente que los medios digitales brindan herramientas potenciales para el imperialismo cultural, así también se puede evidenciar que presentan oportunidades para la resistencia cultural. Como se señaló con anterioridad, los Mattelart proponen que las audiencias no son simples consumidores pasivos del contenido de los medios, sino

intérpretes y productores activos (Mattelart & Mattelart, 1997). El advenimiento de los medios digitales ha amplificado significativamente esta cultura participativa, permitiendo a los usuarios producir y difundir su propio contenido y contra-narrativas.

Las plataformas digitales, como *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter* y *TIKTOK*, han sido fundamentales para dar voces a la ciudadanía que tradicionalmente sido marginada o silenciada por los principales medios de comunicación. Estas plataformas brindan espacios para narrativas ciudadanas que desafían las ideologías y estructuras del poder dominante. Un ejemplo notable es el movimiento #BlackLivesMatter, que comenzó como un *hashtag* en *Twitter* en 2013. A través de las redes sociales, el movimiento ganó visibilidad mundial y ha desafiado el racismo sistémico y la brutalidad policial, principalmente en los Estados Unidos, pero también en todo el mundo (Dejmanee, Millar, Lorenz, Weber, & Zaher, 2022). De igual manera, el movimiento #MeToo ha utilizado las redes sociales para arrojar luz sobre la prevalencia generalizada del acoso y las agresiones sexuales, en particular, en el lugar de trabajo. Al compartir sus experiencias personales con el *hashtag* #MeToo, afectados de todo el mundo han desafiado el silencio y el estigma que rodea a la violencia sexual, generando una conversación global y suscitando cambios concretos en las políticas y actitudes (Mendes, Ringrose, & Keller, 2018).

Esta claro que no se debe endiosar el potencial de los medios digitales para la resistencia cultural. Algunos críticos señalan que si bien los medios digitales brindan espacios para la resistencia, también es real que todavía se rigen por algoritmos que a menudo priorizan los intereses comerciales y las opiniones centradas en las políticas de los países hegemónicos que desean persuadir a la ciudadanía de sus prácticas, en este sentido, Bucher (2012), señala que estos sesgos algorítmicos pueden limitar la visibilidad de las contranarrativas y reforzar los desequilibrios de poder existentes.

Por otra parte, el acceso a los medios digitales no está distribuido uniformemente en todo el mundo, lo que genera lo que se conoce como

la ‘brecha digital’. Las personas en países de bajos ingresos, áreas rurales y comunidades marginadas, a menudo carecen de acceso confiable a Internet y alfabetización digital, lo que puede restringir su capacidad para interactuar con los medios digitales y participar en debates en línea (Norris, 2001). Esta claro que, si bien los medios digitales pueden facilitar la resistencia cultural, su potencial está limitado por sesgos algorítmicos y disparidades en el acceso digital.

Discusión y conclusión

En este capítulo, nos hemos aventurado en la compleja interacción entre el imperialismo cultural y los medios digitales, principalmente, a través de la mirada crítica de las teorías de los Mattelart.

Los Mattelart brindan un marco sólido para comprender cómo opera el imperialismo cultural a través de los medios. Si bien reconocen el potencial para la resistencia y la participación activa de la audiencia, también enfatizan el predominio de las ideologías y los productos culturales occidentales, especialmente en el contexto de los medios digitales.

La discusión sobre la complejidad del intercambio cultural, presenta una perspectiva alternativa al flujo de cultura lineal y unidireccional postulado por la teoría del imperialismo cultural. De hecho, el auge de las plataformas de medios digitales ha facilitado un intercambio bidireccional más complejo de productos e ideas culturales, demostrado a través de fenómenos como la popularidad mundial del K-pop y la difusión internacional de los ‘memes’. Estos desarrollos sugieren una comprensión más matizada de los intercambios culturales en la era digital que implica una fusión de diferentes culturas y la creación de nuevas formas culturales híbridas.

Sin embargo, el potencial de los medios digitales para interrumpir el imperialismo cultural no está exento de limitaciones. Como se explora en el apartado sobre medios digitales y resistencia cultural, estas plataformas todavía se rigen por algoritmos que a menudo priorizan los

intereses comerciales y las opiniones centradas en Occidente, lo que limita la visibilidad de las contranarrativas. Además, las disparidades en el acceso digital, conocidas como la ‘brecha digital’, restringen la capacidad de los grupos marginados para participar en los medios digitales, manteniendo así los desequilibrios de poder existentes.

En conclusión, las teorías de los Mattelart brindan una base valiosa para comprender los mecanismos del imperialismo cultural en la era digital. Sin embargo, estas teorías deben interpretarse y aplicarse con una comprensión crítica de las complejidades y desafíos de nuestro panorama actual de medios digitales. Ciertamente, los medios digitales ofrecen vías potenciales para la resistencia y la diversidad cultural, también perpetúan las estructuras de poder y las desigualdades existentes. Por lo tanto, lograr una cultura global más pluralista y democrática requiere no solo avances tecnológicos, sino también cambios sociales, políticos y económicos.

A medida que avanzamos, el desafío radica en aprovechar el potencial de los medios digitales para fomentar la diversidad cultural y la igualdad, mientras se mitiga su potencial para el imperialismo cultural. Este esfuerzo requiere una investigación continua, un análisis crítico y un diálogo inclusivo entre académicos, formuladores de políticas, profesionales de los medios y usuarios de todo el mundo. En última instancia, el objetivo es crear un entorno global de medios digitales que respete y celebre la diversidad cultural, promueva la participación democrática y garantice el acceso equitativo para todos.

En esta era digital, a medida que los productos culturales y las ideologías atraviesan cada vez más las fronteras, la necesidad de comprometerse de manera crítica con las nociones del imperialismo cultural se vuelve aún más significativa. Si bien la llegada de las plataformas de medios digitales indudablemente ha introducido nuevas dinámicas en el intercambio cultural global, es crucial reconocer que estas plataformas no existen en el vacío. Están inmersos en un contexto sociopolítico y económico más amplio, que suele estar marcado por desequilibrios de poder y desigualdades.

Incluso cuando los medios digitales brindan oportunidades para la resistencia cultural, estos esfuerzos pueden verse socavados por los sesgos algorítmicos y la 'brecha digital'. Por lo tanto, abordar el imperialismo cultural en la era digital requiere un enfoque integral que no solo aproveche el potencial de los medios digitales, sino que también enfrente las estructuras subyacentes de poder y desigualdad.

El discurso sobre el imperialismo cultural en la era digital nos invita a reconsiderar nuestras conceptualizaciones de cultura e intercambio cultural. A medida que nuestro mundo se vuelve cada vez más digitalizado e interconectado, es evidente que la cultura no es estática, sino que evoluciona continuamente, influenciada por una miríada de factores, incluidas las innovaciones tecnológicas. Por lo tanto, la investigación futura sobre el imperialismo cultural debe estar atenta a estas dinámicas en evolución y la compleja interacción entre tecnología, cultura y poder.

Referencias

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New media & society*, 1164-1180. doi:10.1177/1461444812440159
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2 ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Dejmanee, T., Millar, J., Lorenz, M., Weber, K., & Zaher, Z. (2022). #Aboriginal-livesmatter: Mapping Black Lives Matter discourse in Australia. *Media International Australia*, 184(1), 6-20. doi:10.1177/1329878X221088

- Deloumeaux, L. (2022). Intercambio mundial de bienes y servicios culturales: todavía unidireccional. In UNESCO, *Repensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global* (pp. 163-181). Paris. Obtenido de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380499_spa/PDF/380479spa.pdf.multi.nameddest=380499
- Fiske, J. (2011). *Reading the Popular*. Oxon: Routledge.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: transnational cultural power in the age of social media*. University of Illinois Press. doi:10.5406/illinois/9780252039973.001.0001
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations. The geography of digital distribution*. New York: New York University. doi:10.18574/nyu/9781479882281.001.0001
- Marcillo Balseca, J., Heredia Logroño, P., & Benitez Triviño, A. (2017). Escuela de Frankfurt: Teoría Crítica. *Revista Publicando*, 12(2), 136-150. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/236643876.pdf>
- Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1988). *El carnaval de las imágenes: la ficción brasileña*. Madrid: AKAL.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- McChesney, R. W. (2000). The political economy of communication and the future of the field. *Media, Culture & Society*, 22(1), 109-116. doi:10.1177/01634430002200100
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women s Studies*, 25(2), 236-246. doi:10.1177/1350506818765318
- Navas, E. (2012). *Remix Theory: The Aesthetics of Sampling*. Springer Vienna. doi:10.1007/978-3-7091-1263-2

Norris, P. (2001). *Digital divide? Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pierese, J. N. (2004). *Globalization Or Empire?* New York: Routledge.

We are social y Hootsuite. (2022). *Digital 2022: Global overview report. The essential guide to the world's connected behaviours*. Obtenido de: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>