

Economía, Política y medios de comunicación

Francisco Javier
Esteinou Madrid

ECONOMÍA, POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Javier Esteinou Madrid

La trayectoria seguida por el estudio de los medios de comunicación electrónicos en América Latina no ha sido fácil, debido a la carencia de una línea teoricometodológica definida y a la continua influencia de patrones intelectuales de países hegemónicos.

A pesar de estos obstáculos, la investigación en dicha área ha avanzado, tres etapas de su historia cultural lo corroboran: la fase clasicohumanista, en la que se reduce la comunicación a una simple parte del fenómeno humano; la fase científicotécnica, donde se impulsa la investigación en aspectos psicológicos, sociológicos y antropológicos de la comunicación, y se desarrolla la tecnología en el campo de las comunicaciones, y la fase críticorreflexiva, en la que se inicia una actitud crítica frente a los modelos conceptuales heredados de las etapas anteriores, lo cual generó profundos cambios epistemológicos que, a su vez, han dado origen a una concepción novedosa de la comunicación.

De aquí se desprende una nueva etapa intelectual que examina a la comunicación como parte de los procesos de reproducción social. Es decir, se avanza en la comprensión histórica acerca de la función que tienen los medios de comunicación, al analizarlos ya no como instituciones aisladas del conjunto de los fenómenos sociales, sino como producto de la amalgama de relaciones históricas que soportan a las sociedades donde actúan.

Así, comienzan a producirse las primeras reflexiones que pretenden explicar a la comunicación dentro del marco histórico que le da sentido: la totalidad social. De este ambiente intelectual provienen los cinco ensayos que integran **ECONOMÍA, POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**, los cuales



A Margarita, Ximena y Santiago

BIBLIOTECA BÁSICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Bajo la dirección de **Gastón Melo Medina**

Doctor en psicología social,
Universidad Louis Pasteur, Estrasburgo, Francia
Profesor de teoría y psicología de la comunicación,
Universidad Anáhuac, México.

ECONOMÍA POLÍTICA y medios de COMUNICACIÓN

Francisco Javier Esteinou Madrid

EDITORIAL
TRILLAS



México, Argentina, España,
Colombia, Puerto Rico, Venezuela

Catalogación en la fuente

Esteinou Madrid, Francisco Javier
Economía política y medios de comunicación. --
México : Trillas, 1990.
249 p. ; 23 cm. -- (Biblioteca básica de
comunicación social)
Bibliografía: p. 201
Incluye índices
ISBN 968-24-3030-5

1. Economía. 2. Política social. 3. Comunicación
I. t. II. Ser.

LC- HB73'E8.4 D- 330.0141'E582e

Tercer lugar en el "1er. Concurso Latinoamericano del Libro de Comunicación", organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Fundación Friederich Ebert, de la República Federal Alemana, en Quito, Ecuador, en noviembre de 1984.

La presentación y disposición en conjunto de ECONOMÍA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN son propiedad del editor. Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida, mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información), sin consentimiento por escrito del editor.

Derechos reservados
© 1990, Editorial Trillas, S. A. de C. V.,
Av. Río Churubusco 385, Col. Pedro María Anaya,
C. P. 03340, México, D. F.

Miembro de la Cámara Nacional de la
Industria Editorial. Reg. núm. 158

Primera edición, octubre 1990
ISBN 968-24-3030-5

Impreso en México
Printed in Mexico

Presentación

Pensar la comunicación, estudiar sus formas, penetrar sus medios y recursos y analizar sus tareas, constituyen las avenidas sobre las que se vuelca Esteinou para reflexionar. En lenguaje vinculado con un marxismo de algún modo tecnocrático, el autor no desea marginar al lector no “militante” de estas interpretaciones y análisis de los “modos de los medios”.

La observancia rigurosa del vínculo entre lo económico y lo estructural, constituye el algoritmo fundamental del mecano armado por Esteinou, para estudiar dialécticamente la dinámica histórica de los medios de comunicación en el Continente Americano.

Los trabajos de Javier son ya ampliamente conocidos del público académico; sus obras penetran cada vez más los círculos de los poderes públicos y privados; de sus artículos en prensa se hacen seguimientos especiales y el ejercicio ya largo y constante de su Taller de Investigación ha hecho zurco fértil para que desde él germinen ensayos, críticas y análisis, de diversos aspectos de los medios y las comunicaciones. ¿Qué estudiante de comunicación en América Latina no ha pasado alguna vez a través de las páginas de las publicaciones del TICOM?

Javier Esteinou no es un nombre extraño en las mesas de trabajo que procuran inteligir, interpretar y actuar sobre aspectos estructurales de la comunicación. La producción de *conciencia* es el objetivo que augura Esteinou para sus lectores.

La obra, desde cualquier arista del amplio espectro de la comunicación, será sin duda un ejercicio de reflexión para el estudioso de los procesos de los medios y materia de discusión en muchas aulas y latitudes. Su inclusión en la Biblioteca Básica de Comunicación, responde a estas intenciones.

GASTÓN T. MELO MEDINA

Índice de contenido

Presentación	5
Introducción	9
Cap. 1. El estudio totalizador de la comunicación de masas	13
El estudio funcionalista y estructuralista de la comunicación, 13. La interpretación materialista de la realidad, 15. El análisis global de la comunicación de masas, 17. La matriz de la comunicación colectiva, 19. Consideraciones provisionales, 25.	
Cap. 2. El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital	27
Las posiciones funcionalistas, 27. El materialismo histórico y el origen de los medios de comunicación 32. La necesidad del capital de reducir su proceso de circulación, 33. Consideraciones finales, 50.	
Cap. 3. El condicionamiento social de los medios de información de masas	53
La naturaleza social de los aparatos de difusión de masas, 53. El control de los medios, 55. El carácter hegemónico de los aparatos de comunicación, 58. El condicionamiento estructural, 60. Conclusión: la manipulación de la comunicación de masas, 74.	
Cap. 4. Las tecnologías de información y la confección del Estado ampliado	77
La nueva transformación hegemónica del estado capitalista, 77. La expansión mundial de las tecnologías de información, 85. La metamorfosis de la sociedad civil, 126. Las tecnologías de comunicación y la construcción del nuevo estado ampliado, 131.	
Cap. 5. Medios de comunicación y capacitación de la fuerza de trabajo	137
El análisis educativo de los medios de comunicación, 137. Hacia una nueva función estructural del aparato de la cultura de masas, 141. El surgimiento de los nuevos sistemas pedagógicos de la comunicación social, 153. La reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo vía el discurso instructivo de la comunicación colectiva, 155. Consideraciones finales, 169.	
Bibliografía y hemerografía	201
Bibliografía, 201. Hemerografía, 208.	
Notas	213
Índice analítico	247

Introducción

La producción de la conciencia científica acerca de los fenómenos de la comunicación en América Latina ha sido un largo, sinuoso e inacabado camino que han construido palmo a palmo los pensadores e investigadores latinoamericanos. La trayectoria que ha seguido este esfuerzo intelectual para clarificar la identidad cultural del continente, ha oscilado de un extremo teórico a otro y, en algunas fases, ha sido fuertemente influida por los patrones racionales que ha marcado la investigación de la comunicación en los centros intelectuales de los países centrales.¹

De esta forma, podemos pensar que desde el origen de los medios de difusión electrónica en la región, la elaboración de conocimientos acerca de las realidades informativas ha atravesado por tres grandes etapas de su historia cultural: la fase clasicohumanista (1900-1945), la fase científicoteórica (1945-1965) y la fase criticorreflexiva (1965-1984).²

En la fase clasicohumanista (1900-1945), el estudio de la comunicación fructificó en un terreno netamente filosófico empirista que la explicaba como una simple parte del fenómeno humano. En estos inicios, la comunicación no fue objeto de un análisis sistemático, con la salvedad de los textos de la crítica literaria, algunos estudios sobre la propaganda y otras aplicaciones de carácter comercial. Los principales métodos adoptados durante este periodo siempre fueron pragmáticos y, básicamente, se refirieron a la eficacia de la comunicación como instrumento de persuasión. Se emplearon muchos modelos teóricos y prácticos para buscar el modo de mejorar la publicidad, organizar campañas electorales, conocer las debilidades de la opinión pública, aumentar la venta de periódicos, superar la imagen institucional del estado, etcétera.

La enseñanza de la comunicación, derivada de esta matriz conceptual, se caracterizó por un enfoque humanista. Por influencia de este modelo, se dio "gran énfasis a la cultura general y poca importancia a la formación técnico-profesional. La preparación se redujo al estudio del periodismo impreso, que fue analizado en sus dimensiones literarias, éticojurídicas e históricas. Esta propuesta de enseñanza localizó su inspiración en la concepción dominante de la educación que comprendía la cultura como un bien reservado para las capas privilegiadas de la sociedad".³

En síntesis, estos paradigmas conceptuales apuntaban a la adaptación de las personas a las normas sociales vigentes, y produjeron una comunicación conductista que concebía a los individuos como meros sujetos de consumo informativo (teoría estímulo-respuesta). Dichas investigaciones obedecieron a razones comerciales o políticas, y no consideraron como marco de interpretación las relaciones que había entre la comunicación y muchos de los principales problemas que retrasaban el desarrollo histórico de los pueblos. Estas orientaciones heurísticas determinaron los presupuestos teóricos y metodológicos más comúnmente empleados en el campo de la comunicación y que, en la actualidad, se siguen instaurando en muchos contextos de la misma.

En la fase científicotécnica (1945-1960, el nuevo orden económico creado por la gran concentración de la producción, la economía de escala, la unificación del mercado y los cambios introducidos en las actividades productivas exigieron el rápido desarrollo de la ciencia de la comunicación para asegurar el funcionamiento adecuado del sistema social.

Así, después de la Segunda Guerra Mundial se inició una nueva fase de la investigación de la información, en la cual fueron sustituidas las raquíticas metodologías cualitativas por otras de base cuantitativas, con el fin de privilegiar las conquistas del desarrollo fundadas en el equilibrio del sistema. Asimismo, se introdujo el estudio de la difusión de innovaciones, solicitado en la agricultura, que marcaron las pautas para la aplicación de nuevos modelos de adaptación; se iniciaron los trabajos experimentales de los psicólogos del comportamiento que promueven las teorías del aprendizaje para la utilización de los medios de información con fines instructivos; se adoptó un enfoque más científico de la teoría de la comunicación, el cual retoma técnicas de laboratorio, métodos estadísticos perfeccionados y encuestas psicológicas de fondo. Además surgió un mayor interés por el estudio de los efectos reales que provocan los medios y por los modelos teóricos homogéneos que pudieran aplicarse a diversos tipos de sociedades, aunque se prescindiera del cuestionamiento histórico de los mismos.

Con esto se avivó la tendencia a desplazar el centro de gravedad de la reflexión de los medios de comunicación hacia los sujetos receptores. Mediante este criterio, se redujo la pertinencia de lo investigable al simple contenido de los mensajes, único contenido detectable empíricamente y analizable estadísticamente. Todo esto produjo una fuerte fragmentación del mensaje cuya única relación provenía de operaciones sumatorias.⁴

En una idea, durante estos años fueron cambiados los temas de análisis por algunos más novedosos, pero no aparecieron modificaciones sustanciales ni en sus concepciones ni en sus metodologías de interpretación. La comprensión de la comunicación todavía permanece desvinculada de lo que le da vida: la sociedad global.

Fue también en este periodo cuando se amplió “el campo de estudio de la comunicación, que se extiende del periodismo impreso a la televisión, el cine, la radio, la publicidad y las relaciones públicas. Además se prolongó el interés por el examen de nuevos aspectos de la comunicación tales como el psicológico, el sociológico y el antropológico. La enseñanza adquirió un carácter tecnicista y pragmático, cuyo objetivo fue formar operadores de medios que supieran utilizar las nuevas tecnologías introducidas por el avance de las comunicaciones (televisión, computadoras, télex, etcétera.)

“Esta formación profesional se tornó técnica no sólo en lo que se refiere al control del medio externo al hombre, sino sobre todo la técnica extendió su acción al interior del individuo. La preparación de profesionales procuró así reforzar el entrenamiento en la manipulación de las técnicas y la ‘ingeniería de las emociones’, sin cuestionar las dimensiones éticas de estos procedimientos.”⁵ De esta manera, se continuó y amplió la concepción positivista de la enseñanza y la investigación de la comunicación, lo cual se tradujo en la persistencia del enfoque estadístico, la teoría fraccionada y la práctica empírica de la misma. Esta fase representa el apogeo del funcionalismo cultural.

Finalmente, en la fase criticorreflexiva (1965-1984), el agotamiento de los modelos de desarrollo de los países latinoamericanos y la necesidad urgente de cambio de las estructuras sociales, obligó a los intelectuales de los países en vías de desarrollo a comprender que su práctica de investigación estaba influida por modelos conceptuales de corte colonizante, los cuales no correspondían a sus realidades endógenas. Se inició entonces una actitud crítica frente a la herencia teórica y metodológica que generó profundos cambios epistemológicos que gradualmente afloraron en una nueva concepción nacional de la comunicación.

Con ello comenzó el germinar de una nueva etapa intelectual que examina a la comunicación como una parte de los procesos de reproducción social. Esto enriquece notablemente la teoría de la comunicación y abre ampliamente la temática de observación al incorporar en la reflexión problemas acerca de la estructura de poder de los medios, el flujo nacional e internacional de la información, las condiciones sociales de producción de los discursos, la socialización de las conciencias por las industrias culturales, la democratización del sistema de información, la subordinación y dominación de las culturas nativas, la apertura a la comunicación alternativa o popular, el impacto de las nuevas tecnologías de comunicación, la instauración de un nuevo orden mundial de la información, etcétera.

En este periodo, la investigación de la comunicación rompe sus fronteras teorícometodológicas tradicionales que analizan la comunicación desde sí misma, e inicia una gradual ruptura conceptual a partir de la lenta asimilación de los aportes de la economía, la historia, la antropología, la sociología, la ciencia política, el psicoanálisis, la lingüística, etc., que explican esta realidad desde una perspectiva más amplia. Sin embargo, por encima de este adelanto, se avanza en la comprensión histórica acerca de la función que tienen los medios de comunicación al examinarla ya no como instituciones aisladas del conjunto de los fenómenos sociales, sino como producto de la amalgama de relaciones históricas que soportan a la sociedad donde actúan. Se inician así las primeras reflexiones que pretenden explicar la comunicación dentro del marco histórico que le da sentido: la totalidad social.

Dentro de este último ambiente intelectual es en el que surgen los cinco ensayos que aquí integramos siempre bajo una misma lógica de análisis: la comprensión de la comunicación a partir del comportamiento del esqueleto social. En el primer ensayo, “El estudio totalizador de la comunicación de masas”, pretendemos combatir la concepción idealista de la información, que la examina en forma aislada, y proponemos su análisis desde el conjunto de relaciones fundamentales que determinan a la sociedad contemporánea. En el segundo, “El surgimiento de los aparatos de comunicación colectiva y su incidencia en el proce-

so de acumulación de capital”, polemizamos con las herencias teóricas funcionalistas que explican la emergencia histórica de los medios como variables independientes del desarrollo social, y sugerimos su asimilación desde el proceso de reproducción ampliada del capital moderno. En el tercer ensayo, “El condicionamiento social de los medios de información de masas”, desmentimos las versiones dominantes que los presentan como instituciones de entrenamiento, información y cultura, y exponemos los argumentos por los cuales hay que abordarlos como instrumentos culturales de subordinación mental al orden dirigente. En el cuarto, “Las tecnologías de información y la construcción del estado ampliado”, reflexionamos acerca del desplazamiento ideológico que han provocado los aparatos de información sobre la escuela, la iglesia, la familia y otras organizaciones de socialización secundaria. Asimismo, desarrollamos las nuevas transformaciones que la presencia de éstos ha generado sobre la estructura tradicional de la sociedad civil para dar origen a una nueva faceta del poder: el estado ampliado.

Finalmente, en la última reflexión, “Los medios de comunicación y la capacitación de la fuerza de trabajo”, reconsideramos la nueva modalidad de calificación de la mano de obra que ha surgido a través del complejo audiovisual, y proyectamos las nuevas líneas que adoptará este fenómeno como moderna tendencia de educación de masas.

Con el conjunto de estas pequeñas aportaciones, intentamos cubrir algunas lagunas conceptuales que ha generado la rápida evolución de la teoría de la información. Sin embargo, lo que más nos preocupa es el hecho de destacar que sólo es posible crear una ciencia de la comunicación si ésta se descifra dentro del contexto que le da sentido: la sociedad global.

Por último, agradezco a mi amigo Pablo Casares A. sus comentarios, los cuales contribuyeron a enriquecer el contenido de este texto.

1

El estudio totalizador de la comunicación de masas

EL ESTUDIO FUNCIONALISTA Y ESTRUCTURALISTA DE LA COMUNICACIÓN

En diversas etapas del desarrollo de las ciencias sociales, especialmente en sus fases contemporáneas, la comunicación masiva como fenómeno social ha sido analizada por diversas corrientes de estudio de corte culturalista¹ como una simple actividad humana o un quehacer institucional que no tiene vinculación directa con el conjunto de procesos y de relaciones sociales que componen la estructura global del sistema. Nos referimos a las corrientes funcionalista y estructuralista de análisis de la comunicación, que de manera prolífica han elaborado diversas interpretaciones atomistas acerca de la función que ésta desempeña dentro de la sociedad.

Estas corrientes, al intentar extender su horizonte de referencia y adoptar una posición liberal, han interpretado a la comunicación como una realidad perteneciente al ámbito cultural de la sociedad; sin embargo, igual que en sus etapas anteriores, no han abandonado su perspectiva parcial o superestructuralista de análisis. Esto es, tampoco han planteado las relaciones o interrelaciones de dependencia y determinación que mantiene la esfera cultural con el resto de las instancias de la estructura social.

En otros términos, no obstante que en estos estudios se han considerado nuevos elementos próximos al campo propio de dicho fenómeno discursivo (como son un cierto nivel de análisis de los contenidos latentes que porta el mensaje masivo, la consideración aproximada de algunos factores políticos que influyen en la determinación de la producción y circulación de los discursos colectivos, una confusa y parcial evaluación sobre la enajenación que produce la cultura de masas, etc.), sus enfoques se han rehusado a considerar como criterio último y definitivo del análisis científico de las realidades culturales, a la relación base-superestructura o el bloque histórico de la formación social, y se han enfrascado nuevamente en una perspectiva localista de explicación.

El desconocimiento o rechazo de esta directriz teorico-política de interpretación y transformación, ha generado una moderna versión idealista de decodi-

ficación de los hechos informativos y culturales que transcurren en las sociedades disimétricas, y han repercutido, entre otros, en los siguientes tres planos de la teoría de la comunicación:

1. En el plano de la relación que mantiene con la estructura social, se ha planteado que la difusión colectiva y sus instrumentos de implantación material son entidades “naturalmente autónomas” y no guardan interrelación estrecha con los factores económicos, políticos y culturales que conforman la sociedad. Por lo tanto, son las leyes y principios “peculiares” del ámbito comunicativo y, cuando más del área cultural, los que delinearán el tipo de proceso informativo que se gesta en el nivel de la conciencia social.²

A partir de dicha perspectiva idealista, que no sólo se ha extendido al ámbito de la teoría de la comunicación sino también de las ciencias sociales en general, se niega que toda área problemática tiene su origen en la totalidad social. Se origina así el análisis atomístico de la realidad según la cual es con base en una lógica formal y no en una concepción dialéctica de la misma, que se da origen al comunicologismo, sociologismo, historicismo, psicologismo, economicismo, etc., en cada uno de los cuales el área de conocimientos específicos es autónoma y explica desde sí mismo el origen y la dinámica de la realidad.

2. En el plano de la función social que desempeña la comunicación, se ha formulado, derivado de lo anterior, que no son el aparato cultural en general y el sistema de difusión de masas en particular, los que están determinados en última instancia por el proceso de desarrollo global, especialmente material, de la sociedad, sino que es el régimen de significaciones vigentes el que moldea, en última instancia, el tipo de evolución que adopta el sistema social.

Esta inversión de la relación base-superestructura, que se realiza a través de la práctica comunicativa que generan las corrientes culturalistas, al marginar “la relación de determinación entre los fenómenos de comunicación y, concretamente, el sistema de difusión masiva y las estructuras economicosociales que los fundamentan y modifican, o el intento deliberado de escamotear esa determinación, repercute en las teorías que, al mismo tiempo que fundamentan el desarrollo en la ‘modernización’, otorgan un papel a los medios de difusión y en general a la comunicación social concebida como históricamente causal o determinante para el desarrollo”.³

3. En el plano de las relaciones de poder, según lo anterior, se concluye que, tanto la práctica comunicativa en sus diversas fases de producción, circulación y consumo como sus medios de materialización, desempeñan, dentro de las relaciones sociales, una función “neutral” o “ascética” puesto que son instituciones que básicamente funcionan al margen de los intereses económicos y políticos de la sociedad. Son, por el contrario, los intereses de los “emisores” y “receptores” los que exclusivamente determinan la naturaleza, la dirección y el grado de la producción discursiva que emiten los medios de difusión de masas, los cuales operan desvinculados de la dinámica que mueve al todo social

Sin embargo, las limitaciones de dichas concepciones no sólo desembocan en el corto alcance de respuesta científica que encierran tales matrices teóricas, sino en las implicaciones prácticas y políticas que conllevan al relacionar entre sí de forma ideológica a los agentes sociales que participan en el proceso de la

producción cultural. Esto es, al proponer como criterio de análisis y de transformación de la comunicación de masas un principio de comprensión fragmentario y localista de la misma, lo que el investigador realiza, en última instancia, es una reducción de la realidad total y compleja del problema a una simple expresión de su apariencia y, de esta manera, condensa su esencia histórica en un simplificado registro de sus síntomas.

Esta actividad ideológica introduce, en el campo de conciencia de los agentes sociales, las condiciones subjetivas necesarias que fungan como obstáculo cultural para que el proceso de la difusión masiva no sea modificado en sus raíces, sino en su superficie; no en sus condiciones estructurales que le dan sentido, sino en sus reflejos circunstanciales. Con ello se hace creer al agente del cambio social que ha operado una transformación fundamental en el área de la conciencia social, cuando, en el fondo, lo que se ha realizado es una protección y conservación de las condiciones superestructurales de orden cognitivo y afectivo que requiere la existencia y reproducción del capital.

Con esto, el analista se encierra herméticamente en "su objeto de estudio" y lo hace ahistórico al no tomar en cuenta las condiciones de su producción. El tipo de "lectura" de la realidad que surge de esta visión es congruente con las tendencias fundamentales que dicha corriente expresa en su práctica científica alérgica a la introducción de la "línea de masas".⁴ Así, por ejemplo: "dentro de la lógica de esta perspectiva, el proceso de conciencia de las masas se circunscribiría a un mero proceso de intelectualización; desde su peculiar posición de clase, dueña del instrumento científico, los culturalistas estiman que las masas deben recorrer el mismo camino para desmitificar la realidad de dominación. Se olvidan del hecho fundamental de que la conciencia de clase es producto de la lucha de clases, y que esta conciencia, en definitiva, es la que permitirá otra lectura de la realidad, y, a la vez, la creación de una nueva cultura y una nueva vida. Al abstraerse de este contexto de la lucha social, dichos críticos de la cultura de masas no llegan a identificar a sus enemigos de clase, ni a las fuerzas capaces de agrietar aquellos mitos que ellos denuncian".⁵

En consecuencia, aunque ligeramente ampliadas y reformadas sus ópticas de interpretación, estas concepciones han vuelto a quedar circunscritas en un radio de análisis demasiado estrecho que no permite buscar las respuestas causales de la comunicación masiva fuera de las coordenadas propias de la esfera cultural.

LA INTERPRETACIÓN MATERIALISTA DE LA REALIDAD

Solamente con la teoría del materialismo histórico⁶, y en especial con su método dialéctico⁷, la explicación de los fenómenos sociales adquiere una nueva dimensión científica puesto que permite que cada fracción de la realidad sea explicada a partir del conjunto social que lo enmarca y lo constituye. Esto significa que, para el materialismo dialéctico, las causas últimas que explican la existencia y evolución de los fenómenos sociales no se localizan en la esfera inmediata a la que pertenecen o en la categoría convencional en la que formalmente el analista las ubica, ni en su primera manifestación exterior, sino en el conjun-

to de relaciones sociales que convergen para que se establezca como realidad concreta. No podemos desconocer que “lo concreto es concreto, porque es la síntesis de múltiples relaciones (y) por lo tanto, unidad de lo diverso”.⁸

En consecuencia, para poder conocer científicamente un fenómeno social es imprescindible remitirse al estudio de la totalidad social que lo circunscribe y lo determina, ya que la esencia de su naturaleza social no proviene de sí mismo, sino del todo social que, de manera múltiple y compleja, converge en un mismo tiempo y espacio social, originando por determinación su existencia concreta. En otros términos, “precisamente porque la realidad es un todo estructurado que se desarrolla y se crea, el conocimiento de los hechos, o de conjuntos de hechos de la realidad, viene a ser conocimiento del lugar que ocupan en la totalidad de esa realidad”.⁹ Por ello, reconocemos que la realidad social es una realidad en movimiento que exige una explicación total para ser comprendida.¹⁰

Sin embargo, la interpretación de los hechos a la luz de esta perspectiva no significa que este método sea una vía “que pretenda ingenuamente conocer todos los aspectos de la realidad sin excepción y ofrecer un cuadro total de la realidad con sus infinitos aspectos y propiedades, sino que es una teoría de la realidad y de su conocimiento como tal. La totalidad concreta no es un método para captar y describir todos los aspectos, caracteres, propiedades, relaciones y procesos de la realidad; es la teoría de la realidad como totalidad concreta. Si la realidad es entendida como concreción, como un todo que posee su propia estructura (y, por tanto, no es algo caótico), que se desarrolla (y por ende no es algo inmutable y dado de una vez para siempre), que se va creando (y, en consecuencia, no es un todo perfectamente acabado y variable sólo en sus partes singulares o en su disposición); de tal concepción de la realidad se desprenden ciertas conclusiones metodológicas que se convierten en directriz heurística y principio epistemológico en el estudio, descripción, comprensión, ilustración y valoración de ciertos sectores tematizados de la realidad. Esto es válido tanto si se trata de la física o de la ciencia literaria, de la biología o de la economía política, de problemas teóricos de las matemáticas o de cuestiones prácticas vinculadas con la regulación de la vida humana o de las relaciones sociales”.¹¹

Esto significa que “el principio metodológico de la investigación dialéctica de la realidad social es el punto de vista de la realidad concreta, que ante todo significa que cada fenómeno puede ser comprendido como elemento del todo. Un fenómeno social es un hecho histórico en tanto y por cuanto se le examina como un elemento de un determinado conjunto y cumple, por consiguiente, un doble cometido que lo convierte efectivamente en hecho histórico: de un lado, definirse a sí mismo, y de otro, definir al conjunto; ser simultáneamente productor y producto; ser determinante y, a la vez, determinado; ser revelador y a un tiempo descifrarse a sí mismo; adquirir su propio y auténtico significado y conferir sentido a algo distinto. Esta interdependencia y mediación de la parte y del todo, significa al mismo tiempo que los hechos aislados son abstracciones, elementos artificialmente separados del conjunto, que únicamente mediante su acoplamiento al conjunto correspondiente adquieren veracidad y concreción. Del mismo modo, el conjunto en que no son diferenciados y determinados sus elementos es un conjunto abstracto y vacío”.¹²

Por tanto, “la concepción dialéctica de la totalidad no sólo significa que las

partes se hallan en una interacción y conexión internas con el todo, sino también que el todo no puede ser petrificado en una abstracción situada por encima de las partes, ya que el todo se crea a sí mismo en la interacción de éstas".¹³

En consecuencia, dado que la totalidad concreta es un proceso indivisible, los pasos que deben seguirse para abordar su estudio son los siguientes: en primer lugar, "la destrucción de la pseudoconcreción, es decir, de la aparente y fetichista objetividad del fenómeno, y el conocimiento de su auténtica objetividad; en segundo lugar, el conocimiento del carácter histórico del fenómeno, en el cual se manifiesta de modo peculiar la dialéctica de lo singular y lo general humano; y por último, el conocimiento del contenido objetivo y del significado del fenómeno, de su función objetiva y del lugar histórico que ocupa en el seno del todo social. Si el conocimiento no ha llevado a cabo la destrucción de la pseudoconcreción, si no ha descubierto, bajo la aparente objetividad del fenómeno, su auténtica objetividad histórica y confunde, por lo tanto, la pseudoconcreción con la concreción, entonces el conocer quedaría prisionero de esa intuición fetichista cuyo fruto es la mala totalidad."^{14 y 15}

Es dentro de este marco conceptual que el materialismo histórico analiza los problemas de la sociedad, y es mediante esta perspectiva que consideramos que la comunicación de masas debe ser estudiada para alcanzar su rango de explicación y transformación científica.

EL ANÁLISIS GLOBAL DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Esta revolucionaria metodología de interpretación ha anulado epistemológicamente a los anteriores enfoques atomistas, los cuales intentan explicar la realidad concreta exclusivamente a través de su dimensión particular y fragmentaria.¹⁶ Esto ha permitido que el fenómeno de la comunicación masiva sea estudiado dentro de una nueva perspectiva totalizadora que vincula la práctica de la comunicación colectiva con el resto de los niveles regionales y los elementos articulados que componen la estructura del sistema social. Así, por un lado la fusiona con la estructura económica y las superestructuras política y cultural de la sociedad; y por el otro, la fusiona con la dinámica social que articula tales instancias: la lucha de clases.

Dicha perspectiva posibilita, por primera vez, ubicar el estudio sistemático de la comunicación masiva dentro del conjunto de factores y articulaciones sociales que intervienen permanentemente en el proceso de determinación de su concreción específica. Por consiguiente, al considerar esta amplia óptica de análisis, es posible realizar el estudio de la comunicación de masas dentro de una dimensión científica que le restituye a la interpretación tradicional el contexto integral que le da existencia concreta. No debemos olvidar que un fenómeno cultural sólo puede abordarse con validez histórica, en la medida en que el análisis descubre los principales elementos, leyes y relaciones que lo componen, estructuran y determinan en relación con su contorno global.¹⁷

Con esta directriz de decodificación de los hechos culturales, lo que se pretende es realizar una nueva "lectura" de la realidad comunicativa que relacione permanentemente el problema de la comunicación de masas con la base mate-

rial que la origina y con sus expresiones superestructurales que la regulan y modelan. A partir de este criterio integrador, se persigue “hacer escapar las discusiones sobre la cultura de masas de una esfera culturalista y de relacionar los productos llamados culturales, con el sistema que provee de ‘inspiración’ a sus fabricantes y hace posible su manufactura”.¹⁸ Se trata, pues, de “superar la parcelación según la cual se suele atribuir a la sexología el caso del negocio pornográfico y a los juristas o psicólogos el de las torturas. En una palabra, a través de este reencuentro se trata de devolver a cada fenómeno particular su carácter totalizador, que es el único que le devuelve su sentido profundamente político.”¹⁹

Por consiguiente, “esta obsesión por volver a las bases materiales de la cultura y diluir la falsa dicotomía superestructura-infraestructura no tiene sino un carácter político: contribuir a identificar mejor al enemigo de clase para combatirlo en forma mas eficaz”.²⁰

En síntesis, esto significa que los problemas particulares de los medios de difusión masiva, son los problemas generales de la comunicación colectiva, y éstos, a su vez, los de la sociedad en su conjunto, es decir, los de la lucha de clases en el nivel nacional e internacional.²¹

Al estudiar las realidades superestructurales y en especial el fenómeno de la comunicación masiva a través de esta óptica dialéctica, descubrimos que tales fenómenos, como aspectos parciales de una totalidad, guardan fuertes interrelaciones de dependencia y determinación con el conjunto de instancias que componen el todo social. Pero además de estar interconectadas con múltiples realidades, también encontramos qué aspectos están jerárquicamente reglamentados por las relaciones fundamentales que dirigen la constitución del todo social: las relaciones sociales de producción.

Así, por medio de esta perspectiva totalizadora de interpretación observamos, por una parte, que el desenvolvimiento de la actividad ideológica y cultural de la sociedad no transcurre fuera de la órbita reglamentaria del circuito mercantil, y su práctica lleva, a la vez, la impronta de los mecanismos productivos generales.²² Lo anterior nos conduce a comprender que, aunque los fenómenos informativos poseen reglas propias de comportamiento, las prácticas comunicativas de carácter colectivo están determinadas, en última instancia, por las estructuras económicas que las soportan. Esto significa que la base económica de la sociedad ejerce una relación de determinación, en última instancia, sobre el proceso y la naturaleza de la comunicación colectiva que se produce, circula, y consume en la superestructura de la sociedad.

Esto no significa, ni remotamente, que la actividad comunicativa sea un simple reflejo mecánico de la base material sobre la que descansa, sino que es una realidad superestructural que, al estar determinada en sus aspectos fundamentales por las directrices que imponen las necesidades de existencia y reproducción del sistema económico, goza a su vez (con diversas características, según sea la fase del bloque histórico por la que atraviesa), de una “autonomía relativa” que permite influir en la práctica discursiva, sobre la orientación o el destino de la base material del sistema social.

Por otra parte, observamos que esta práctica comunicativa tampoco se desarrolla dentro de un modelo voluntario de relaciones sociales, sino en el interior de una dinámica de lucha de contrarios, impuesta por el principio de desarrollo desigual de la estructura material del sistema capitalista. Ello manifiesta-

ta que la actividad informativa no es un producto autónomo del nivel cultural, sino una forma y un instrumento más en la que se da y con el que se establece la lucha social.

De estas realidades se infiere que la matriz de estudio de la comunicación de masas rebasa el ámbito de la práctica comunicativa y de la esfera cultural y nos conduce al análisis del conjunto de relaciones sociales que convergen para darle vida. Esto nos permite plantear, como principio metodológico para su estudio, que todo proceso comunicativo, y especialmente los medios de comunicación, sólo pueden ser analizados como partes integrantes del proceso global de producción y reproducción de la existencia dentro de una formación económica social determinada.²³

En otros términos, “a esta integración de la comunicación en el conjunto amplio de las relaciones sociales, debemos remitirnos para entender las formas que adopta su instalación como medios de reproducción cotidianos de la legitimidad de las relaciones de dominación burguesas”.²⁴ A esto se debe que, por ejemplo, el análisis de los orígenes de la compartimentación autoritaria entre emisor y receptor que señala la organización de la comunicación masiva, excede el propio campo de la práctica comunicativa y remite al examen de los principios y mecanismos que rigen el conjunto de las instituciones sociales.²⁵

En resumen, únicamente a partir de la comprensión de la existencia real de las relaciones sociales que se establecen en la estructura global de una formación social determinada, podemos construir las bases de una auténtica teoría de la comunicación.²⁶

LA MATRIZ DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

El examen de la comunicación de masas a partir de este criterio de observación no significa que el investigador deba elaborar un infinito fichero empírico sobre la multitud, geoméricamente progresiva, de aspectos que componen y estructuran al todo social, y que sirven de marco de operación material para la difusión colectiva. Esta labor es sumamente difícil de efectuar en condiciones óptimas de investigación, e imposible en condiciones de transición o convulsión política. Por lo tanto, lo que nos exige esta matriz de interpretación no es realizar una exhaustiva observación cuantitativa de todos los fenómenos que ocurren en el sistema social para posteriormente relacionarlos con las realidades superestructurales, sino una evaluación cualitativa de la amalgama de relaciones sociales dominantes y determinantes²⁷ que estructuran la formación social, para descubrir cuáles de éstas son las variables orgánicas que definen la naturaleza y el proceso de la difusión de masas, así como del conjunto cultural en general. En consecuencia, es preciso practicar un análisis cualitativo y no cuantitativo de la sociedad para analizar la comunicación de masas dentro de su contorno global.²⁸

Esto significa que se requiere vincular la difusión colectiva con el sistema de relaciones básicas que constituyen el esqueleto fundamental de la sociedad. Por ello, no es suficiente fusionar la comunicación de masas, “con lo que es únicamente un aspecto esencial de la cuestión, bien se trate del poder económico o bien del aspecto ideológico como tal, porque en ambos casos queda fuertemente frenada la concreción de una viable estrategia política”.^{29,30} Esto daría origen a

una nueva versión idealista que nutriría fuertemente las tesis ideológicas que circulan dentro de la teoría de la comunicación e impiden el control racional del proceso y la estructura de la comunicación colectiva.

No debemos olvidar que la riqueza y utilidad real de la teoría de la comunicación para lograr el cambio social, empieza en la medida en que la denuncia supera el apostrofar quejoso e impotente para volverse estricto y agudo análisis de los mecanismos actuantes, tanto en el nivel infraestructural del control económico de los medios de comunicación como en el nivel del despliegue ideológico de su uso.³¹

Es necesario, pues, centrar el análisis de la producción, la circulación y el consumo masivo de la producción significante de los medios de difusión dentro de las coordenadas de la relación base-superestructura o del bloque histórico de la formación social, a partir de la cual deben desprenderse dialécticamente las relaciones de dependencia y determinación que mantiene ésta con el resto de elementos que componen la totalidad social.

Mediante esta dimensión analítica, descubrimos que la práctica de difusión de masas es un vértice histórico en el cual confluyen, con su especificidad propia, todos los factores y las relaciones básicas que constituyen y determinan orgánicamente la formación capitalista. Por tanto, el estudio científico de la comunicación de masas nos exige construir el proceso y la estructura de la sociedad a partir de la comunicación como "hilo conductor".³²

Esto significa que los componentes del proceso de la difusión colectiva, emisor-discurso-receptor, deben ser considerados de la siguiente forma:

1. Los emisores, las fuentes de producción de sentido o el circuito cultural en perspectiva amplia, tanto en el nivel infraestructural como en el superestructural, deben ser comprendidos y abordados como entidades productivas a partir de cuya actividad se manifiestan e imprimen masivamente diversos caracteres de clase, distintas visiones del mundo y de la sociedad y múltiples posiciones ante el sistema, según sean los diferentes tipos de clases y fracciones de clases que participan en su dirección. Dentro de esta variedad de expresiones sociales predomina la tendencia hegemónica de la clase en el poder, que subordina y alinea a las manifestaciones restantes en torno al eje de su proyecto de dominación.

Lo anterior significa que los aparatos productores del consenso colectivo son el soporte de un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, que son la expresión del sistema de valores de una clase social y que dan origen a comportamientos prescritos frente a tal o cual problema social.³³ Por tanto, debe evitarse toda concepción que examine a dichos aparatos como simples "productos neutrales", fruto del gran avance tecnológico de la sociedad contemporánea, o como una institución cultural que "democráticamente" permite la expresión y difusión de los intereses de todos los grupos sociales que con su participación transforman la formación social. Es necesario definirlos como un medio para la realización exclusiva de los fines de sólo aquellas clases y fracciones de clases que poseen poder político sobre los mismos.

En el modo de producción capitalista, el trasmisor conlleva y refleja las mismas relaciones disimétricas que origina el principio de desarrollo desigual de la sociedad dominante. En consecuencia, hay que distinguir la coexistencia funda-

mental de dos tipos de emisores antagónicos: por una parte se encuentran los emisores dominantes, los cuales presentan una tendencia básica a identificarse con los intereses de existencia y reproducción de la clase en el poder, y fungen principalmente como vértices de las necesidades de circulación y legitimación del capital nacional e internacional en su fase de reproducción ampliada; es decir, en coyunturas de hegemonía burguesa, apoyada en dichos emisores pero sin esquivar la lucha social que se da en el interior de ellos, la clase dirigente amplía masivamente su cobertura de dominación cultural sobre el campo de la conciencia de los múltiples agentes sociales que habitan la formación social; inculca su capital ideológico en función de las diversas coyunturas estructurales por las que atraviesa su proyecto de acumulación de capital y de regulación social.

Por otra parte, se encuentra la actuación de los emisores subalternos, los cuales, según el grado de conciencia adquirida por los agentes del cambio social y las posibilidades reales de implantar su proyecto revolucionario, manifiestan sus intereses de clase en contraposición a las tendencias del grupo hegemónico. Son transmisores con limitada cobertura masiva, que es necesario ampliar para construir una nueva hegemonía de las fuerzas productivas.

En conclusión, los medios de difusión considerados como instrumentos de producción intelectual de la sociedad, deben ser abordados bajo la perspectiva analítica de la categoría "aparatos hegemónicos", en su mayoría "aparatos hegemónicos del estado".³⁴

2. El discurso debe ser concebido como la materialidad simbolicocultural a través de la cual se transportan e inculcan las diversas concepciones de la realidad, propias de las diversas clases y fracciones de clases que participan en el proceso de la producción cultural. Dichas concepciones no están desvinculadas de las necesidades de la base material que da vida a cada estrato social; por consiguiente, la producción, transmisión e inculcación discursiva de los medios de difusión de masas y del circuito cultural en general quedan sobredeterminadas por las condiciones de existencia y reproducción del emisor, las cuales, a su vez, están sobredeterminadas por las condiciones de existencia y reproducción de la formación social.

Esto significa que la producción discursiva que generan y transmiten los medios de difusión de masas no es una simple expresión caprichosa o voluntaria de sus emisores que sólo provoca las consecuencias, tan difundidas, de divertir, entretener y educar al público consumidor, sino además desempeña la función de vincular el campo de conciencia de los agentes sociales con la dinámica que mueve el empleo de los medios: las necesidades de existencia y reproducción del capital.

Si consideramos el carácter de clase disímbolo que poseen los medios en el modo de producción capitalista, observamos que los mensajes producidos por el sector hegemónico constituyen la materialidad simbólica que colectivamente permite la vinculación cultural entre emisor y receptor, en función del proyecto dominante de sujetamiento social. Asimismo, ejerce una violencia simbólica, y por tanto cognitiva, sobre los campos de conciencias y de las prácticas de los agentes sociales; es, en consecuencia, el principal recurso de cohesión social con que cuenta el bloque histórico contemporáneo.

La producción discursiva subalterna es la expresión del grado de conciencia

alcanzado sobre el nuevo proyecto alternativo de relaciones sociales, la cual, debido a las condiciones marginales que a todos niveles impone el modo de producción fundamental de la formación capitalista, requiere ser impulsado para obtener una nueva dirección de la sociedad.

En suma, la producción, circulación e inculcación discursiva que practican los medios de movilización de masas debe ser estudiada dentro del campo propio de la ideología; es decir, dentro del ámbito de la cohesión social, por vía de la creación y circulación de representaciones simbólicas funcionales del sistema y de su correspondiente proceso de asimilación.³⁵

En el estudio de la práctica comunicativa como práctica ideológica es oportuno considerar que, lejos de haber desaparecido, las ideologías impregnan el campo de la comunicación global. Son sistemas generales de características muy semejantes al objeto “ideología” de la tradición clásica, y cumplen una función central en el refuerzo de las formas de organización cognitiva asociadas a la “conciencia de clase”; aunque, en verdad, estas formas se hallan, casi en su totalidad, como el *iceberg* de Freud, sumergidas en el inconsciente. El problema central es que la sociología apenas ha comenzado a elaborar ciertos métodos para detectar y reconstruir estas estructuras a partir de los materiales de la comunicación social. Por lo tanto, vincular los fenómenos de la comunicación de masas con la problemática sociológica sobre las ideologías es orientarse por un camino doblemente peligroso. Con todo, relacionar ambos campos puede proporcionar resultados positivos. Si éste fuera el caso, se alcanzaría un doble objetivo. Por una parte, introducir un modelo relativamente complejo de ideología daría bases teóricas más firmes a la investigación sobre comunicación de masas que hasta el momento ha oscilado, salvo excepciones, entre la trivialidad de los estudios de audiencia y la superficialidad de los análisis sobre el “efecto” de determinados mensajes masivos. Por otra parte, la profunda transformación tecnológica de la estructura de la comunicación en la sociedad urbanoindustrial parece exigir una revisión profunda de la metodología sociológica clásica para el estudio de los procesos ideológicos. En una sociedad “invadida” por los medios masivos – como gusta decirse –, los sistemas ideológicos no pueden ser analizados sin modificar los métodos de una sociología del conocimiento nacida hace casi una centuria.³⁶

3. Es necesario abordar al receptor como una multiplicidad de sectores sociales que, ubicados como productores o agentes sociales con tareas fundamentales para la existencia y reproducción de la estructura capitalista, desarrollan la totalidad de funciones que se operan en el interior de la formación social y leen y decodifican de infinitas maneras, según sean las condiciones heterogéneas que los determinan y la producción cultural que reciben.

Por tanto, en primer lugar, el receptor no debe ser concebido como una masa homogénea, indiferenciada y compacta de individuos, como sucede en gran parte de los estudios de la sociología de la comunicación contemporánea, en los cuales se siguen los más rígidos esquemas clásicos de la sociología de la comunicación de corte funcionalista y algunos de orientación seudocrítica, que consideran al receptor como una unidad uniforme que indistinta y coherentemente consume mensajes. Hay que aceptar que en una formación social, especialmente en las formaciones latinoamericanas, hay tantos receptores diversos,

heterogéneos y disímbolos como condiciones distintas y grados de situaciones económicas, culturales, sociales, históricas, ecológicas, religiosas, etc., que determinan las situaciones de existencia de los hombres.

Asimismo, por otra parte, es alarmante y aleccionador para la sociología crítica del estudio del receptor que, el que con mayor precisión, sutileza y eficacia conoce el perfil de comportamiento del auditorio es el sector dirigente que, impulsado básicamente por el capital industrial y comercial, se dedica, por medio de la mercadotecnia y la publicidad, a descubrir los diversos patrones de aspiraciones, debilidades, necesidades, etc., del receptor, con objeto de integrarlo al proyecto del desarrollo del capital nacional e internacional.

En segundo lugar, el receptor no debe ser comprendido como un auditorio aislado y desvinculado del conjunto de relaciones sociales que se establecen en el interior y exterior del sistema social. Por definición, el receptor es la entidad que soporta al conjunto social y, por tanto, mantiene una infinidad de relaciones económicas, políticas e ideológicas con el resto de individuos e instancias que conforman la formación social. Es el estrato que de manera múltiple y compleja desempeña las diversas tareas de la base material, de la superestructura jurídico-política y de la superestructura cultural. Por tanto, no debe ser entendido ni examinado como el grupo que, sin ninguna consecuencia estructural, se vincula con la producción discursiva de los medios de difusión de masas y de los aparatos ideológicos en general, sino como los sectores que a través del tipo y grado de mensajes que inciden sobre sus campos de conciencias, contribuyen sustancialmente a conformar, articular y dirigir la estructura total del sistema en función de un proyecto específico de desarrollo social.

Lamentablemente para los proyectos de liberación cultural, quienes poseen más dominio sobre el conocimiento del receptor como una célula ubicada en un tejido constituido por múltiples redes de relaciones e interrelaciones sociales, son los intelectuales burgueses especializados en la articulación del bloque histórico. Financiados por las distintas ramas del capital, se dedican a descubrir cuáles son las relaciones básicas que mantiene el receptor con el conjunto social para explotarlos de numerosas formas en favor de la reproducción ampliada del capital.

Y en tercer lugar es indispensable reconocer que los receptores no leen o decodifican la producción discursiva de los medios de idéntica manera, sino de forma singular y propia, según las situaciones históricas, económicas, culturales, etc., que los determinan como agentes sociales. En consecuencia, la apropiación del sentido de la producción discursiva se realiza de infinitas maneras, según sean las condiciones que determinan la recepción.

Esto significa que en las formaciones latinoamericanas, debido a su altísimo grado de complejidad simbólica, económica, política y social la ideología dominante que auspician e inculcan los medios dominantes de difusión encuentra serios obstáculos para imponerse virtualmente como concepción dominante y consolidar así una estable sociedad civil que le proporcione la conducción homogénea de las diversas sociedades por vía de la acción cultural. Esto sucede debido a que las innumerables formaciones discursivas que transmiten los medios, y en general el conjunto de aparatos ideológicos del estado capitalista, son resemantizados una y otra vez por los agentes receptores, de acuerdo con sus diversas condiciones de vida, hasta incorporarlas funcionalmente o recha-

zarlas bruscamente por sus campos de conciencias y de prácticas sociales, de manera poco prevista y controlada por el emisor.

Esta realidad verifica una vez más la propiedad de autonomía relativa con que operan los medios de difusión masiva y el circuito cultural en sentido amplio, y nos remite al examen del receptor bajo la categoría de “agentes productivos que transforman la formación social”.

De esta forma, en la sociedad capitalista los componentes del proceso de difusión masiva (emisor-discurso-receptor) entablan una permanente relación dialéctica con la totalidad social. El emisor, a través de sus factores de control social (propiedad, financiamiento, producción cultural, marco jurídico de actuación, etc.), se convierte en un vértice histórico por el que se satisfacen superestructuralmente las necesidades de circulación y legitimación del capital y, por medio de sus operaciones de producción, trasmisión e inculcación discursiva, une los múltiples campos de conciencia social y homogeneiza, dentro de los márgenes posibles, los actos de las diversas clases sociales en función de las necesidades de la reproducción y transformación del capital.

Lo anterior significa que los medios operan como intermediarios técnicos de las relaciones sociales que se establecen en el interior y exterior de los diversos estratos sociales que constituyen la formación social; asimismo, son los mediadores más amplios a través de los cuales se establecen los vínculos estructurales de mayor dimensión cuantitativa con la totalidad social. La comunicación de masas se convierte, así, en el factor principal que cotidianamente realiza el bloque histórico en su mayor cobertura social. En consecuencia, es necesario decodificarlos dentro de su “habitat natural”: la totalidad social.

Apoyados en este paradigma metodológico de interpretación, comprendemos que el tema básico al estudiar la función social que desempeñan los medios “no es el de éste o aquel hecho de censura, o bien el carácter deformante y reaccionario de tal fotonovela o cual programa de televisión, sino el explicar los nexos existentes entre los objetivos y la ideología de las instituciones características del neocapitalismo y la estructura y el contenido de los medios de comunicación de masas”.³⁷ Ya no se puede ignorar que la función orgánica que desempeñan los aparatos de difusión e inculcación masiva de la conciencia social están determinados por la relación dialéctica que guardan con la totalidad social.

De esta forma, al emplear la metodología dialéctica para abordar la función que desempeñan los medios desde el punto de vista del materialismo histórico, el analista “rehúsa conformarse con aprehender la comunicación como un mero objeto de observación y, al proyectarla en el movimiento de un proceso, el investigador enjuicia la posición que la burguesía asigna a la práctica científica y, por ende, impugna su propio estatus. Se impone, por tanto, definir su ubicación. Sus pasos desembocan obligadamente en una interrogación sobre el papel del intelectual y en general de lo que el sistema ha asociado directa o indirectamente como protagonista de su historia, instituyéndolos, en tanto diseños exclusivos del sentido de las cosas y de los seres, en intérpretes privilegiados y difusores encargados de transmitir a las masas el significado de los fenómenos y procesos sociales”.³⁸

Esto significa que, por medio del análisis dialéctico de la práctica comunicativa que se ejerce en la sociedad capitalista, el analista trata de hacer aflorar la huella del esquema global de dominación, de hacer emerger la problemática

fundamental de las formas de difusión y de circulación de la cultura, sus rituales de iniciación; en una palabra, la problemática de todas las fuentes de conciencia social. Implica asimismo desterrar la relación ambigua con el sujeto reificado de los estudios o experiencias científicas y artísticas, y abandonar todas las actitudes pasivas que no permiten el salto para cambiar la vida, que convierten los estudios dedicados a la lucha en contra de la miseria física y espiritual del hombre dominado en objeto de consumo estéril y masoquista para el usuario dominante.³⁹

CONSIDERACIONES PROVISIONALES

Para analizar la comunicación de masas dentro del conjunto de relaciones sociales que propone la ciencia materialista, es necesaria la conceptualización y utilización de la totalidad como contexto de referencia, en la cual cada uno de los factores y las partes alcanzan su peso y contenido objetivo. Esta matriz significativa la encontramos en la categoría *formación social*, que es el único instrumento de análisis que permite ubicar e interpretar los fenómenos de la sociedad dentro del marco que los limita y determina. Es decir, contrariamente a algunas interpretaciones marxistas que prescriben que la totalidad más amplia que modela y conforma el proceso de la comunicación, la cultura y la sociedad en general, es el concepto de modo de producción, nosotros pensamos que la coexistencia del conjunto de modos de producción en un momento histórico determinado, es decir, la existencia de dicho conjunto dentro de la realidad de formación social es la dimensión última que determina a la sociedad. La categoría modo de producción sólo aborda el examen de una sola totalidad hacia su interior (sea modo de producción primitivo, feudal, colonial, capitalista, socialista, etc.); no obstante, lo social también está determinado en su exterior por la dinámica simultánea de otros modos de producción. Es, por tanto, la categoría de formación social la que nos permite ubicar el fenómeno de la difusión masiva dentro de la coexistencia y articulación de diversos modos de producción, donde uno de éstos desempeña una función dominante y subordina a los demás en sus diversos planos de actividad.

Con lo anterior reafirmamos que sólo es posible alcanzar el conocimiento real de los hechos a través del contexto que articula los hechos individuales de la vida social con los distintos momentos de desarrollo de la totalidad social. En síntesis, únicamente a partir de esta dimensión totalizadora de decodificación de los hechos sociales podemos construir una teoría revolucionaria que desmonte las estructuras de dominación cultural que la clase hegemónica, a través de la comunicación de masas, ejerce sobre los múltiples campos de conciencia de los agentes subalternos. Asimismo, aportaremos la confección de los instrumentos conceptuales que conduzcan a la acción insurgente de los pueblos sometidos hacia su proyecto de liberación social, ya que no es posible alcanzar un movimiento revolucionario sin una previa teoría revolucionaria.

2

El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital

LAS POSICIONES FUNCIONALISTAS

A partir del surgimiento de los aparatos de difusión de masas (ADM)¹ en la sociedad capitalista, diversos análisis sobre el funcionamiento de los mismos han alcanzado progresivamente la luz. Dentro del conjunto de cortes históricos por los que han atravesado dichas interpretaciones, es particularmente en el periodo de enfrentamiento de Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial, cuando este país, ante la necesidad de movilizar grandes contingentes nacionales en favor de su causa hegemónica, desarrolló un gran número de estudios empiristas para buscar la forma de utilizar los aparatos de difusión colectiva como soportes culturales del nuevo consenso nacionalista que debía construir. Así, con base en la codificación y explicación aparente y fragmentaria de los fenómenos comunicativos, se pretendió alcanzar resultados prácticos e inmediatos que permitieran a la clase dirigente estadounidense resolver la crisis de conciencia imperialista por la que atravesaba la nación.²

Después de la reordenación mundial que aconteció con la negociación de la posguerra, junto con el desarrollo y la consolidación de los aparatos de difusión como industrias culturales, una gran cantidad de estudios y experiencias teóricometodológicas se heredaron, sistematizaron y difundieron, dando origen a una nueva perspectiva de la práctica de la comunicación: la concepción funcionalista de la comunicación de masas. Alimentada por numerosos conocimientos pragmáticos y fragmentarios que mantienen como sustrato y matriz epistemológica a los métodos matemáticos de indagación y razonamiento que sólo describen la apariencia del fenómeno, dicha corriente pretendió alcanzar una neutralidad meridiana desde la cual se explicó y transformó la comunicación de masas. Bajo este velo de imparcialidad científicista, la perspectiva funcionalista de la comunicación influyó notablemente, hasta los años setenta, en casi la totalidad de las concepciones y metodologías que se aplican mundialmente, y en especial en América Latina, sobre la realidad informativa.³

De esta manera surgió, dentro de la teoría de la comunicación de masas, una fuerte tendencia dominante que nubló durante muchos decenios la compren-

sión de la función orgánica que efectúan los ADM en el interior de la estructura social: se interpreta a la comunicación social fuera del contexto histórico estructural que le da vida y lo determina. Dentro de las diversas vertientes en que se ramifica esta concepción al analizar su objeto de estudio (proceso informativo, emisor, receptor, código, mensaje, retroalimentación, etc.), una perspectiva no muy desarrollada, pero finalmente fundamental para evitar exclarecer esta tarea contemporánea que realiza el aparato de la cultura de masas, es la explicación histórica que el funcionalismo ha realizado sobre el surgimiento y desarrollo de los ADM en la sociedad moderna.

Esta corriente, que se caracteriza por interpretar la emergencia y evolución de los ADM como fenómenos autónomos y fragmentarios que no guardan íntima relación con la dinámica de la estructura global de la sociedad, se encierra en un idealismo historicista que, en última instancia, concluye que los medios de difusión colectiva surgen y se desarrollan en vacíos históricos. Es por esto que, al permanecer en un nivel superficial en la comprensión y explicación del problema, los principales postulados de la teoría funcionalista oscilan desde una posición metafísica hasta una argumentación tecnocrática, las cuales, en conjunto, ocultan el verdadero origen de la comunicación colectiva. De esta manera, su historia es adaptada a las necesidades de legitimación que requiere la historia desigual del modo de producción capitalista contemporáneo.

El espectro ideológico se inició con la fundamentación idealista de Raymond Williams, quien señaló que la emergencia de los medios “ha formado parte de la expansión de la democracia (...) ha sido y es un proceso de crecimiento humano”.⁴

Posteriormente, la teoría funcionalista atravesó por una etapa mecánico-empírica que, representada por Marshall McLuhan y Fernando Wagner, plantea que la génesis de los medios hay que explicarla como una mera extensión técnica de los sentidos del hombre y, por lo tanto, son una extensión técnica de los antiguos medios de difusión, que corresponden a extensiones anteriores de los sentidos humanos. Así, McLuhan sostiene que “el origen y desarrollo de las distintas prolongaciones del individuo deberá ir precedida de una ojeada a algunos aspectos de los medios o prolongaciones del hombre, comenzando por el jamás explicado embotamiento que cada una de las extensiones produce en el individuo y en la sociedad”.⁵ Por otra parte, derivado del mecanismo anterior, F. Wagner afirma que, por ejemplo, “la televisión fue creada por las grandes estaciones de radio y por los periódicos; en cierta forma, es una ampliación de estos medios a los que, en algunos aspectos, se sigue pareciendo. Al darle a la radio, gracias al video, una nueva e insospechada dimensión, la televisión ocupa un lugar mucho más importante que el que la radio haya tenido nunca. Puede dar la impresión de que ha desplazado no sólo a la radio, sino también a los periódicos y cines”.⁶

Estas ideas florecen con Wilbur Schramm, Denis Mc Quail y Williams L. Rivers, quienes explican dicho desarrollo como un fenómeno derivado de la modernidad o del progreso social, y proponen respectivamente, en primer término, que “el desarrollo de la comunicación social es el resultado de una cadena de interacciones entre la educación, la industria, la urbanización, la renta nacional, la participación política y los medios de masas, que han avanzado todos juntos, estimulándose el uno al otro”.⁷ En segundo término, que “el desarrollo de

los medios ha sido paralelo al aumento de las dimensiones, la complejidad de la organización y las actividades sociales, el rápido cambio social, la innovación del nivel de vida y, finalmente, a la progresiva desaparición de algunas de las formas tradicionales de control y autoridad".⁸ Y en tercer término, que "los medios de comunicación más novedosos surgieron cuando los países occidentales se fueron urbanizando, cuando se iba acortando en medida considerable la semana laboral y la gente empezó a disponer de más horas libres. Surgieron en una época en que Estados Unidos se hallaba al borde de un camino notable, de lo que David Riesman⁹ denomina 'dirección interna' a la dirección 'hacia los demás'; de una ética individualista de éxito laboral y una orientación hacia el tiempo futuro, a una ética laborista centrada en el presente, interesada sobre todo en las relaciones y opiniones de grupos. Estas nuevas máquinas, pequeñas máquinas sociables, eran exactamente lo que la gente necesitaba para mantenerse informada sobre la gente que la rodeaba".¹⁰

Por último, se oculta su origen orgánico en relación con las necesidades economicopolíticas de la sociedad capitalista, a través de la ideología tecnocrática que difunden Charles Wright y Wilbur Schramm, quienes al mantenerse en un plano de observación netamente empírico que autonomiza a la técnica como variable independiente del desarrollo social, plantean que el puro "desarrollo tecnológico ha hecho posible una nueva forma de comunicación humana".¹¹ O bien, que "la historia de los quinientos años de desarrollo de la comunicación desde 1450, es una historia de la relación cambiante del hombre con las máquinas en el proceso de comunicación. La diferencia entre la comunicación anterior y posterior a 1450, consistió simplemente en que por fin el hombre había fabricado una máquina eficaz para reproducir la comunicación interpersonal. Se trataba por supuesto de un cambio monumental".¹²

Sin embargo, todas estas concepciones, clásicas de la interpretación culturalista sobre el origen de la difusión colectiva, no culminan con un simple conjunto de pronunciamientos intelectuales de carácter personal y sin trascendencia para el ámbito político y social. Debido a las condiciones de subordinación cultural que practica el centro capitalista sobre la periferia dependiente desde principios de siglo hasta la fecha, tales perspectivas se han convertido en el principal marco de interpretación conceptual que adoptaron los intelectuales de la periferia, para analizar y transformar sus sistemas nacionales de difusión colectiva.

De esta manera surgió, con especial énfasis en la región latinoamericana, una dependencia teoricometodológica que, a principios de la década de los ochenta, todavía empañaba gran parte de la capacidad de observación e interpretación de un enorme sector de los investigadores latinoamericanos que analizaban la práctica de la comunicación colectiva. Con ello, en América Latina se fortaleció la explicación metafísica que paulatinamente ha acuñado el historicismo funcionalista, a través de sus dos principales *corpus* ideológicos: el historicismo funcionalista de corte idealista y el historicismo funcionalista de naturaleza tecnocrática.

El historicismo funcionalista de corte idealista

Alimentada sincréticamente por los postulados tradicionales del funcionalismo clásico, se construyó una concepción lineal, circunstancial, atomizada y descriptiva que presenta el surgimiento y la evolución de los ADM como variables independientes de la dinámica de transformación que enfrenta la estructura social. Se efectúa, así, una interpretación superestructuralista del origen de los fenómenos de comunicación colectiva, que los presenta como entidades “naturalmente autónomas” que no guardan interrelación estrecha con los factores económicos, políticos y culturales que conforman al sistema social. Por consiguiente, dentro de esta perspectiva, son las leyes y los principios “peculiares” del ámbito comunicativo, y cuando más del área cultural, los que determinan el momento y la forma en que éstos emergen y se transforman.

Dicha concepción, atrapada en esta superficial metodología de interpretación histórica, ha propiciado en Latinoamérica una vasta producción intelectual que, por medio del apartado educativo conservador, ha influido en las principales tendencias de enseñanza sobre este recorte del problema, las cuales se han inculcado en la conciencia de los especialistas de la comunicación.

Son representativas de esta corriente las investigaciones de Hugo Gutiérrez Vega,¹³ Rafael Gutiérrez Chavero,¹⁴ Fernando Terrou,¹⁵ Mauro Rodríguez,¹⁶ Frug Agmar,¹⁷ Alfonso Salazar Roviroso,¹⁸ José A. Villamil Duarte¹⁹ y Malkah Rabell²⁰ sobre la historia global de los medios de difusión colectiva,²¹ asimismo, los de la UNESCO y de la Asociación Internacional de la Industria Radial²² acerca de la situación histórica de los aparatos de masas y la cultura de América Latina; las referencias de Antonio Pasquali sobre el origen de la radio, la televisión y el cine en Venezuela,²³ los diversos escritos (algunos anecdóticos, otros cronológicos y unos más pintorescos) de Fernando Ayala,²⁴ Raúl Cremoux,²⁵ Felipe Gálvez Cancino,²⁶ Miguel Álvarez Acosta,²⁷ Marco A. Vázquez F.,²⁸ Jorge Mejía Prieto,²⁹ y de las revistas *Antena*³⁰ y *Comunicaciones y transportes*³¹ sobre el surgimiento y desarrollo de la radiodifusión mexicana.

El historicismo funcionalista de naturaleza tecnocrática

En este caso, derivado de las premisas anteriores y acentuando la creencia que sustenta a los ADM como variables independientes de la formación social, se construyó una versión tecnocrática que, además de concebirlos como simples “factores neutros” que operan en “vacíos políticos”, explica su surgimiento y desarrollo como inofensivos productos que exigen las necesidades de la modernidad tecnológica y cultural de la sociedad contemporánea. Los ADM se perciben y autopresentan a la opinión pública como meras conquistas del ingenio humano en el terreno de la tecnología comunicativa, especialmente de carácter electrónico, que no encierran otra repercusión histórica que la de ser un sustancial aporte a las necesidades de comunicación democrática que demanda el hombre universal del siglo xx.

Con esto se deforma la comprensión de la historia de los ADM como un pro-

ducto particular de los requerimientos específicos que exige el capital financiero en su periodo de expansión colonialista a principios del siglo xx, y se definen como la cúspide tecnológica que ha alcanzado el permanente esfuerzo comunicativo de la civilización occidental, en su lucha por construir un progreso más humano. La lógica de este planteamiento es el principal argumento que justifica y nutre los proyectos de las burguesías nacionales y transnacionales que, a través de la constante modernización tecnológica de los ADM, tienden a instaurar un orden cultural cada vez más autoritario que les permita conducir y resolver las contradicciones de la sociedad por vía de la acción ideológica.

Asimismo, con este mecanismo discursivo que oculta la verdadera historia de la comunicación colectiva, los ideólogos modernos de la cultura de masas, están en condiciones de borrar los rastros de éstos, como un resultado del proceso de reproducción de capital en gran escala, en su fase de transformación moderna. Así, concebidos exclusivamente como variables tecnológicas ascépticas, se asientan las bases culturales para localizar la emergencia de éstos, fuera de la historia de la órbita colonialista que protagoniza el capital financiero en su periodo de reproducción transnacional.

De esta manera, se piensa que para comprender el origen y desarrollo de los ADM, antes es necesario conocer el surgimiento del ferrocarril, la máquina de vapor y telégrafo, y para definir la presencia de éstos, es necesario esclarecer la emergencia de los carruajes y las primeras carabelas, y para precisar el principio de éstos, se requiere delimitar la génesis de la rueda y la locomoción animal, para lo cual es imprescindible asimilar los antecedentes de la comunicación primitiva mediante el cuerno y las pinturas rupestres. En suma, estudiar el fenómeno de la comunicación de masas con esta perspectiva implica remontarse a los orígenes del hombre en la historia, lo que significa remitir el problema al infinito y, en consecuencia, diluirlo en la reflexión metafísica.

A partir de esta tendencia, el historicismo funcionalista de corte tecnocrático sitúa las referencias de los aparatos de difusión colectiva “en los tambores africanos o en las señales de humo de los indios de las praderas; consideran los motivos murales de los sepulcros faraónicos o los códices aztecas y mayas como respetables ancestros de los modernos *comics* y, al referirse a la arquitectura de civilizaciones arcaicas, la interpretan como eficaces medios masivos para la trasmisión de signos portadores de la ideología y la cultura de la época. Aunque estas comparaciones puedan ser a menudo válidas, dejan de serlo cuando se convierten en ideología y en filosofía de la historia, porque aíslan el fenómeno de la comunicación humana de su contexto socioeconómico para considerarlo exclusivamente como tecnología. Este enfoque seudohistórico ignora deliberadamente las estructuras socioeconómicas de toda sociedad, con el objeto de ocultar las nociones de clase y lucha de clases, más temida aún por los capitalistas.

“Porque, por ejemplo, podemos admitir que un templo maya o hindú, o una catedral gótica, sean la expresión de la ideología dominante en las sociedades respectivas que la crearon; ideologías vertidas en formas plásticas, cuyos signos convencionales podían ser comprendidos incluso por masas analfabetas. Pero no es válido considerar estas obras como realizaciones del ‘genio humano’ (en abstracto), y atribuirles al mismo tiempo la misión de transmitir ciertos valores. Esto conduce, según la lógica burguesa actual, a identificar ese ‘genio humano’

con los valores trasmitidos, que nunca han sido abstractos ni eternos, sino en todo caso clasistas, sostenidos por las clases dominantes para perpetuar su poder sobre los dominados. Es así como la historia contada por los 'expertos en comunicaciones y medios masivos' resulta un escamoteo idealista de la historia, a la cual suplantán con una pseudohistoria idílica en la que ese 'genio humano' abstracto e inmutable, a través de descubrimientos técnicos sucesivos, se abre paso por el camino del 'progreso'.³²

Por lo tanto, desde esta perspectiva comunicativa se deduce que el origen de este fenómeno no contribuye a incrementar las diferencias estructurales que se dan en el interior y el exterior de la sociedad, sino que, gracias a sus adelantos tecnológicos, éstos participan en el proceso de reducción armónica de los antagonismos que genera el principio de desarrollo desigual de la formación capitalista. Ilustrativos de esta corriente sobre la evolución material de las instituciones de comunicación colectiva, son los trabajos de Vicente Verni,³³ Aníbal Arias Ruiz,³⁴ Manuel Michel,³⁵ Carlos González A.,³⁶ Luis Arrieta Erdozain,³⁷ Lancelot Hobgen,³⁸ y Aurelio Pérez.³⁹

En síntesis, ambas ramas del historicismo funcionalista actualizan la concepción idealista de la historia en el ámbito de la cultura de masas; desvían la conciencia del investigador de la problemática fundamental de la historia de los medios hacia relaciones insignificantes de naturaleza circunstancial y lineal que ocultan la génesis de su verdadero proceso de desarrollo. Con ello, la operación de dominación de los aparatos de difusión de masas queda encubierta desde su origen, y la demanda de renovación del capital puede incorporarlos permanentemente a su proceso de reproducción ampliada sin gran resistencia cultural.

EL MATERIALISMO HISTÓRICO Y EL ORIGEN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mediante el análisis del desarrollo histórico que ha tenido la concepción materialista de la sociedad, observamos que, si bien dicha teoría ha abarcado con gran detalle y profundidad el estudio de algunos ámbitos de la estructura y el movimiento del modo de producción capitalista (como son el proceso de producción, distribución, circulación y consumo de los bienes materiales, la base y el funcionamiento objetivo de las clases sociales y su lucha entre sí, la dinámica de cohesión de los diversos modos de producción, los procesos de transición de un modo de producción a otro, etc.), en lo que se refiere a la teoría de la superestructura y su articulación con la base material ésta ha surgido soportando un enorme retraso y abandono histórico. No obstante, en las últimas décadas dicha perspectiva ha ampliado la concepción global de la ideología y de la superestructura social sin llegar a construir todavía una teoría definitiva y exhaustiva sobre esta realidad. Aún se descubren muchos vacíos conceptuales sobre este fenómeno cultural, los cuales requieren ser formulados, sistematizados y explicados para alcanzar su rango científico y transformar racionalmente el ámbito de la conciencia social.

Uno de estos vacíos se encuentra en la teoría de los aparatos ideológicos y, muy en especial, en la rama que se refiere a los aparatos de comunicación de

masas. Dentro de esta última, se han cubierto diversas áreas de su desarrollo, pero una ausencia persistente ha sido aquella que se refiere al análisis crítico de su génesis histórica en la sociedad capitalista.⁴⁰ Explicación, por lo demás, fundamental, puesto que de aquí surge el desconocimiento y ocultamiento de la determinación estructural que, en última instancia, repercute en los aparatos de difusión colectiva y su cultura de masas en la sociedad capitalista contemporánea.⁴¹ Esta situación ha permitido la amplísima y fértil difusión de las tesis positivistas y funcionalistas que explican la emergencia y el funcionamiento social de dichos aparatos como meros fenómenos provocados y orientados por el benéfico proceso de modernización de la sociedad occidental.

Sin embargo —a pesar de que persiste esta laguna de conciencia—, aceptamos que, si bien es cierto que algunos de los factores enumerados por el funcionalismo en el estudio del surgimiento de la comunicación de masas afectan fragmentaria y parcialmente su desarrollo, también es cierto que considerar el conjunto de estas concepciones como explicaciones centrales sobre el origen de la misma, es aceptar como válido un notable error de interpretación histórica. Esto se debe a que tal óptica de interpretación de la comunicación y la cultura sólo considera variables secundarias y accidentales que inciden marginalmente sobre esta realidad, pero que no desentrañan las causas últimas que provocan la emergencia de este fenómeno de naturaleza economicocultural. Causas que se encuentran íntimamente ligadas al proceso de desarrollo economicopolítico de las formaciones capitalistas centrales de los siglos XIX y XX.

Es por ello que en el materialismo histórico, para abordar su análisis, más que centrarse en explicaciones fenoménicas y atomistas que no se aproximan a la revelación del problema, se rebasan estas lecturas superestructuralistas de interpretación de la realidad comunicativa y, ubicándose en la dinámica fundamental de la sociedad (su proceso de producción y reproducción social), se interpreta, a partir de un enfoque totalizador de decodificación histórica, el origen y la función que desempeña la comunicación de masas, en relación con el proceso de existencia y reproducción de la sociedad capitalista donde cobra vida y actúa. Así a partir de la pregunta guía que conduce nuestro análisis, cuestionamos: ¿qué relación existe entre el origen y el desarrollo de los medios de comunicación de masas, y el proceso de producción y reproducción social del modo de producción capitalista en los siglos XIX y XX?

LA NECESIDAD DEL CAPITAL DE REDUCIR SU PROCESO DE CIRCULACIÓN

El proceso de comprensión de la relación que se establece entre la emergencia de los aparatos de difusión de masas y la mecánica de reproducción del capitalismo contemporáneo, requiere tener presente, como punto de referencia inicial, la dinámica de generación y renovación material de las potencias centrales de finales del siglo XIX y principios del XX.

Las premisas que utilizaremos para interpretar nuestro problema están asentadas, por una parte, a partir del principio de desarrollo del capital que muestra que su tendencia histórica es la obtención creciente de la máxima ganancia y, por otra, de que el sector dirigente requiere revolucionar incesantemente sus instru-

mentos de producción para existir. Al revisar estos principios en el devenir histórico, encontramos que el modo de producción capitalista, después de haberse reafirmado en Europa por medio de su revolución comercial de los siglos XVI y XVII, revolucionó mecánicamente sus medios de trabajo en la segunda mitad del siglo XVIII, con el objeto de incrementar su tasa de acumulación de valor. A partir de esto, se introdujo como fuerza motriz del proceso productivo al carbón y la máquina de vapor. De esta manera, surgieron las industrias europeas que utilizaban el carbón en la fabricación del vidrio, el primer alto horno que empleó la madera como combustible, la máquina de vapor de Papin, el uso del coque en la fundición de hierro, el carruaje de vapor de Cugnot, el empleo del gas de hulla en la industria de extracción, la introducción de la máquina de algodón, la creación de la máquina de vapor de alta presión, etcétera.

Esta transformación económica dio origen a la Primera Revolución Industrial, que transformó los instrumentos de trabajo rudimentario al introducir el maquinismo en el proceso de la producción y en el sistema de transporte. Con esto, se afirmó el desarrollo de la gran industria en su neva etapa: en maquinismo productivo.

Posteriormente, en el último cuarto del siglo XIX, la industria capitalista fue arrasada por una nueva revolución técnica que modificó esencialmente la fuente de energía del sistema productivo y de la estructura del transporte al introducir como energéticos al petróleo y la electricidad. Aparece, así, el motor de explosión y el motor eléctrico que, al modificar nuevamente los instrumentos de trabajo, relegaron a un segundo plano a los motores primarios movidos por el vapor y otros procedimientos de naturaleza mecánica.

Asimismo, surgieron la industria del petróleo de Bakú, el motor de *fuel oil* de Brayton, la turbina de vapor de Parsons, las centrales eléctricas de Edison en Peral Street, Estados Unidos y en Ferranti (Deptford), el motor de gasolina de Daimler, el automóvil Benz, el motor *Diesel* en Alemania, el telar automático de Northrop, los motores de alta y baja presión, etc., que sitúan a la gran industria en su etapa de producción continua y acelerada (véase en el anexo la evolución técnica que tuvieron las fuerzas productivas de 1450 a 1950).

Con el desarrollo vertiginoso de la estructura tecnológica, se consolidó el capitalismo industrial en su nueva fase productiva. A partir de esto, el capital estuvo en condiciones sólidas de revolucionar su forma de extracción de valor y pasar de una modalidad menos rentable a una más productiva, ya que la finalidad de introducir nuevas fuentes de energía en la industria, "como la de todo otro desarrollo de la fuerza productiva bajo, es simplemente rasar la mercancía y acortar la parte de la jornada de trabajo en que el obrero necesita trabajar para sí y, de este modo, alargar la parte de la jornada que entrega gratis al capitalista. Es sencillamente un medio para la producción de plusvalía".⁴² Así, la estructura de explotación de la sociedad capitalista evolucionó, básicamente, de la vía de extracción de plusvalor por medio del recurso de la plusvalía absoluta, utilizada primordialmente en periodos de la manufactura incipiente, a la vía de extracción de valor por medio de la plusvalía relativa, empleada en la fase de la gran producción industrial.

A partir de este periodo, se modificó sustancialmente la base tecnológica que sustentaba el desarrollo económico de la sociedad europea, y el rendimiento de las fuerzas productivas se incrementó a su mayor grado histórico, con lo

cual se permitió el triunfo del modo de producción capitalista como modo de producción dominante en la historia universal.⁴³ El aumento del grado de productividad de las fuerzas productivas provocó, en consecuencia, la producción de una gran masa de mercancías que requieren una salida al mercado y el consumo mundial, ya que el capital, para realizarse como valor que genera plusvalor, no solamente necesita llegar a su fase indispensable de producción de mercancías, sino también requiere la conclusión completa de su ciclo económico, el cual abarca las fases complementarias de circulación y consumo. En una idea, podríamos decir que “el producto no está realmente terminado en tanto no se encuentre en el mercado”.⁴⁴

En consecuencia, la venta y la reinversión de la masa de mercancías elaboradas en el proceso directo de la producción industrial (o, lo que es lo mismo, el tránsito del capital a su fase de dinero, y éste nuevamente a su fase de capital productivo [C-D-C’], y así sucesivamente), requiere de la indispensable realización del proceso de circulación del capital. Esto se debe, primordialmente, a que este proceso es la condición indispensable para la realización del capital como nuevo valor, ya que la renovación de la producción depende de la venta de los productos acabados, y ésta, de la circulación.

Ahora bien, si “la trayectoria que describe el capital para pasar de una de estas determinaciones a las otras constituye secciones de la circulación, y estas secciones se recorren en determinados espacios de tiempo (...), entonces la cantidad de productos que se pueden producir en un espacio de tiempo dado o la frecuencia con que un capital pueda valorizarse en un espacio de tiempo dado o con que puede reproducir y multiplicar su valor, dependerá de la velocidad de la circulación, del tiempo en que se recorre esta última”.⁴⁵ Esto significa que la producción en la cual el mismo capital, en un espacio dado de tiempo, pueda repetir el proceso de producción (creación de valor nuevo), constituye evidentemente una condición que no ha sido puesta directamente por el proceso productivo. Por consiguiente, si bien la circulación no genera ningún aumento en la determinación misma del valor, lo cual toca exclusivamente al trabajo, de su velocidad sí depende la velocidad con la cual se repite el proceso de producción, se crean valores; por ende, si no los valores, sí, hasta cierto punto, la masa de los valores”.⁴⁶

De lo expuesto anteriormente se deriva que el tiempo de circulación de capital, además de ser un momento especial en la valorización del mismo, actúa como autocontradicción que se opone a la realización de su mismo proceso de valorización. Esto sucede en tal forma, debido a que mientras el capital circula, no funciona como capital productivo y, por lo tanto, no produce mercancías ni plusvalía. Por ello, “el tiempo de circulación se presenta, pues, como barrera a la productividad del trabajo necesario = merma del tiempo de plustrabajo = merma de plusvalor = freno, barrera del proceso de valorización del capital”.⁴⁷

En consecuencia, “el tiempo de circulación del capital limita, en términos generales, su tiempo de producción y, por consiguiente, su proceso de valorización. Y los limita, concretamente, en proporción a lo que dura (...). Por eso, cuanto más ideales sean las metamorfosis circulatorias del capital, es decir, cuanto más se reduzca a cero o tienda a reducirse a cero el tiempo de circulación, más funcionará el capital, mayores serán su productividad y su autovalorización”.⁴⁸

En otros términos, esto manifiesta que “el tiempo de circulación no es más que una barrera opuesta a esta realización de valor y por lo tanto, a la creación de

valor; una barrera específica que no surge de la producción en general, sino de la producción del capital, y abolirla o luchar por superarla, pertenece también al desarrollo específicamente económico del capital (...)" .⁴⁹ Así, debido a que, en primer término "en los mercados remotos, el producto inmediato sólo puede valorizarse masivamente en la medida en que disminuyan los costos del transporte; en segundo, a que los medios de comunicación y el transporte mismo no pueden convertirse en otra esfera donde se valoriza el trabajo puesto en marcha por el capital; y en tercero, en la medida en que se realiza un tráfico masivo (...); la producción de medios de circulación y de transporte más baratos se convierte en condición de la producción fundada en el capital y, por consiguiente, éste la lleva a cabo" .⁵⁰

De esta forma, "el capital, por su propia naturaleza, tiende a superar toda barrera espacial. Por consiguiente, la creación de las condiciones físicas del intercambio —de los medios de comunicación y de transporte—, se convierte para él, y en una medida totalmente distinta, en una necesidad: la anulación del espacio por el tiempo" .⁵¹

El origen de las vías materiales de comunicación y transporte en la historia moderna

Frente a esta contradicción que actúa, primero, sobre el proceso de circulación directa, y segundo, sobre el proceso general de realización del capital, éste ha dedicado constantemente, pero en especial a fines del siglo XVIII y principios del XIX, una porción de la masa de su valor excedente a la anulación de la misma. La disolución de dicho antagonismo se efectúa en dos fases, cada una de las cuales corresponde a cada uno de los dos momentos distintos que componen el proceso de circulación: el momento que transcurre entre la transportación de las mercancías de su lugar de producción a su lugar de venta, y el momento que transcurre entre la exhibición de los productos y su momento de venta.

La reducción de esta contradicción, dentro del primer periodo de la circulación, se gesta a partir del instante en que el capital productivo destina una porción de su riqueza excedente a la creación y el desarrollo de las vías generales de comunicación y transporte material. De esta forma, se crean los medios de circulación o instrumentos de comunicación materiales, que son aquellas vías infraestructurales que posibilitan, por una parte, el tránsito de las materias primas de su lugar de extracción a su zona de transformación; y por otra, la movilización física de los productos desde su centro de producción hasta su centro de intercambio y consumo.⁵²

Así, a partir del siglo XV, una cuota del valor sobrante del capital se reinvierte para construir el canal de Bruselas, el puente de Oder Spree, el canal de Brujas, el drenaje de las tierras pantanosas de Vermuyden, el canal de Languedoc, el puente de Westminster, el canal de Worsley, el puente de Shaffhausen en el Rin, el canal de Gante, el puente de hierro de Coolbrookdale, el canal de San Quintín, los muelles de las Indias Occidentales, el canal de Eider, el puente de Meaní, el túnel del canal de Stándedge, etc. Asimismo, se inventan medios de transporte como el vapor lento, el remolcador de Charlotte Dundas, el barco de vapor de

Clermont y de Orléans, el buque de vapor de Jouffroy y de Canet, etcétera.

En este periodo del modo de producción capitalista, la acumulación de valor dependió fundamentalmente de la comercialización de las mercancías más que de su producción. Por eso las grandes potencias económicas se vieron obligadas a adecuar constantemente el desarrollo de sus vías materiales de transportación al desarrollo de los nuevos mercados y a la creciente demanda de los productos. Las ciudades que así lo hicieron se transformaron en los nuevos centros urbanos de importancia en la comercialización y en el tráfico de dinero. Los importantes descubrimientos marítimos dieron un giro trascendental a las posibilidades de acumular: “ofrecieron a la burguesía en ascenso un nuevo campo de actividad. Los mercados de la India y China, la colonización de América, el intercambio con las colonias, la multiplicación de los medios de cambio y de las mercancías en general, imprimieron al comercio, a la navegación y a la industria, un impulso hasta entonces desconocido; y aceleraron con ello el desarrollo del elemento revolucionario de la sociedad feudal en descomposición”.⁵³

A causa de esta expansión vertiginosa del proceso de comercialización capitalista, el modo de producción feudal entró en un “proceso de descomposición al no poder hacerle frente a las exigencias del mercado. La antigua organización (...) general de la industria ya no podía satisfacer la demanda que crecía con la apertura de nuevos mercados, y vino a ocupar su puesto la manufactura. El estamento medio industrial suplantó a los maestros de los gremios; la división del trabajo entre las diferentes corporaciones desapareció ante la división del trabajo en el seno del mismo taller (...), pero los mercados crecían sin cesar (...), ya no bastaba tampoco la manufactura. El vapor y la máquina revolucionan entonces la producción industrial. La gran industria moderna sustituye, entonces, a la manufactura”.⁵⁴

De esta manera, encontramos que, analizadas en perspectiva histórica, las necesidades que presenta el capital en su fase de mercado mundial creadas por la industria, “aceleraron prodigiosamente el desarrollo del comercio, de la navegación y de todos los medios de transporte por tierra. Este desarrollo influyó a su vez en el auge de la industria y, a medida que se iban extendiendo la industria, el comercio, la navegación y los ferrocarriles, desarrollábase la burguesía, multiplicando sus capitales y relegando a un segundo término a todas las clases legadas por la Edad Media”.⁵⁵

Con ello, “la gran industria universalizó la competencia (...), creó los medios de comunicación y el moderno mercado mundial, sometió a su férula al comercio, convirtió todo el capital en capital industrial y engendró, con ello, la rápida circulación (el desarrollo del sistema monetario) y la centralización de los capitales (...)”.⁵⁶ En una idea, “gracias al rápido perfeccionamiento de los instrumentos de producción y el constante progreso de los medios de comunicación, la burguesía arrastra a la corriente de la civilización a todas las naciones, hasta (a) las más bárbaras (...). Obliga a todos los países, si no quieren sucumbir, a adoptar el modo burgués de producción; los constriñe a introducir la llamada civilización, es decir, a hacerse burgueses. En una palabra: se forja un mundo a su imagen y semejanza”.⁵⁷

Ahora bien, si la realización histórica del ciclo de conversión del capital invertido en capital productivo (C-C') depende de la existencia y del grado

de desarrollo de los medios materiales de comunicación, independientemente del sector que lo efectúe (el capital productivo o el estado), su creación y grado de perfeccionamiento se encuentran en relación directa con el tipo de contradicciones que se deben resolver en el proceso de circulación: a mayor demanda de circulación de las mercancías, mayor necesidad de existencia y desarrollo de las vías de comunicación materiales, y a menor grado de circulación de los productos, menor requerimiento de la presencia y perfeccionamiento de las vías infraestructurales de comunicación. Así, la presencia y la complejidad de los medios de comunicación que se dan en el modo de producción feudal, en el modo de producción mercantil simple, en el modo de producción capitalista en su fase de manufactura y en su fase de gran industria monopólica, son cualitativa y cuantitativamente distintos, puesto que en cada una de estas fases su proceso de circulación de bienes exige resolver muy distintas necesidades de espacio y tiempo de rotación.

De lo anterior observamos que, por ejemplo, en el tránsito del siglo xvii al xviii, “la producción agrícola e industrial determinó, a su vez, un cambio revolucionario en cuanto a las condiciones generales del proceso social de producción, o sea, en cuanto a los medios de comunicación y transporte. Como los medios cuyo pilar (...) eran la pequeña agricultura (con su industria casera accesoria y el artesano urbano), no podían ya en modo alguno bastar a las necesidades de producción del periodo manufacturero, con su acentuada división del trabajo, la concentración de los instrumentos de trabajo de los obreros y de sus mercados coloniales; hubieron de transformarse, como en efecto se modificaron las comunicaciones y los medios de transporte legados por el periodo manufacturero. A su vez, éstos no tardaron en convertirse en una traba insostenible puesta a la gran industria, con su celeridad febril de producción y las concatenaciones recién cradas dentro del mercado mundial. De aquí que —aun prescindiendo de la navegación a vela, completamente revolucionada—, el sistema de comunicación y de transporte se adaptase poco a poco al régimen de producción de la gran industria por medio de una red de barcos fluviales de vapor, de ferrocarriles, transatlánticos y telégrafos”.⁵⁸

Así, en la medida en que la producción industrial aumentó, las principales regiones económicas del mundo modernizaron sus vías generales de circulación material. Los casos más claros se registran en la región centroeuropea, británica, rusa, oriental asiática y estadounidense, a finales del siglo xix, en donde se observa que la extensión de sus vías férreas y de su marina mercante aumentó considerablemente, como se muestra en la tabla 2.1.

De esta manera, las vías materiales de transporte y comunicación son constantemente transformadas por una porción del valor excedente que destina el capital productivo, desde la segunda revolución industrial hasta nuestros días. Así, surge el canal de Gotha, en Suecia, el túnel del río Támesis, el canal de Morris, en E.U.A., el Canal de Suez, el Canal de Panamá, etc. Se construye también el tren transcontinental, el ferrocarril de Survey, el carruaje de vapor de Trevithick, el ferrocarril de los Alpes, el tren Liverpool Manchester, el barco de ruedas y paletas, el tren Bruselas-Italia, el ferrocarril eléctrico, la locomotora diésel, el turbo-tren, la locomotora de gas, el *zppelin*, el aeroplano, el helicóptero, el submarino atómico, el complejo de información cibernética, los satélites de comunicación, etc. Situación que

Tabla 2.1. Extensión de las vías de circulación material en las principales regiones económicas del mundo en 1916*

Principales regiones económicas del mundo	Superficie (en millones de kilómetros cuadrados)	Población (en millones)	Vías férreas (en miles de kilómetros)	Marina mercante (en millones de toneladas)	Exportación e importación (en miles de millones de marcos)	Extracción de carbón de piedra (en millones de toneladas)	Producción de hierro fundido (en millones de toneladas)	Número de usos de la industria textil algodonera (en millones)
1. Centroeuropea	27.6 (23.6)	388 (146)	240	8	41	251	15	26
2. Británica	28.9 (28.6)	398 (355)	140	10	25	249	9	51
3. de Rusia	22	131	68	1	3	16	3	7
4. Oriental asiática	12	389	8	1	2	8	0.02	2
5. Americana	30	148	378	6	14	245	14	19

*Fuente: Lenin. El imperialismo, fase superior del capitalismo, 1.a. ed., Progreso, Moscú, 1966, pág. 768.

constantemente se vuelve a repetir hasta nuestros días, en cada periodo en el que se modifica el proceso global de producción en cualquiera de sus fases de producción, distribución, intercambio y consumo. (Al respecto, consúltense en el anexo las mutaciones que el desarrollo de las fuerzas productivas le imponen al desarrollo de las vías generales de comunicación y transporte material de 1450 a 1950.)

Con la modificación de las vías materiales de transportación de los productos, el proceso de circulación de los mismos entra en una nueva etapa de operación histórica. Ésta se inicia desde el momento en que posibilita que la movilización de los bienes de su zona de producción a su centro de consumo se efectúe con mayor rapidez, agilidad y ahorro. Con esta modernización material de la esfera de rotación del capital, el proceso de producción capitalista resuelve la contradicción que se interpone entre la producción de las mercancías y su tiempo de distribución. De esta forma obtiene, por una parte, la capacidad de incrementar la cuota de producción de mercancías, puesto que pueden ser rápidas y fácilmente transportadas a las diversas áreas de consumo; y por otra, alcanza la capacidad de aumentar su tasa de acumulación de plusvalor, desde el instante en que, con menor esfuerzo y gasto privado, puede hacerlas circular en un radio histórico de mayores dimensiones geográficas.

Sin embargo, el proceso de creación de las vías materiales de comunicación y transporte en esta fase de la internacionalización del capital, no sólo conlleva la anulación de la contradicción que se establece entre el capital invertido y el primer momento de la circulación del mismo, sino también tiene tres consecuencias que afectan al proceso de producción y al sistema de organización social.

En primer lugar, desde el momento en que el capital requiere resolver este primer obstáculo de su proceso de rotación, se encuentra obligado a efectuar nuevos gastos improductivos que no agregan ningún valor al producto elaborado, sino que simplemente crean las condiciones indispensables de su circulación. Estas erogaciones, en una primera fase, implican la disminución de su tasa de ganancia y, por consiguiente, en última instancia deben ser cargadas al valor de las mercancías como gastos de distribución, para evitar la disminución de la cuota de plusvalía obtenida. A partir de este momento se introduce en la economía capitalista una nueva variable que, según sea su grado de realización, aumenta el precio de las mercancías, y que, bajo el patrocinio de cualquiera de los protagonistas que lo ejecutan (el estado o el capital), se cargan al consumidor. Es así como la fuerza de trabajo asalariada, finalmente, es la que subvenciona el surgimiento y el desarrollo de las vías generales de comunicación y transporte. Principio desigual que, más adelante, con la misma amplitud, se volverá a aplicar al proceso de surgimiento y funcionamiento de los ADM.

En segundo lugar, ya que la economía capitalista, para existir como dominante, exige ser controlada en su totalidad por el sector dirigente a nivel nacional o internacional, y considerando que las vías generales de comunicación y transporte forman parte sustancial del proceso de circulación, su control y administración no puede quedar libremente ejercido. Como partes medulares del proceso general de producción, es necesario que sean absolutamente orientadas y sometidas por los requerimientos que presenta el capital en cada una de las coyunturas por las que atraviesa; de lo contrario, una sola vacilación

en el gobierno del proceso directo de producción, circulación y consumo, es suficiente para introducir la crisis económica al sistema capitalista, y con ello, la anarquía social.

Es por ello que, por ejemplo, de 1890 a 1913, en Europa, el 80% de la propiedad de los ferrocarriles, como vías de transporte material, son controladas por las 5 grandes potencias capitalistas de la época. (véase tabla 2.2).

Con los años, esta norma económica se vuelve a aplicar al desarrollo de los ADM correspondientes, como elementos integrantes del proceso de circulación en su fase de consumo.

En tercer lugar, como respuesta a la tendencia desigual que el proceso de producción capitalista impone a todo el proceso económico, la dinámica de creación de las vías materiales de comunicación y transporte queda igualmente afectada en la línea y el ritmo en que se deben desarrollar las condiciones de circulación. Esto significa que, como constante histórica, las principales vías materiales de comunicación y transporte surgen en los centros geográficos de desarrollo del capital y se extienden a nuevos polos, en la medida en que el capital requiere reproducirse en esa dirección. Dicho desarrollo no sólo crea las condiciones de expansión del capital en las nuevas regiones, sino conlleva igualmente la reproducción de su principio de desarrollo desigual. Además, ésta no sólo incrementa las desigualdades ya existentes, sino también contribuye a repartir el mundo en nuevas zonas de mercados internacionales.

Es por eso que, con respecto a la introducción y explotación de la nueva fuerza de locomoción motriz, Lenin expresa, en 1919, "que los ferrocarriles constituyen el balance de las principales ramas de la industria capitalista, de la industria del carbón, y del hierro; el balance y el índice más palmario del desarrollo del comercio mundial y de la civilización democrática burguesa (...) Pero la construcción de los ferrocarriles es en apariencia una empresa simple, natural, democrática, cultural, civilizadora: Así la presentan los profesores burgueses, pagados para embellecer la esclavitud capitalista y los filisteos pequeñoburgueses. En realidad, los múltiples lazos capitalistas mediante los cuales esas empresas se hallan ligadas a la propiedad privada sobre los medios de producción en general, han transformado dicha construcción en un medio para oprimir a mil millones de seres (en las colonias y semicolonias), es decir, a más de la

Tabla 2.2. Extensión de las vías férreas en las principales metrópolis capitalistas de 1890 a 1913 (en miles de kilómetros)*

	1890	1913	Aumento
Estados Unidos	208	413	145
Imperio Británico	107	208	101
Rusia	32	78	46
Alemania	43	68	25
Francia	41	63	22
Total en las 5 potencias	491	830	339

*Fuente: Lenin. *El imperialismo, fase superior del capitalismo*, Op. cit., pág. 770.

mitad de la población de la Tierra en los países dependientes y a los esclavos asalariados del capital en los países ‘civilizados’.⁵⁹ Realidad que, con otras modalidades, se vuelve a aplicar al surgimiento y evolución de los ADM contemporáneos.

En resumen, se puede pensar, como tendencia histórica, que según sea el periodo y la coyuntura de desarrollo por la que atraviesa el régimen capitalista de producción, siempre construye y transforma los medios de circulación material que demanda la distribución específica de cada mercancía. Esto es efectuado al implantar, por una parte, las vías de transporte y de comunicación según sea la magnitud que requiere cada escala de la producción. Todo esto con la finalidad de acelerar el proceso de valorización de plusvalía y, en consecuencia, de acumulación de capital.

LA DOBLE MODALIDAD DEL CAPITAL PARA CONSTRUIR LA INFRAESTRUCTURA DE COMUNICACIÓN MATERIAL

La aplicación de esta porción de capital a la creación de este tipo de infraestructura comunicativa presenta dos variantes en su forma de realización histórica. Por una parte, en algunos casos, el capital productivo aborda directamente esta empresa material, siempre y cuando esto retribuya una plusvalía considerable. No debemos olvidar que “el capital sólo acomete empresas ventajosas, y ventajosas desde su punto de vista”.⁶⁰ Entonces, para que el capitalista emprenda la edificación de los medios de comunicación como negocio a su costa, se requieren diversas condiciones, todas las cuales coinciden en ésta: que el modo de producción fundado en el capital se haya desarrollado hasta su más alto nivel. Esto implica las siguientes etapas:

Primero: “Que se dé por supuesta una magnitud del capital (del concentrado en sus manos), como para poder emprender trabajos de tales proporciones de rotación y valorización tan lentas. Por consiguiente, las más de las veces implica el capital por acciones, modalidad bajo la cual el capital se ha elaborado hasta su forma última, en la cual está puesto no solamente en sí, según su sustancia, sino según su forma como fuerza y producto social”.

Segundo: “Se exige de él que reditúe intereses no benéficos (puede redituar más que intereses, pero no es necesario)...”.

Tercero: “Como supuesto, se requiere un tráfico tal –comercial, ante todo– que haga rentable el camino, esto es, que el precio que se exija por el uso del camino valga tanto valor de cambio para los productores o suministre tal fuerza productiva que les permita pagarla tan cara”.

Cuarto: “Que ha de gastarse en estos artículos de locomoción una parte de los réditos obtenidos por la riqueza que los aprovecha. Los esenciales, empero, siguen siendo estos dos supuestos: a) un capital, disponible en el volumen requerido para ese objetivo, y que se dé por satisfecho con un interés; b) para los capitales productivos, para el capital industrial, pagar el precio por una ruta debe significar una valorización de sí mismos...”.⁶¹

Por otra parte, cuando dicha empresa no reditúa ningún interés lucrativo al capital, o cuando ésta delega la misión al estado presentándola como obra de interés público, cuando en realidad es una necesidad particular del capital que éste no absorbe por no ser altamente rentable. Así, presenciamos que, en tales circunstancias, “el capital echa la carga sobre los hombros del estado, o bien, allí donde este último ocupa tradicionalmente aun una posición superior con respecto al capital, el estado todavía tiene el privilegio y la voluntad de compeler a la colectividad a invertir una parte de su rédito, no de su capital, en tales trabajos de utilidad pública que al mismo tiempo se presentan como condiciones generales de la producción y, por tanto, no como condición particular para este o aquel capitalista. (Mientras el capital no adopta la forma de sociedad por acciones, busca siempre sólo las condiciones particulares de su valorización; las colectivas las transfiere al país entero en calidad de necesidades nacionales)”.⁶²

En conclusión, bajo una modalidad u otra, el capital siempre vigila la existencia y la reproducción adecuada de las instancias de la circulación, ya que el proceso de las mismas implica crear las condiciones de conclusión de su proceso general de producción y, en consecuencia, de su acumulación contemporánea.

El surgimiento de los aparatos de difusión de masas

La simple existencia de las vías materiales de transportación de las mercancías, que permiten el traslado de éstas de su centro de distribución, no resuelve por sí mismo el problema total del proceso de circulación del capital, puesto que aún queda pendiente la realización del segundo periodo de circulación de las mismas: la reducción del tiempo que transcurre entre la ubicación comercial de los productos y su venta final. No podemos olvidar que el proceso de producción capitalista se retrasa o permanece incompleto en la medida en que se dilata o se abstiene el consumo de los bienes; consecuentemente, podemos pensar que la realización de “la plusvalía requiere a veces de un cierto nivel de convencimiento; es decir, si la necesidad de consumir no existe tiene que ser creada para satisfacer el ciclo de reposición del capital”.⁶³

De no efectuarse esta segunda etapa, las mercancías permanecerán sin consumo, y habrá necesidad almacenarlas. Con esto se incrementan los gastos de circulación de las mismas y se prolonga el periodo de rotación del capital. No se puede desconocer que “la permanencia del capital mercancías, bajo la forma de almacenamiento en el mercado, supone el uso de edificios, almacenes, depósitos de mercancías y, por tanto, una inversión de capital constante; supone, además, pago de salario para almacenar las mercancías en su depósito. Finalmente, las mercancías se deterioran y están expuestas a la acción de elementos nocivos para ellas. Para protegerlas contra estas influencias, hay que desembolsar capital adicional, tanto en instrumentos de trabajo en forma materializada, como en fuerza de trabajo”.⁶⁴

En suma, presenciamos que el retraso en el consumo de los satisfactores provoca gastos adicionales de almacenamiento que consisten en: “1. Una dismi-

nución cuantitativa de la masa de productos (por ejemplo, cuando la mercancía almacenada es harina); 2. En un deterioro de la calidad; 3. En el trabajo materializado y vivo que se requiere para conservar las mercancías almacenadas”.⁶⁵ Por este motivo, el vendedor procura deshacerse lo antes posible de sus productos. Para éste, la mercancía representa simplemente el exponente de su valor de cambio y, en consecuencia, sólo puede actuar como tal cuando abandona su forma de mercancía para adquirir la forma dinero. Es decir, al productor y al comerciante lo único que les interesa en esta fase de la circulación es la venta de las mercancías, puesto que ésta es la única forma mediante la cual recobran el capital invertido inicialmente y obtienen sus utilidades derivadas del plusvalor.

Por tanto, si con respecto a lo anterior consideramos que todo cambio practicado sobre cualquiera de las fases del proceso de producción (particularmente en el proceso directo de producción) afecta proporcionalmente a las fases restantes, observamos que “una producción específica determina un consumo, una distribución, un intercambio determinado, y relaciones determinadas entre los diferentes momentos”.⁶⁶ Por esta razón, desde que en las últimas décadas del siglo XVIII y en las primeras del siglo XIX, la Revolución Industrial modificó los elementos tecnológicos del proceso productivo, y con esto incrementó el grado de productividad de las fuerzas productivas, la dinámica de la reproducción ampliada del capital central se ve obligada a modificar proporcionalmente la relación existente entre la producción y el consumo de los bienes. Así, el capital industrial entra en una nueva fase de adaptación histórica, en la cual se transforma la proporción del consumo de mercaderías que se establece de un nivel local y restringido, a un nivel continuo, masivo y mundial de las mismas. Esto se debe a que ésta es la única vía rentable que puede dar salida a la gran producción acelerada y permanente de satisfactores que arroja el incesante proceso fabril en su nueva fase económica.

Con ello, el ritmo y volumen de la producción se armonizan con la velocidad y la masa de mercancías consumidas; es decir, para la producción en gran escala, se crea un consumo masificado que se extiende, primero, en un espacio regional, y segundo, en una cobertura internacional. Con el reajuste de estas relaciones económicas, el capital contemporáneo entra en su etapa de internacionalización productiva que le exige, entre otras, una permanente renovación tecnológica de los bienes materiales.

Para alcanzar lo anterior, el capital comercial, además de haber desarrollado ampliamente las vías materiales de transporte, que reducen la contradicción que hay entre el capital y su tiempo de rotación en este mismo periodo histórico, se encuentra obligado una vez más a producir e implantar, ahora a nivel superestructural, una nueva división social del trabajo dentro de la esfera de la circulación que, paralelamente a la dinámica de producción industrial de los satisfactores, anule el antagonismo que se establece entre el capital invertido y el tiempo de venta de los mismos. Para ello, en algunos casos, mediante la dedicación expresa de una porción específica de su masa de valor excedente, y en otros mediante la recuperación reconvertida de los adelantos tecnológicos que se gestan en el proceso de desarrollo de la base material (especialmente de carácter electrónico), el capital crea los aparatos culturales de la difusión colectiva que, apoyados por su discurso cultural, actúan como catalizadores de la última fase de la circulación: su fase de consumo.

De esta forma, los aparatos de la cultura de masas operan como las instituciones superestructurales que, a través de la continua y acelerada difusión de las mercancías, producen un competente sistema cultural que da a conocer los productos existentes en el mercado, e inculca su consumo. Con esta práctica ideológica, se suprime considerablemente el tiempo de venta de las mercancías, especialmente cuando el discurso de los aparatos de masas se construye a partir del parámetro fetichista de las mercancías que introduce como relación social el valor de uso cultural de las mismas. Ello permite que éstas sean consumidas no por sus cualidades materiales, sino por lo que representan socialmente. Así, podemos decir que si la industrialización del capital masifica la producción, la práctica publicitaria de los aparatos de la cultura de masas masifica el consumo.

En este sentido, podemos pensar que el nuevo modo de información de masas, a través del discurso publicitario que trasmite, produce un incremento sustancial a la velocidad del proceso de realización del valor y, bajo esta modalidad, se inserta medularmente en el proceso global de la circulación del capital. Esto significa que la operación de los medios de difusión de masas no crea valor alguno; su funcionamiento contribuye exclusivamente a posibilitar las condiciones de realización de la plusvalía a nivel de rotación del capital.

En consecuencia, si analizamos el fenómeno desde el punto de vista de la circulación, descubrimos que a cada cambio sustancial que recibe el capital en su estructura económica con fines de incrementar su grado de productividad, se produce, en última instancia, su correlativo impacto superestructural en los elementos supraeconómicos que componen el proceso de circulación. Así, para cada nueva modificación en el desarrollo de las fuerzas productivas se suscita la creación y modernización de nuevas vías infraestructurales de comunicación y transporte material, y, frente a éstas, se requieren nuevos y más perfectos aparatos culturales de comunicación masiva. En este sentido, podemos decir que, en última instancia, en la formación capitalista existe una relación de dependencia dialéctica entre el grado de desarrollo que alcanza la productividad de las fuerzas productivas y el tipo de surgimiento y evolución que presentan los aparatos de difusión colectiva.

Derivado de esto, se observa también que si la realización del ciclo de rotación del capital depende intrínsecamente del tiempo de venta de las mercancías, la creación y el grado de perfeccionamiento de los aparatos culturales se encuentran en relación directa con las necesidades que deben ser resueltas en el proceso de la circulación material: a mayor solicitud de circulación de mercancías, mayor necesidad de la presencia y actuación ideológica de los aparatos culturales de difusión masiva; a menor grado de circulación de productos, menor requerimiento de la existencia y el perfeccionamiento de dichos aparatos.

Por ello, según cada fase histórica por la que atraviesa el desarrollo del capital, éste demanda la presencia cualitativa y cuantitativa de muy distintos aparatos culturales, especialmente de comunicación de masas. Así, se explica que en la fase mercantilista (1500-1600), en la que se requiere capacitar masivamente a la inmensa fuerza de trabajo emergente para que se adapte el nuevo proceso industrial que la somete, el capital emplea la prensa manual como instrumento de alfabetización masiva del sector trabajador, y con ello homogeneiza su preparación y rendimiento en función de las demandas que impone la maquinización del proceso productivo: enseña a leer y a escribir al

proletariado, así como a efectuar las operaciones básicas que se emplean en la producción.

En la fase monopolista (1600-1800), en la que se luchó por conquistar y saturar los mercados locales y se sustituyó la producción colectiva en factorías, el capital desarrolló la prensa mecánica movida por vapor y carbón para uniformar la ideología del sector trabajador, y asegurar así las condiciones subjetivas de su futura expansión mundial. En la fase monopólica y colonialista (1850-1920), en la que la economía capitalista se reprodujo en escala ampliada mediante la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas y a través del control de nuevos mercados internacionales, el capital disponía de la prensa telegráfica y teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento y desarrollo del capitalismo mundial. Se dividió y repartió el mundo por zonas de información útiles para la producción de los grandes monopolios; se creó la cultura de masas; se estandarizaron las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales; en una palabra, se uniformó la conciencia colectiva con el objeto de armonizar el consumo del mercado mundial. Por último, con la fase de desarrollo transnacional (1920-1980), en la que los grandes *trust* invadieron al mundo y se exigió la creación de un centro de comercialización planetario, el capital construyó y recuperó al cine, la radio, la televisión, los satélites y la cibernética, con el objeto de crear, por medio de la publicidad, una ideología universal que le permitiría su reproducción en dimensiones cósmicas. A partir de este periodo, el modo de información capitalista entró en su fase masiva de comercialización e internacionalización cultural.⁶⁷ (Consúltese en el anexo la correlación histórica que, desde 1450 a 1950, se entabla entre las fases por las que atraviesa el modo de producción capitalista, la evolución tecnológica de las fuerzas productivas y el desarrollo de los aparatos de difusión cultural.)

Sin embargo, el desarrollo histórico de los aparatos de trasmisión de masas no sólo está determinado por las necesidades materiales que impone el desarrollo de las grandes fases económicas por las que atraviesa la evolución del capital, sino también, en el interior de cada una de éstas, surgen condicionantes que, en última instancia, determinan el funcionamiento de los aparatos de masas en los ciclos económicos cortos que se presentan dentro de la estructura social. Se explica así porque “a un liberalismo económico, corresponde un estado liberal que permite que los medios y la comunicación sean manejados en forma liberal tanto en el sentido (libertad de prensa, de reunión, de información), como en la práctica (existencia de diarios y revistas independientes, ejercicio real de la disidencia política, posibilidades de editar y distribuir materiales críticos). En cambio, una situación de desarrollo diferente, de crisis internacional e interna, precisa la intervención más directa del mismo estado, el cual se comporta con respecto a los medios de comunicación de acuerdo con los diferentes estadios que recorre la economía (censura previa, represión de escritores y comentaristas de oposición, requisas de imprentas y materiales publicitarios, etcétera)”.⁶⁸

Ahora bien, este proceso de creación de los aparatos de la cultura de masas, durante la etapa de la centralización mundial del capital, no sólo aporta la reducción del antagonismo que se atraviesa entre el capital productivo y su segundo momento de rotación, sino que, derivado de la tendencia que el princi-

pio de evolución irracional del modo de producción capitalista impone a todo el proceso de la circulación, éstos quedan también afectados por la ley capitalista del desarrollo desigual. De ello, resultan nuevamente tres consecuencias que afectan al proceso global de producción y a su consecuente sistema de organización social.

En primer término, desde el momento en que el capital productivo desvía cierta porción de su capital excedente y la destina no a producir sino a obtener la plusvalía por medio de la aceleración del consumo por vía de la publicidad, la economía capitalista ejerce un nuevo gasto improductivo que no aumenta las cualidades de las mercancías y sí incrementa el costo de las mismas: las inversiones publicitarias y propagandísticas sólo gastan valor sin producirlo. No podemos desconocer que, tanto “la circulación como el comercio, no agregan nada al total de los valores producidos, sino que más bien se ocupan de la transformación de los valores ya existentes, de la forma moneda a la forma mercancía o viceversa”.⁶⁹

En tales circunstancias, la economía capitalista pierde la porción de la plusvalía dedicada a las actividades de la circulación, lo que se opone a su principio de máxima ganancia. Por ello, el capital resuelve esta contradicción cargando los gastos de la circulación superestructural a los costos de producción de bienes, como si éstos realmente fueran gastos productivos creadores de valor. De esta forma, la fuerza de trabajo como sector consumidor, una vez más, no sólo financia la extracción y la acumulación del plusvalor, sino también, en este caso, subsidia los costos de la reproducción ampliada del capital, ya que amortiza los gastos improductivos al pagar más caros los productos que consume.

Esto significa que la función de promoción consumista que ejercen los aparatos de difusión de masas en la fase del capital monopólico, no es sólo una fuente adicional de inflación de los precios de las mercancías, sino también es otra de las causas que ahonda las diferencias estructurales que se establecen entre productor y consumidor o entre capital y trabajo asalariado: por una parte, contribuyen a enriquecer más al propietario de los medios de producción, y por otra, fomentan la depauperación creciente del proletariado.

En segundo término, desde que los ADM emergen como una condición indispensable de la realización histórica del plusvalor en el ámbito de la circulación, su operación queda íntimamente integrada al proceso general de la producción. De ahí que, como elemento fundamental del régimen de producción capitalista, éstos tengan que ser sustancialmente controlados por la clase que coordina el proceso social de la producción nacional e internacional.

Esto implica que, a partir de este control, los ADM desarrollan, como tendencia cultural dominante, la producción, distribución e inculcación de las formaciones ideológicas propias de las fracciones que administran y gozan del proceso de extracción del plusvalor, situación que permite que la clase propietaria de los medios de producción someta la dinámica y dirección que debe adoptar el consenso de masas que construye los aparatos de difusión social en la sociedad civil contemporánea. Sin embargo, no obstante esta determinación que, en última instancia, la base material impone sobre el rumbo y el ritmo que adopta el modo de comunicación colectiva, sus soportes de instrumentación también quedan atravesados por la dinámica de la lucha de clases, que en periodos de crisis politicoeconómica se reduce notablemente, hasta alcanzar un grado cero

de expresión subalterna a través del aparato dominante de la cultura de masas.

Por último, a partir de lo anterior, distinguimos que ya que los medios son los elementos fundamentales de la actual fase del consumo capitalista, entonces tienen que funcionar prioritariamente en la áreas del consumo real y, posteriormente, en los perímetros geográficos del consumo potencial. Es por ello, que los ADM surgen inicialmente en las principales metrópolis mundiales (Inglaterra, Francia y Estados Unidos), y paulatinamente se extienden a las regiones centrales, donde aparecen nuevos mercados que poseen grandes masas asalariadas que están en condiciones de incorporarse al proceso de conclusión del ciclo de realización del valor, a través del consumo colectivo.

Consolidada esta primera fase y sin que se alteren las características de un fenómeno netamente cosmopolita, el nuevo modo de comunicación colectiva se extiende a la periferia del sistema, siguiendo el ritmo y la dirección que le impone el proceso de reproducción ampliada del capital transnacional. Es así como los ADM penetran en los márgenes del capitalismo dependiente y, paulatinamente, crean las condiciones de circulación del capital nacional y transnacional, a través de la masificación del consumo de la periferia. Se observa, así, que el surgimiento y la distribución espacial de los aparatos de información colectiva, se da en relación directa con las zonas de realización de la plusvalía: a mayor extracción de la plusvalía por coordenadas geográficas, mayor concentración de los aparatos de difusión de masas, y viceversa.

Éste es el caso del capitalismo mexicano, en el cual se observa que, de 1976 a 1978, la radio y la televisión se expanden a las ciudades que cuentan con mayor cantidad de habitantes y con salarios más altos. Por esta razón, las diez ciudades con mayor población e ingresos en el país, reúnen la más alta concentración de telehogares y radiohogares, y las diez ciudades con menor población e ingresos cuentan con el menor número de radioescuchas y telerreceptores, como se muestra en la tabla 2.3

La organización de este nuevo modo de información social no sólo asegura la presencia de las condiciones del segundo momento de la circulación del capital, sino también conlleva la imposición masiva de la conciencia dominante de las metrópolis sobre el resto de las formaciones culturales de las superestructuras circundantes. Éste es el principio de la dominación cultural que, desde 1920 hasta nuestros días, el capitalismo central impone colectivamente sobre su periferia nacional e internacional, a través de la opinión pública que construyen los aparatos de difusión de masas.

En resumen constatamos que, desde sus formas más simples (impresión, teléfono, telégrafo, etc.), hasta sus formas más complejas (prensa, cine, televisión), los aparatos de comunicación surgen paralelamente al desarrollo de las formas de producción del capitalismo central (estadounidense, francés e inglés), y cada una de ellas es recobrada y dirigida, en última instancia, hacia la ejecución y reproducción del sistema económico dominante. Por ello, contrariamente a los enunciados que difunde la versión funcionalista acerca de la génesis de la comunicación de masas y sus instrumentos de implantación, es necesario destacar que éstos surgieron como una respuesta economicocultural de capital central, ante sus necesidades de reproducción ampliada, durante la primera fase del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX.

Es por ello que, no obstante que las tesis culturalistas ubican el surgimiento

Tabla 2.3. Jerarquía del desarrollo geográfico de la radio y la televisión mexicana en relación con las zonas de mayor concentración de la población y del ingreso de 1976 a 1978*

	Entidad	Año de 1976			Año de 1977			Año de 1978					
		Población (1) (2)	Salario mínimo (en pesos) (3)	Radio hogares (2)	T.V. hogares (2)	Población (1) (2)	Salario mínimo general (en pesos) (4)	Radio hogares (2)	T.V. hogares (2)	Población (1) (2)	Salario mínimo general (en pesos) (5)	Radio hogares (2)	T.V. hogares (2)
1	Distrito Federal	8 460 717	78.60	1 351 210	1 056 613	8 769 545	106.40	1 399 043	1 094 016	9 079 987	120.00	1 448 569	1 132 211
2	México	5 853 302	67.99	743 016	340 775	6 281 178	91.90	797 330	365 685	6 740 332	103.00	855 615	392 412
3	Jalisco	3 936 296	71.00	528 718	204 957	4 054 385	96.60	544 580	211 105	4 176 616	108.00	560 917	217 439
4	Veracruz	4 665 710	67.50	563 553	195 416	4 824 811	91.30	587 941	202 080	4 980 337	113.00	607 990	208 971
5	Nuevo León	2 229 832	74.20	342 694	185 901	2 334 139	100.90	358 732	194 601	2 443 429	93.00	375 521	203 709
6	Baja California Norte	1 187 263	90.80	183 663	130 637	1 250 307	133.90	193 415	137 573	1 316 698	147.00	203 685	144 879
7	Puebla	2 896 111	68.30	327 810	114 843	2 965 241	92.40	335 743	117 622	3 037 000	105.00	343 858	120 469
8	Chihuahua	1 004 225	58.10	275 065	110 910	1 197 735	92.20	282 795	114 026	2 012 747	125.00	290 741	117 231
9	Guanajuato	2 665 465	61.00	309 187	109 712	2 737 699	82.50	317 666	112 686	2 811 891	93.00	326 172	115 739
10	Tamaulipas	1 792 928	58.40	263 791	103 125	1 856 039	108.90	278 253	106 755	1 921 371	122.00	289 047	110 513
11	Michoacán	2 662 312	62.50	345 251	75 101	2 724 078	84.60	353 261	76 843	2 787 276	100.00	361 456	78 626
12	Sonora	1 378 243	69.00	192 424	67 251	1 431 306	93.40	199 832	69 841	1 486 411	105.00	207 525	72 529
13	Morelos	812 536	68.80	111 106	58 532	850 887	89.00	116 350	61 295	891 049	100.00	121 842	63 133
14	Coahuila	1 167 424	70.10	186 443	54 857	1 194 976	94.80	190 813	56 152	1 223 177	107.00	195 347	57 477
15	Sinaloa	1 622 076	63.70	205 331	54 474	1 690 365	80.20	213 976	56 768	1 761 529	104.00	222 984	50 158
16	Guerrero	1 907 331	45.20	193 792	45 487	1 964 551	61.20	199 606	46 852	2 023 488	90.00	205 594	48 258
17	San Luis Potosí	1 452 249	43.90	168 137	45 075	1 482 746	59.40	171 668	46 022	1 513 883	70.00	175 273	46 998
18	Hidalgo	1 328 723	50.60	161 732	38 058	1 352 640	68.40	164 644	38 743	1 376 988	80.00	167 607	3 441
19	Oaxaca	2 308 689	44.20	221 621	34 226	2 361 538	59.80	229 765	35 009	2 415 538	70.00	205 025	39 811
20	Yucatán	859 572	46.20	95 861	33 047	887 709	80.80	97 884	33 745	896 228	91.00	99 949	34 457
21	Durango	1 064 563	50.60	136 963	27 931	1 087 025	68.40	139 853	28 520	1 109 961	80.00	142 804	29 122
22	Chiapas	1 831 368	38.50	179 286	26 406	1 879 167	52.10	183 965	27 095	1 928 213	62.00	188 757	27 803
23	Aguascalientes	411 344	53 714	21 251	425 001	74.30	55 497	21 956	439 111	85.00	57 340	22 685	
24	Querétaro	683 804	57.70	68 855	20 666	602 019	78.10	71 014	21 311	620 802	90.00	73 229	21 976
25	Zacatecas	1 040 685	50.10	125 990	20 086	1 056 703	67.30	127 892	20 390	1 072 660	80.00	129 823	20 898
26	Tlaxcala	1 474 264	46.00	53 060	16 344	483 844	62.30	59 233	16 674	493 618	74.00	66 429	17 011
27	Tabasco	995 402	60.00	124 444	15 743	1 039 300	81.20	129 932	16 438	1 085 133	93.00	135 662	17 163
28	Nayarit	665 271	51.00	93 210	14 333	687 957	69.00	96 388	14 822	711 416	80.00	99 675	15 327
29	Campeche	320 568	48.00	39 093	7 587	333 713	64.90	40 704	8 900	347 462	76.00	42 381	8 225
30	Baja California Sur	167 770	75.80	23 461	6 183	175 504	101.90	24 542	6 468	183 595	115.00	25 674	6 766
31	Colima	363 379	62.80	31 214	6 057	315 211	84.60	32 432	6 294	327 504	95.00	33 697	6 539
32	Quintana Roo	163 309	66.80	17 201	6 057	179 693	90.40	19 044	842	198 938	102.00	21 083	932

* Fuentes:

- 1 Censo general de población 1970 (Resumen general abreviado) Dirección general de Estadística, México, D.F., 1972.
- 2 Directorio Estadístico de México 1970 (1976, 1977, 1978), VOL-III, Corporación Mexicana de Radiodifusión, S. A., México, D.F., 1976.
- 3 Salarios Mínimos de 1976. Comisión Nacional de Salarios Mínimos, México, D.F., 1976.
- 4 Salarios Mínimos de 1977. Comisión Nacional de Salarios Mínimos, México, D.F., 1977.
- 5 Salarios Mínimos de 1978. Comisión Nacional de Salarios Mínimos, México, D.F., 1978.

de tales instrumentos de implantación en el momento en que se inventa la tecnología primaria de cada medio (y con ello la atención para no comprenderlos como un producto propio y necesario de la expansión imperialista, sino como resultado de la continua evolución tecnológica del proceso de modernización de la civilización occidental), nosotros pensamos que éstos realmente aparecieron sólo después de que la tecnología comunicativa se transformó, con la revolución industrial, de su fase mecánica a su fase dinámica de difusión comercial continua, acelerada y masiva, que culminó con la trasmisión electrónica de los mismos. De esta forma, aunque la acumulación de su tecnología primaria fue fundamental para la consolidación de la comunicación, la prensa de masas no surgió en Inglaterra en 1456 con la incorporación de la imprenta de Johan Gutenberg, sino en 1833, en Nueva York, cuando la tecnología de los impresos evolucionó hasta hacer posible la difusión rápida, rentable y colectiva del primer periódico de masas: el *New York Sun*. Asimismo, el cine masivo no surgió con el descubrimiento del proyector cinematográfico por Thomas Alva Edison en 1890, sino cuando la tecnología visual fue perfeccionada al grado de permitir que las fracciones comerciales presentaran sus proyecciones masivas a un reducido costo en París y Nueva York, en 1895. La radio de masas no se consolidó en 1907 con el desarrollo del Audión De Forest, sino cuando, en 1920, el naciente monopolio de la Westinghouse transmitió desde Pittsburgh su primera difusión comercial a través de su estación KDKA. Por último, la televisión no despuntó como medio de difusión colectiva con las innovaciones de Henry de France y René Barthélemy en 1929, en Francia, sino con las primeras trasmisiones lucrativas de la BBC inglesa, en 1936,

De esta forma, descubrimos que a partir del momento en que los aparatos culturales fungieron como aparatos ideológicos de masas, su funcionamiento y operación quedó subordinada, en última instancia, a las necesidades que presenta el proceso de acumulación de capital en su fase financiera. Se convierten así en apéndices orgánicos del capital que, si bien aceptan la expresión de contradicciones secundarias en su interior (antagonismos entre las fracciones dominantes), su función histórica en la sociedad capitalista está destinada a la realización del proceso de acumulación de valor que imponen las necesidades de reproducción ampliada del capital. Son, en este sentido, protagonistas de la historia desigual.

En conclusión, encontramos que es en el interior del surgimiento y desarrollo del colonialismo clásico, del capital financiero y de los monopolios, donde emergió el moderno modo de producción, de circulación y de introyección de la información que requiere el capital en su nueva fase de reproducción histórica.

CONSIDERACIONES FINALES

El análisis totalizador del surgimiento de los aparatos de comunicación de masas en la historia contemporánea, revela que:

1. Contrariamente a la interpretación funcionalista que explica que el origen de los aparatos de comunicación de masas se gesta como producto del desarrollo independiente de la esfera cultural (continuo histórico), la concepción

materialista de la comunicación demuestra que éstos nacen como una segregación superestructural del capital central, ante sus necesidades de reproducción ampliada en los albores del siglo xix y principios del xx. Por lo tanto, debemos entender que los aparatos de difusión de masas irrumpen en la historia a partir del momento en que el modelo de acumulación del capital imperialista requiere ampliar su fase de circulación para alcanzar nuevos y más fluidos mercados que le representen, por una parte, una rápida valorización de su plusvalía, y por otra, una mayor de concentración de capital.

2. Si los aparatos de comunicación de masas emergen como resultado del proceso de ampliación de la estructura productiva del capital financiero, su origen e historia no deben interpretarse como un producto autónomo de la “permanente superación cultural” de las sociedades modernas, sino como la introducción de un específico factor economicocultural al segundo momento del proceso de circulación que demanda al naciente capital monopólico. Por tanto, hay que analizarlos como parte fundamental del capital constante que requiere el colonialismo contemporáneo para surgir y afianzarse en su nueva fase multinacional.

3. Como instituciones generadas por las necesidades de reproducción ampliada del capital central, los aparatos de comunicación de masas nacen y se desarrollan condicionados, en última instancia, por los requerimientos de la reproducción ampliada del capital. En este sentido, se observa que, aunque en éstos existe un margen de funcionamiento relativamente autónomo —que varía según las distintas coyunturas históricas—, la operación economicocultural de los intelectuales que laboran dentro de éstos, los materiales ideológicos que se producen, las formas en que se distribuyen e inculcan los discursos de la cultura de masas, etc., están determinados, en última instancia, por las necesidades que demanda la dinámica de reproducción expansiva del capital. Esto no significa que los aparatos de masa sean entidades monolíticamente estables que, por tanto, no introducen contradicciones de clase en su interior, sino que, al presentar múltiples antagonismos de carácter básicamente secundario, están orientados, prioritariamente por las fracciones hegemónicas, hacia la ejecución de algunas de las principales funciones orgánicas que requiere el proceso de circulación y su proceso de legitimación.

4. Aunque los postulados funcionalistas plantean que los aparatos de difusión de masas nacen como establecimientos de comunicación colectiva, en realidad, debido a las necesidades que impone el proceso de reproducción de capital, éstos no se introducen en la historia como medios de comunicación, sino como aparatos de información de masas. A partir de la relación que en el proceso productivo se establece entre el trabajador y el capital, se observa que la vinculación que se da entre uno y otro es una relación de subordinación estructural del primero al segundo; y es esta misma relación la que, bajo distintas modalidades sociales, se establece en todo el orden capitalista que coordina el capital, especialmente en el nivel de la cultura.

Al adoptar rigurosamente la formulación del proceso de información (emisor-mensaje-receptor), y de comunicación funcionalista (emisor-mensaje-receptor-retroalimentación del sistema), se constata que los aparatos de difusión de masas generados por el proceso de expansión del capital conllevan y reproducen la misma relación vertical y autoritaria que practica el capital sobre

el trabajo vivo, o, lo que es lo mismo, el productor sobre el consumidor. Esto sucede en tal forma debido a que el capital, para funcionar como tal, simplemente requiere mandar unilateralmente a la fuerza de trabajo para que ésta se incorpore funcionalmente a su proceso de producción y extracción de plusvalor. En ningún momento necesita el intercambio igualitario de puntos de vista con el trabajador; es más, cuando esto sucede es porque el capital ha perdido, en la proporción en que se dé la hegemonía de sus relaciones sociales de producción y sometimiento.

En términos culturales, esta relación de sojuzgamiento de la fuerza de trabajo al capital, además de traducirse en la inculcación de la ideología burguesa, se refleja en la imposición de una relación informativa del capital sobre el conjunto de las fuerzas productivas, relación que predominantemente transporta una visión monopólica de la realidad: la interpretación de la historia por el capital.

En este sentido, no es nada casual ni extraño encontrar que desde 1830 hasta nuestros días, la organización y el desarrollo de las técnicas de información de masas, que ha creado y recuperado el capital, no pretenden generar la comunicación entre los múltiples sectores que transforman la formación social, sino que exclusivamente buscan establecer, hacia el conglomerado social, la relación informativa que demanda la reproducción del mismo.

5. A partir del análisis materialista sobre la génesis de la comunicación de masas, no sólo se descubren las anteriores perspectivas de interpretación histórica, sino, probablemente, lo más importante para las sociedades dependientes es que se revela el surgimiento de este fenómeno economicocultural como un hecho propio y característico de las formaciones capitalistas centrales, que paralela y paulatinamente a su dinámica de expansión imperial van introduciendo en las formaciones periféricas. Esto significa que desde el momento en que se introducen estas modalidades tecnológicas en las sociedades dependientes, lo que se está incorporando no es una moderna tecnología neutra que facilita y cataliza su proceso de modernización cultural, sino las condiciones materiales que permiten la circulación cultural del capital transnacional sobre las superestructuras de las sociedades locales, criollas e indígenas. Mediante la dinámica de comunicación vertical y unilateral que conlleva y exporta este proceso de circulación cultural, la ideología dominante de la economía monopólica penetra en las culturas periféricas y da origen a la dependencia cultural; ésta legitima masivamente el proyecto geoeconomicopolítico de la expansión colonialista que se da en la región dependiente, y contribuye a asentar las bases para la dominación del proyecto multinacional.

En conclusión, todo esto confirma que el origen y la evolución de los modernos aparatos de difusión colectiva y de su cultura de masas, en última instancia, no son otra realidad que una segregación superestructural, propia de las necesidades del desarrollo de las fuerzas productivas que requiere el modelo de acumulación de capital en su fase de reproducción contemporánea (Véase Anexo).

3

El condicionamiento social de los medios de información de masas

LA NATURALEZA SOCIAL DE LOS APARATOS DE DIFUSIÓN DE MASAS

Contrariamente a la concepción idealista de la información que formula que la comunicación de masas y sus instrumentos de implantación son una simple actividad humana o un simple quehacer institucional, que no guarda vinculación directa con el conjunto de procesos y de relaciones sociales que componen la estructura del sistema, y que, por consiguiente, deben ser examinados dentro del ámbito reducido de la esfera comunicacional o, cuando más, dentro de las coordenadas particulares de la instancia cultural, la concepción crítica de la comunicación que nosotros asumimos postula que la práctica masiva de la producción, difusión e inculcación cultural, son instancias atravesadas por la estructura y la dinámica de las relaciones que implica la sociedad. En consecuencia, el estudio de la comunicación de masas debe ser explicado a partir del conjunto social que lo enmarca, constituye y determina. Esto es debido a que la existencia de su específica naturaleza comunicativa no le proviene de sí misma como fenómeno superestructural, sino del todo social que, de manera múltiple y compleja, según las particularidades de cada coyuntura histórica, converge en un mismo tiempo y espacio social, originando por determinación su existencia concreta.

Esto significa que el proceso científico destinado a delimitar “críticamente” la naturaleza y función social que es propia de los aparatos de difusión de masas, como punto de partida debe evitar empantanarse en los espejismos ideológicos que, a través de una amplia gama de discursos, mitos y estrategias de ocultamiento, la clase dirigente crea sobre éstos con objeto de esconder su verdadera naturaleza y operación estructural, y conservar así su hegemonía política sobre los mismos.¹

Para superar dichos obstáculos, es necesario incorporar la comprensión, el análisis y la transformación del proceso global de comunicación e información, como parte del amplio conjunto de relaciones sociales básicas que estructuran la formación social y le dan vida como fenómeno economicocultural: la presencia

y renovación de las relaciones sociales de producción, únicos criterios y contextos que nos permiten comprender la función específica que ejercen éstos como instituciones culturales circunscritas en el todo social.²

Mediante este programa de decodificación totalizadora de los medios de difusión, podemos revelar el verdadero carácter social que les corresponde y los determina como establecimientos civiles, y la particular función estructural y superestructural que desempeñan en la organización, reproducción y articulación del bloque histórico capitalista. Esto es debido a que dicha matriz de interpretación globalizante, nos muestra la íntima relación que se teje entre el sistema de medios de difusión y la amalgama de grupos y relaciones estructurales que los animan y circunscriben, es decir, las clases sociales.

A partir de esta perspectiva de observación, descubrimos que los medios de difusión colectiva, además de mantener una estrecha y profunda relación con el conjunto múltiple y complejo de relaciones sociales que los enmarcan, guardan esencialmente una fusión privilegiada con las clases sociales que componen la formación social. Dicha cohesión es a tal grado importante que ocasiona que el carácter y la función histórica que los medios de difusión colectiva ejercen en el seno de la sociedad se encuentre en dependencia directa con el tipo y el grado de vinculación que se establece con las clases sociales. Es decir, la acción infraestructural y superestructural que a través de éstos se realiza entre los distintos sectores sociales, está profundamente mediada y determinada por el carácter de clases que les corresponde. Debido a esto, los estratos que tienen acceso político sobre los mismos los emplean como instrumentos de realización de sus políticas centrales, esto es, como vías de aplicación de sus intereses de clase.

Es por ello que, lejos de percibirlos como entidades “autónomas” o “neutrales”, hay que abordarlos como lo que históricamente son: como intermediarios tecnicoculturales de las relaciones que se dan estructuralmente entre las diversas clases sociales. Es decir, como las extensiones técnicas de los grupos sociales, mediante los cuales, según el carácter de clase que les corresponde, se efectúan colectivamente innumerables funciones económicas, políticas y culturales de los distintos conjuntos sociales que los dirigen. Por lo tanto, son instrumentos permanentemente subordinados a las directrices y tendencias de la clase o fracción de clase que les da vida: estrato gobernante o subalterno.

Esto significa que, lejos de ser instituciones aisladas o desvinculadas del proceso social, los canales de difusión de masas son instancias sociales que obran como vértices históricos, a partir de los cuales se manifiesta con su especificidad y siguiendo la dinámica histórica del momento, la totalidad del sistema en sus distintas fases y necesidades. Así, según el carácter de clase predominante que se establece en cada aparato (o que se realiza por medio de su peculiar consolidación y estructuración histórica como emisor, de su específica producción, circulación e intercambio de formaciones discursivas y del particular consumo de sus productos culturales), se expresan y actúan los múltiples intereses, necesidades, conflictos y contradicciones económicas, políticas e ideológicas de las diversas clases y fracciones de clases, nacionales y foráneas, que participan en la transformación y dirección de la formación histórica.

Sin embargo el carácter de clase que adquiere un medio —y por consiguiente la función estructural que desempeña—, especialmente en el momento de hege-

monía de la formación capitalista, no son propiedades monolíticas que expresan una sola visión del mundo y ejercen una sola operación de dirección social. Gracias a la “autonomía relativa” de la que goza en general el nivel superestructural de la sociedad, y en particular lo aparatos de difusión de masa, éstos quedan atravesados por un innumerable conjunto de intereses y orientaciones de clases que los sitúan en la dinámica propia de la lucha de clases. Esto implica que, a través de sus diversas prácticas de producción, difusión e inculcación simbólica, se expresa una gran cantidad de contradicciones sociales (fundamentales y secundarias) que los convierten en terreno activo de la lucha social.

En efecto, mediante esta perspectiva de interpretación integral, descubrimos que “el espacio de la comunicación social no es ajeno a la lucha de clases y este conflicto se expresa en los diferentes grados de elasticidad con que se producen y circulan los mensajes culturales en un momento dado. Por ello, según las relaciones de poder podremos advertir que las prácticas no sólo expresan, en muchos casos, las contradicciones interburguesas, sino asimismo el espacio que las clases populares han ido conquistando a través de sus luchas concretas”.³

Debido a ello, no podemos pensar que en el modo de producción capitalista, la práctica comunicativa se desarrolla dentro de un “modelo voluntario” de relaciones sociales, sino en el interior de una dinámica de lucha de contrarios, impuesta por el principio de desarrollo desigual de la estructura económica del sistema social. Esto manifiesta que la actividad informativa no es un producto “independiente” y “ascéptico” del nivel cultural, sino una forma y un instrumento más en el que se da y con el que se establece la lucha de clases.

Es por esto que, por ejemplo, no debemos considerar al fenómeno de periodismo como “una invención antigua entrecortada y abonada por el genio de Gutenberg u otro milagroso adelanto tecnológico. Es, ante todo, una institución social cuya trama manifiesta la generalidad de los mecanismos de producción vigentes en la sociedad, así como la especificidad de los enfrentamientos entre las clases que en ella se desenvuelven”.⁴

En síntesis, el análisis de la función social que desempeñan los aparatos de difusión de masas y el sistema global de comunicación e información, no debe centrar su esfuerzo fundamental en el desmenuzamiento descriptivo de su composición tecnologicomaterial, ni en el recuento de las versiones que sobre éstos transmiten las diversas ideologías dominantes de la comunicación colectiva, sino en el precisar qué relación existe entre el funcionamiento de los aparatos de difusión de masas y el proceso de existencia y reproducción de la formación capitalista que los enmarca. Con ello, podemos especificar la auténtica labor estructural que dichos aparatos ejercen en el seno de la sociedad capitalista contemporánea.

EL CONTROL DE LOS MEDIOS

Debido a las contradicciones estructurales que genera el principio de desarrollo asimétrico de la formación capitalista, las clases dirigentes, locales y extanjeras, se encuentran comprometidas a regular, por la vía pacífica (sociedad civil) o la vía violenta (sociedad política), los desajustes sociales que amena-

zan su existencia y reinstalación como sector en el poder. Ante tal disyuntiva, en las etapas de hegemonía social, es decir, en los periodos en que el grupo dominante mantiene la cohesión y dirección de la sociedad mediante la acción de las prácticas ideológicas, el estado capitalista, antes de recurrir a los mecanismos represivos, acude prioritaria y fundamentalmente a sus aparatos ideológicos con objeto de legitimar y reorientar, a un menor costo social, la presencia conflictiva de la clase que sustenta y representa.⁵

Es por esto que el estado capitalista contemporáneo se ve forzado a controlar y a dirigir los principales aparatos de hegemonía que le permiten construir, en la mayor y más firme cobertura social, un consenso cultural favorable que propicie su proyecto, simple y ampliado, de acumulación de capital. Dentro del registro inmenso de establecimientos ideológicos con que cuenta el estado capitalista moderno para aplicar su política de fetichización y conducción cultural de las sociedades centrales y periféricas, los medios de difusión de masas (televisión, radio, cine, prensa, etc.), y muy en especial los medios electrónicos de transmisión colectiva, aparecen como los aparatos hegemónicos de mayor potencial socializador. Con ello efectúan y reafirman habitualmente al bloque histórico dominante, en función a las diversas necesidades de existencia, reproducción y transformación que presenta el capital, nacional y transnacional, en sus múltiples articulaciones de desarrollo. Es a través de éstos que el sector hegemónico alcanza su mayor capacidad de organización y dirección colectiva de la sociedad.⁶

De aquí que, con el fin de conservar el equilibrio que requiere el reino del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención adecuada del estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y organizar, alrededor de su programa integral de crecimiento y sujetamiento social, al sistema global de comunicación e información y, muy en particular, a los medios de difusión colectiva. Dentro de estos últimos, monopolizan prioritariamente a los técnicamente más avanzados, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de alineación colectiva.⁷

Es decir, debido a que la opinión pública que crean los medios de difusión, además de ser el vínculo que cohesionan psicológicamente a los distintos individuos de las diversas clases sociales de los múltiples modos de producción que coexisten simultáneamente en el mismo tiempo y espacio histórico de la formación social, es también “el contenido político de una voluntad política que puede ser discordante”⁸, la clase gobernante se ve orillada a mantener el control de los mismos. Este control le representa una condición indispensable para conservar su equilibrio autoritario. Por ello, con el objeto de instaurar un sólido consenso ideológico que propicie la existencia y reproducción de los intereses del capital nacional e imperial, el sector hegemónico se encuentra inevitablemente forzado a desarrollar “la lucha por el monopolio de los órganos de la opinión pública: periódicos, partidos, parlamento, de manera que una sola fuerza modele la opinión y de este modo la voluntad política nacional; dispersando los desacuerdos en fragmentos individuales y desorganizados”.⁹

Con su intervención en los medios, la clase dirigente irradia de la manera más amplia, rápida y sencilla su mitología de subordinación sobre los múltiples campos de conciencia de los diversos agentes sociales que conforman al sistema

social, particularmente, sobre aquellos que constituyen el soporte de la formación capitalista: la fuerza de trabajo asalariada y el sector proletario en general. Mediante ello, alcanza en el menor tiempo y costo posibles, las más amplias movilizaciones sociales que le permiten organizar y gobernar masivamente, en favor de la conservación y reproducción de su proyecto de extracción y acumulación de valor, a la vida económica, la práctica política y la acción cultural; en una idea, a la sociedad entera.

Por consiguiente, en la etapa actual del capitalismo moderno, no podemos ignorar que el grupo gobernante posee, en todo momento, la clara conciencia de que "en la medida en que monopolice a los medios de producción y domine la estructura de poder de la información, será su visión particular del mundo la que tendrá que imponerse como visión general de ese mismo mundo".¹⁰

Esto significa que, en las formaciones capitalistas actuales, "el control de la opinión pública es el mejor instrumento para garantizar el buen funcionamiento de la presión política y para asegurar el apoyo de los movimientos políticos aliados a los intereses de los grupos de presión (...) Estos medios sustituyen las formas directas de modelar la opinión pública tradicional. De muy poco resultan los mítines, conferencias, etc., frente al poderío de la comunicación de masas. De allí que los grupos de intereses económicos y políticos organizados busquen dominar estos medios de comunicación para consolidar su influencia sobre los órganos de poder".¹¹

En consecuencia, en las sociedades dependientes de América Latina, observamos que "al conservar su poder manipulativo sobre los medios de difusión, burguesía e imperialismo no sólo pueden difundir su retórica de la conspiración, sino actualizar (también) cotidianamente el sistema cultural que sirve de sustentación a este proyecto de defensa de sus intereses coyunturales. No sólo pueden promover y legitimar los "vestales de la libertad", sino que hacen de la institucionalidad y de la vivencia de ésta última en cada individuo, un mecanismo activo de recuperación o de dilución de los cambios impulsados por el adversario de clase".¹² Es por ello que el gran capital monopólico domina progresivamente los medios de comunicación, de educación y de producción intelectual, y somete también al estado y a la burocracia estatal (entre ellos los militares). Crea una nueva estructura de poder bajo el control del capital monopólico integrada internacionalmente.¹³

Sin embargo, "si bien este dominio nunca es completo, si llega a copar a los medios de comunicación más poderosos, y su mantención es una cuestión de vida o muerte para el sistema dominante, que económicamente ya no es capaz de legitimarse. En caso de que al sector gobernante se le escape este dominio, la discusión libre de las alternativas del desarrollo sería suficiente para derrumbar el sistema. Esto explica por qué los poderes políticos que llegan a enfrentarse con las alianzas de clases existentes, se enfrentan a la vez (con una conciencia cada vez más clara) con la estructura dominante de los medios de comunicación de masas".¹⁴

Por otra parte, la regulación de los canales de difusión de masas no se realiza en el mismo grado, forma y sentido en cada coyuntura de la formación social. Varía esencialmente respecto del tipo de correlación de fuerzas económicas, políticas y culturales que se entablan en el interior y el exterior del sistema social. Por ello, constatamos, en última instancia, el establecimiento de una

relación de dependencia directa entre la aplicación y conformación de los procesos de comunicación y los grados de articulación de la sociedad: a mayor crisis social, mayor sujetamiento de los medios y del conjunto de establecimientos culturales, es decir, menor “autonomía relativa” de los aparatos de difusión. A menor crisis estructural, menor dominio sobre los medios y sobre todo el nivel cultural, es decir, mayor “autonomía relativa” de la superestructura de conciencia social y de sus soportes materiales.

Esto revela que la estructura de poder de los aparatos de difusión, en última instancia, está calcada sobre la geografía que traza la dinámica de existencia y reproducción del capital; responden a sus necesidades coyunturales y evolucionan al ritmo de su expansión histórica.

Por tanto, es a partir de este criterio de interpretación global que podemos comprender por qué en situaciones de crisis orgánica se vuelve indispensable para la clase en el poder el control creciente de los canales de difusión. A través de éstos, el estado difunde la información seleccionada, organizada y disciplinada que le permite, por una parte, atenuar la anarquía cultural y el consecuente caos social que genera el ascenso de la conciencia proletaria dentro de los establecimientos dominantes; y simultáneamente, por otra, la capacita para refuncionalizar colectivamente su programa de explotación y subordinamiento social. Es por esto que, en los momentos en que la burguesía pierde las riendas del poder político, adquiere la conciencia de que debe ganar la hegemonía de los lugares que le han permitido detentar ese poder (televisión, radio, cine, prensa, etc.), como una forma de reconquistar el espacio perdido. En otros términos, en coyunturas de inestabilidad social encontramos que “con el aumento de importancia de las mitologías, aumenta igualmente la importancia del dominio sobre los medios de comunicación”.¹⁵

De aquí la relevancia que tiene para el sector dominante intervenir económica, política e ideológicamente en todos los momentos de la acción estructural que ejecutan los medios de difusión masiva: controlarlos significa controlar las conciencias a través de la legitimación cotidiana y masiva de las bases del poder de una clase; esto es, reducir al silencio a la clase explotada.

En síntesis, observamos, con diversos grados y variantes, que en el modo de producción capitalista, el sector dirigente mantiene como constante histórica el control social de la estructura y dinámica del sistema de producción, distribución, e inculcación cultural.

EL CARÁCTER HEGEMÓNICO DE LOS APARATOS DE COMUNICACIÓN

A partir de la dinámica de subordinamiento social a que como instituciones superestructurales de la formación capitalista están sometidos los medios de difusión de masas, éstos quedan sobredeterminados orgánicamente por las mismas leyes de la estructura de clases que condicionan a la suma de instancias existentes a nivel simbólico de dicha totalidad social. Esto quiere decir que, debido a la dominación política que para mantener su presencia y renovación como grupo en el poder, la clase dominante ejerce sobre la totalidad de agentes,

instituciones y relaciones sociales, un gran número de elementos de la estructura social (especialmente los más neurálgicos para la conservación y reproducción de su equilibrio), gravitan alrededor de sus necesidades y tendencias de clase. Ello provoca que el conjunto de medios de difusión —particularmente los técnicamente más avanzados—, como aparatos estratégicos para la formación de su señorío cultural, operen al servicio de sus intereses hegemónicos.

Este sujetamiento de los medios, origina el establecimiento de una íntima relación de dependencia entre éstos y las aspiraciones y necesidades de la clase gobernante. A través de ella, los canales de trasmisión adquieren el carácter de la clase dominante que les da vida como aparatos legitimadores de sus contradicciones sociales. Esto significa que, como instrumentos culturales agudamente persuasivos y ágiles movilizadores de las conciencias de las masas, los medios contraen en su práctica productiva, difusora e inculcadora de ideologías, el carácter del programa imperante que los crea, los sustenta y los enmarca. En términos generales, este carácter tiende a la organización permanente de una irracional mecánica social que incrementa su monto de acumulación de capital.

Es por ello que, según los requerimientos estructurales de cada coyuntura histórica, en mayor o menor grado, los aparatos dominantes de trasmisión colectiva participan intensamente en la defensa y reproducción ideológica del proyecto de desarrollo desigual que elaboran y establecen las diversas fracciones de clases que constituyen el bloque en el poder, y cuyo principal ejecutor es el estado. Esto implica que dichos aparatos no únicamente esquivan el impulso y la difusión de la conciencia, y prácticas disidentes, sino que, a través de la organización y dirección funcional de las esferas económica, juridicopolítica y cultural, actúan sobre la estructura material y social de la formación capitalista, colaborando a resolver las necesidades superestructurales que requiere la supervivencia y renovación del capital.¹⁶

Mediante esta sobredeterminación de clase, los medios de difusión condicionan, en última instancia, la función económica, política e ideológica que desempeñan como aparatos hegemónicos del estado en la base y la superestructura del bloque histórico dependiente.

Por tales razones, es preciso combatir la principal ideología dominante que sobre la comunicación de masas, se cierne en la sociedad contemporánea: la ideología tecnocrática. Dicha concepción, con el objeto de ocultar y legitimar el carácter hegemónico de los aparatos utilizados por la clase en el poder, recurre a una estrategia de representación idealista que los muestra ante las conciencias de las masas como sencillas instituciones “educativo-culturales”, que poseen una naturaleza social “neutra” y “apolítica”, y que les permite efectuar sus funciones ideológicas al margen de los intereses de las clases que los detentan.

A partir de esta lógica, la clase dirigente hace aparecer a la tecnología comunicativa como independiente de los usos y sectores sociales que la gobiernan y administran. Con ello, asienta las bases culturales que avalan el análisis y la transformación de los medios desde una perspectiva atomista de interpretación; es decir, autoriza el “estudio científico” y el “cambio social” de la comunicación de masas, desde la misma comunicación de masas. Mediante estos recursos, la ciencia de la información y la práctica cultural de la difusión colectiva alcanzan su estatuto autónomo dentro del conjunto de prácticas sociales, y con ello, el funcionalismo y la reacción ideológica reinan como estrategias culturales.

Es en esta forma como los establecimientos de difusión social son controlados y legitimados, parcial o totalmente, por la clase en el poder, y se convierten, según su grado de subordinación, en los principales aparatos ideológicos de dominación mental. Asimismo, a través de ellos construye masivamente su hegemonía cultural que le permite existir, reproducirse y transformarse como sector dominante, sin necesidad de recurrir a la intervención violenta de sus aparatos represivos de estado.

Dicha operación de subordinación institucional se realiza a través de la aplicación de diversos mecanismos de control que el grupo en el poder aplica, directa o indirectamente, sobre los múltiples canales de transmisión social. Esto se hace con el objeto de alcanzar la suficiente dirección política que le permita mantener sobre los mismos una adecuada incondicionalidad ideológica.

En síntesis, constatamos que, si bien el aspecto técnico de los medios de difusión colectiva afecta la calidad de sus productos culturales, su contenido y su signo ideológico no dependen, fundamentalmente, de la existencia y renovación tecnológica de éstos, sino de la forma en que son empleados y manejados por la minoría hegemónica que administra y dirige al sistema total en favor de su beneficio particular: "su valor de uso consiste principalmente en su aporte a la producción y reproducción del sistema".¹⁷

EL CONDICIONAMIENTO ESTRUCTURAL

La intervención de la clase dirigente local o foránea sobre los medios de transmisión de masas para convertirlos en sus principales aparatos de conducción cultural en los momentos del "equilibrio hegemónico", no se realiza en forma automática y directa, sino por medio del sometimiento de los siguientes factores primarios, que determinan su naturaleza dominante: la propiedad de los medios, su desempeño como industrias culturales, su financiamiento institucional y su marco jurídico.

A partir del condicionamiento de dichas variables estratégicas, se sobre determina el carácter de clase de numerosas variables secundarias que contribuyen a definir la función cultural que éstos ejercen. Entre las principales causas secundarias sobresalen:

Con respecto a la producción del sentido:

1. El control de los ideólogos o profesionales que elaboran el discurso dominante.
2. El subordinamiento de la forma y el contenido de las significaciones que se producen.

Con respecto a la circulación de la significación:

1. La determinación del tipo de discurso que se emite.
2. La dirección y velocidad de vehiculación cultural: sometimiento generalmente monopólico de las agencias trasmisoras de información.
3. El gobierno privado de la tecnología comunicativa que se emplea para la irradiación cultural.

Con respecto al consumo discursivo.

1. La dinámica de infusión cultural que se ejerce entre emisor y receptor.¹⁸

Mediante el control hegemónico de estos factores primarios y secundarios, en las sociedades capitalistas dependientes, especialmente de América Latina, se genera una doble determinación estructural de los medios que converge en la lucha por la instauración de un doble proyecto dominante de desarrollo social: el programa de acumulación de capital de la burguesía nacional y el proyecto imperialista de acumulación de valor. De esta forma, en las sociedades periféricas los medios contraen un doble carácter: su carácter oligárquico nacional y su carácter transnacional. Se convierten, así, en los aparatos culturales que vigilan la conservación y reproducción superestructural de las relaciones de producción imperiales y de las condiciones de trabajo regionales.¹⁹

Aunque ambos intereses afectan en mayor o menor grado la estructura de poder de los medios, unos y otros se caracterizan por mantener el control sobre estas diversas vinculaciones de dominio, según sean las coyunturas económico-políticas por las que atraviesan. Esto permite que en las sociedades dependientes, la función reguladora de los medios dominantes se encuentre unilateralmente coordinada por el poder nacional y el poder imperial.

La propiedad

En el modo de producción capitalista, el primer factor que determina prioritariamente la función ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas es su propiedad jurídica. Es por medio de ésta que el propietario obtiene el derecho de usar, gozar o disponer ampliamente de él, según sean sus intereses y necesidades de existencia y renovación material.

Mediante el gobierno legal que se ejerce sobre los medios, el dueño obtiene la facultad de orientar la función cultural que éstos desempeñan hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que, por lo común, coinciden con los intereses que movilizan a la clase en el poder.²⁰ Esto se debe a que, en términos generales, la propiedad de los trasmisores, especialmente de los que están tecnológicamente más avanzados, se encuentra condicionada a la posesión de un fuerte capital inicial que requiere ser invertido para darle vida como "industria cultural". De ordinario, la forma más viable de obtener esta acumulación originaria es a través de la concentración de la plusvalía que genera el proceso de extracción de valor del sistema económico capitalista, cuando explota al conjunto de las fuerzas productivas.

El desmontaje de esta centralización de poder nos remite a descubrir que, en el común de los casos, en la sociedad capitalista los propietarios de los medios pertenecen al mismo sector dirigente que está en constante articulación simbiótica con las principales fracciones de la clase dominante que controlan y dirigen las ramas fundamentales de la producción social donde actúan. Esta relación de mutua dependencia es la que los lleva a quedar determinados por la amalgama de intereses que configuran al estrato en el poder.

La congregación del gran capital en manos de un reducido estrato permite

paralelamente, a nivel cultural, que “los medios de comunicación más importantes estén en manos de las respectivas oligarquías o de las nuevas burguesías industriales y comerciales o en la de los intermediarios de los grupos de dominación externa en el poder. Estos grupos propietarios forman, en su gran mayoría, parte integral de las fuerzas económicas dominantes, y se encuentran por lo general estrechamente vinculados a los mandos de poder nacional y hegemónico. Esta realidad origina que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación sea muy alta, por lo que la capacidad de manipulación de la opinión pública (...) y de crear marcos que se adecuen a sus intereses, es sumamente elevada”.²¹

El monopolio constitucional de los canales de transmisión, por parte de un muy estrecho sector hegemónico, permite que los “medios de información y comunicación no sean sólo negocios, sino que pertenezcan a los grandes negocios. La norma de concentración manifiesta en todas las demás formas de empresa capitalista es evidente aquí también: la prensa, las revistas y los libros, los cines, los teatros y también la radio y la televisión, dondequiera que sea han sido de propiedad y han pasado a ser, cada vez más, propiedad de un número pequeño y constantemente decreciente de empresas gigantescas, que tienen intereses mixtos en diferentes medios de la información y difusión, y también a menudo, en otras esferas de la empresa capitalista”.²²

Este dominio y centralización de la posesión jurídica por parte de los grupos dominantes, constituye el fundamento político que permite manejar la producción, distribución y el consumo de los bienes culturales que crean los aparatos de la cultura de masas, según los lineamientos privados que propician la existencia y reproducción de las relaciones de producción capitalista, y del aparato social que las organiza y legitima. Por esta razón, desde el punto de vista ideológico, encontramos que “quienes poseen y controlan a los medios masivos de información y difusión en el mundo capitalista, pueden ser obviamente hombres cuyas inclinaciones ideológicas van desde lo sólidamente conservador hasta lo profundamente reaccionario; y, en muchos casos, sobre todo en algunos periódicos, el influjo de sus opiniones es inmediato y directo, en el sentido, liso y llano, de que los dueños de periódicos no se han limitado sólo a ser dueños de los mimos, sino también han controlado firmemente sus puntos de vista políticos y el contenido de sus editoriales, y los han convertido, mediante una inversión constante, incluso diaria, en vehículos de sus opiniones personales”.²³

De esta forma, a través del control legal que la clase en el poder ejerce sobre la propiedad de los canales de transmisión, éstos se convierten en sus principales aparatos de dominación ideológica, a través de los cuales se realiza su cotidiana conquista psicológico cultural de la conciencia de los grandes sectores de las fuerzas productivas y del proletariado en general. Con ello, por una parte, puede movilizarlas según la dinámica de sus intereses orgánicos, que son, en última instancia, las demandas de conservación y renovación del capital; y por otra, impide en los sectores subalternos el surgimiento de una conciencia de clase para sí que sitúe en cuestión, más allá de los márgenes del control político de los aparatos de estado, su sistema de coerción y dirección social.

En suma, observamos que en la sociedad capitalista dependiente, con diversos grados y variantes, la propiedad de los medios de difusión de masas, en última instancia, se encuentra en manos del capital nacional y transnacio-

nal. Esto condiciona que la administración y el aprovechamiento de los mismos se ejerza en función de las necesidades privadas de conservación y reproducción de las relaciones sociales que le dan vida como motor de la historia desigual.

Su desempeño como industriales culturales

Otro factor que, derivado del tipo de posesión jurídica que se aplica sobre éstos condiciona la práctica cultural que desarrollan los aparatos de comunicación de masas, es la función histórica que ejercen como industrias culturales. Es decir, aunque no todos los aparatos de comunicación de masas operan como negocios en el modo de producción capitalista a partir de la saturación de las áreas de inversión rentable del capital central y del surgimiento de la contradicción que enfrenta el capital monopólico para vender la masa de mercancías producidas en su fase industrial, la tendencia mayoritaria de éstos²⁴ y del complejo global de comunicación información, emerge y se desarrolla como una nueva zona histórica de reinversión lucrativa del capital productivo. Por lo tanto, se inclinan a funcionar como empresas culturales.

Con el provecho, en algunos casos, de las concesiones otorgadas por el estado capitalista, y en otros, ejerciendo su derecho de propiedad privada de los mismos, el común denominador de los aparatos de la cultura de masas es que tienden a producir y acumular capital vía explotación de la fuerza de trabajo asalariada que labora dentro de los mismos, y vía el encarecimiento de la información mercancía que elaboran dentro de su proceso de producción cultural.²⁵

Es precisamente esta última modalidad la que, por su naturaleza netamente comercial, los convierte en los principales instrumentos de acumulación de capital en el nivel superestructural. Simultáneamente, esto mismo los transforma en un radical filtro económico que muy difícilmente puede ser superado por los recursos del proyecto proletario en el marco del orden establecido. Así, observamos que los registros más recientes revelan que para participar en la orientación y dirección de los aparatos de difusión de masas, los sectores sociales del capitalismo central interesados en utilizar las ventajas materiales de éstos, deben invertir como mínimo una alta cuota de capital variable (véase tabla 3.1).

Incluso, esta participación ha sido tan restringida por el modelo comercial de la televisión capitalista que, en algunas áreas culturales, sólo los grandes sectores monopólicos del capitalismo central o transnacional pueden cubrir los requisitos de acceso a los aparatos de masas, marginando la intervención de la pequeña burguesía y, obviamente, de las fracciones subalternas.

Los casos más recientes se encuentran nuevamente en Estados Unidos, donde en 1973 la hora de costo de producción de programas como *Gunsmoke* y *Columbo* o *Marcus Welby, M.D.*, asciende a un promedio de 200 000 a 250 000 dólares, sin que éstas sean las emisiones más costosas. En 1971 y 1972, el costo de transmisión de dos *spots* de 30 segundos en alguno de los programas populares como *Gunsmoke* y *The Odd Couple* en 13 semanas de la estación elegida, excede al millón de dólares. El costo de un *spot* de 30 segundos en el programa *The Carol Burnett Show* en el periodo de primavera, asciende a 17 000, y para el

Tabla 3.1. Costos de participación de los sectores sociales estadounidenses en T. V., radio, revistas y periódicos en 1970 y 1977²⁵.

Unidad publicitaria	1970*	1977*
Tiempo de primera en televisión de 30 segundos.	\$21 000	\$43 000
Tiempo diurno en televisión de 30 segundos.	3 550	7 200
Mensaje comercial marginal en televisión de 30 segundos (en todos los mercados).	8 100	16 000
Tiempo de 60 segundos en radio (promedio de 4 estaciones).	1 500	2 350
Mensaje comercial de 60 segundos en radio (todos los mercados).	5 500	7 900
Revista, 4 páginas en color (promedio de las 50 más importantes).	19 000	22 500
Periódico, página en blanco y negro (promedio diario).	1 760	3 050

* Estas cifras son promedios; los programas y las publicaciones individuales pueden ser radicalmente diferentes. (Fuente: *Annual Review of Media*, Media Decisions, agosto de 1977 y compras actuales).

invierno, ese mismo tiempo en el programa *The Nicolas Show* se eleva a 64 000. En 1977, un minuto de programación en el tiempo de primavera en televisión costaba 100 000.²⁶

Esta situación se incrementa para el periodo 1977-1978 en el cual se observa que, el costo de participación publicitaria de 30 segundos en la serie *Los ángeles de Charlie*, que fue transmitida por la cadena ABC, ascendió a 115 000 dólares.²⁷

Este mismo margen obtuso que no da cabida a la expresión de los intereses proletarios a través de la difusión de masas, lo hallamos también en el capitalismo periférico, en donde con otras modalidades y controles proporcionales se relega igualmente la participación cultural de los sectores trabajadores. Una situación ilustrativa la presenciamos en la estructura económica del sistema de aparatos de difusión de masas del capitalismo mexicano. Para participar en éstos, se requiere la disposición e inversión del siguiente capital variable (veáanse tablas 3.2, 3.3 y 3.4).

Al particularizar lo anterior en la televisión mexicana, encontramos, por ejemplo, que en 1978 el consorcio mexicano Televisa, durante la transmisión del fútbol en cadena nacional y por el sistema Univisión (red de difusión que transmite en varios estados de la Unión Americana), cobraba los domingos 63 300 pesos por anuncios de un minuto, 42 200 pesos por 40 segundos y 21 100 pesos

Tabla 3.2. Costos de participación de las distintas fracciones de clases mexicanas en la televisión en el Distrito Federal en 1979*

Televisión (Televisa canal 2)						
Horario "AAA" (19:30 a 24 hrs.)		Horario "AA" (17:00 a 19:30 hrs.)		Horario "A" (24:00 a 17:00 hrs.)		
Tiempo de duración	Precio en corte	Precio dentro del programa	Precio en corte	Precio dentro del programa	Precio en corte	Precio dentro del programa
20 segundos	\$21 600 00	\$26 400 00	\$16 800 00	\$18 000 00	\$ 9 600 00	\$12 000 00
30 segundos	\$32 400 00	\$39 600 00	\$25 200 00	\$27 000 00	\$14 400 00	\$18 000 00
40 segundos	\$43 200 00	\$52 800 00	\$33 600 00	\$36 000 00	\$19 200 00	\$24 000 00
60 segundos	\$64 800 00	\$79 200 00	\$50 400 00	\$54 000 00	\$28 800 00	\$36 000 00

* Fuente: Medios audiovisuales. Tarifas y datos, Medios Audiovisuales Mexicanos, S. A. de C. V., núm. 81. México, marzo-mayo de 1979, pág. 174.

Tabla 3.3. Costo de participación de las distintas fracciones de clases mexicanas en la radio en el Distrito Federal en 1979*

Radio (Radio felicidad - XEFR)	
Tiempo de duración	Costo
5 segundos	\$ 69.00
10 segundos	\$ 88.00
20 segundos	\$ 116.00
30 segundos	\$ 146.00
40 segundos	\$ 205.00
60 segundos	\$ 311.00

* Fuente: Medios audiovisuales. Tarifas y datos, Medios Audiovisuales Mexicanos, S. A. de C. V., México, marzo-mayo de 1979, pág. 97.

Tabla 3.4. Costos de participación de las distintas fracciones de clases mexicanas en la prensa en el Distrito Federal en 1979*

Sección y tamaño		Prensa (Periódico: El Heraldó de México)			
		Precio por tipo de impresión en línea ágata			
		Blanco y negro	Un color adicional	Dos colores	Selección de color
P r i m e r ó n	Plana par	\$ 22.50	\$ 25.50	\$ 26.50	\$ 30.50
	Plana impar	\$ 24.00	\$ 26.50	\$ 29.00	\$ 32.00
	Plana 2	\$ 42.50	\$ 46.50	\$ 48.00	\$ 50.50
	Plana 3	\$ 52.00			
	Plana par financiera	\$ 24.00			
	Plana impar financiera	\$ 25.50			
Sección de sociales	Plana par	\$ 22.50	\$ 25.50	\$ 26.50	\$ 30.50
	Plana impar	\$ 24.00	\$ 26.50	\$ 29.00	\$ 32.50
Cualquier Sección Planas Completa	Página par	\$ 43 000.00	\$ 49 900.00	\$ 56 800.00	\$ 60 150.00
	Página impar	\$ 46 450.00	\$ 53 250.00	\$ 60 150.00	\$ 63 600.00
	Contraportada	\$ 48 200.00	\$ 55 000.00	\$ 61 900.00	\$ 65 350.00
	Deportes	\$ 41 300.00	\$ 48 200.00	\$ 55 100.00	\$ 58 450.00
	Balances y sorteos	\$ 51 650.00	\$ 58 600.00	\$ 65 300.00	\$ 68 800.00
	Reportaje en primera plana de sociales	\$ 68 800.00			\$ 86 000.00
Cualquier Sección, publicidad comercial o política	Gaceta (línea ágata)	\$ 75.00			
	1 plana	\$ 71 300.00			
	1/2 plana	\$ 35 650.00			
	1/4 plana	\$ 17 825.00			
	Anuncios menores a 1/4 de plana (línea ágata)	\$ 39.00			

* Fuente: Medios impresos. Tarifas y precios, Medios Publicitarios Mexicanos, S. A. de C.V., núm. 81, México, febrero-abril de 1979, págs. 49 y 50.

por 20 segundos. En caso de transmisión por el canal 8, que tenía menor audiencia, en tiempo de futbol, las tarifas para anuncios eran menores: 30 000 por un minuto y 15 000 pesos por 30 segundos.²⁸

Con el funcionamiento de esta tendencia lucrativa, los medios de comunicación colectiva abandonan su función social y se convierten en fuertes industrias culturales, cuyo objetivo es la conquista de la máxima ganancia. Así, observamos que en 1979 la televisión comercial estadounidense, sólo por venta de anuncios comerciales, percibía anualmente más de 161 millones de dólares.²⁹

Por otra parte, la industria cinematográfica estadounidense también obtiene ganancias multimillonarias. En efecto, en 1977 constatamos que nada más en E.U.A. y Canadá, la película *La guerra de las galaxias* obtiene ingresos por más de 275 millones de dólares. Esta cifra es rápidamente superada en 1979, cuando la película *Supermán I*, que realiza la Salkin Organization con un costo de 25 millones de dólares, alcanza una recaudación récord de un millón de dólares diarios, que para principios de ese año alcanzó el total de 75 millones de dólares.

En 1980, la Warner Communication realizó la continuación del film y produjo la película *Supermán II*, que en 1981 rindió utilidades por más de 250 millones de dólares en E.U.A., y 70 millones de pesos en México. Pero para el imperio Warner, *Supermán* no es sólo una película o una serie de películas, sino constituye una amplia industria cultural. Así, vemos que una rama de su imperio, la Warner Bros., financió en parte y distribuyó la película obteniendo 140 millones de dólares de ganancias. Otra compañía de Warner, D. C. Comics, publica el libro sobre "El hombre de acero". La Licensing Corporation of America, también de la Warner, ganó 200 licencias para más de 1 200 productos que incluyen cinturones, camisetas, relojes, fundas para almohadas, jabones, etc. Finalmente, la Warner Publishing publicó calendarios, novelas sobre las películas y hasta un diccionario de *Supermán* para niños.

Además de la perspectiva económica anterior, esta industria ideológica encierra otro fenómeno de conciencia: la tendencia a la estandarización cultural mundial. De esta forma, comprobamos que en 1978 la primera cinta se estrena en Estados Unidos en más de 750 salas cinematográficas. En 1981, la segunda película desplaza en México a 30 cintas mexicanas, "enlatadas" en los últimos tres años por falta de salas de presentación, y se estrena simultáneamente en 50 salas de la República Mexicana, de las cuales 32 están en la capital. En este mismo año, *Supermán II* llega aproximadamente a 160 teatros en todo el Japón, y las cadenas de televisión y prensa promocionan la película durante meses, de Tokio a Osaka.³⁰

Al sumar un conjunto de éxitos comerciales, la industria cinematográfica estadounidense alcanza en 1981 una acumulación récord de 2 970 millones de dólares, contra 2 749 millones del año anterior. De esta manera, crece un 8.9% más y se afianza como negocio multimillonario, altamente permeable para la reproducción ampliada del capital.³¹

De esta forma, ocasionado por su alto costo de compra de tiempo o de espacio en los medios dominantes, los sectores trabajadores casi no tienen posibilidades significativas para intervenir en la orientación de la producción, transmisión e inculcación cultural que efectúan los medios hegemónicos, con el fin de difundir a través de éstos sus múltiples intereses de cuadros subalternos. Con

ello, la cotidiana dirección moral de la sociedad, fundamentalmente, queda en manos de las fracciones dominantes que gobiernan la formación social.

Esta realidad significa que, además de haberse convertido en los principales aparatos de hegemonía por el alto desarrollo de sus propiedades materiales (amplio radio de acción ideológica, temprana multisocialización de la conciencia, gran capacidad de legitimación continua y acelerada, enorme poder de formación del consenso y de movilización de los agentes sociales), los aparatos de difusión de masas funcionan bajo la estructura de operación vertical que imponen las necesidades de existencia y reproducción del capital. De aquí, un argumento más por el cual los sectores dominantes los emplean como sus principales aparatos de hegemonía.

El financiamiento institucional

La propiedad privada de los aparatos de difusión masiva constituye el factor principal que determina prioritariamente, en última instancia, la operación cultural que desempeñan éstos en la estructura del modo de producción capitalista. Aunado, pero subordinado a esta primera variable, el financiamiento económico de su actuación, especialmente de la trasmisión de sus mensajes, constituye el segundo factor, que en última instancia, y en forma más rígida y directa que la primera, condiciona la función cultural que desempeñan éstos en el interior de la superestructura social y en la articulación del bloque histórico de la formación capitalista.

La primacía de la propiedad jurídica de los canales sobre el financiamiento económico de los mismos en la determinación de su producción discursiva, se debe a que la primera es el principal factor social que otorga el poder y el gobierno más amplio sobre los medios de difusión. De esto se deriva que el resto de elementos que contribuyen a definir su específica función superestructural, quedan sobredeterminados por las directrices centrales que impone el primero. Por ello, el financiamiento total o parcial de sus operaciones queda sujeto a las políticas de aceptación o de rechazo que señalan sus propietarios, ya que son éstos quienes detentan el poder definitivo sobre dichos aparatos, y quienes, en última instancia, deciden el grado y la forma de la orientación ideológica que debe adoptar ante las diversas coyunturas por las que atraviesa el desarrollo social.

Sin embargo, no obstante encontrarse subordinado el financiamiento económico de los transmisores a los lineamientos materiales, políticos y culturales que indican sus propietarios, entre los primeros y los últimos hay una permanente relación bilateral de dependencia de clase: una simbiosis de clase. Es decir, por una parte, para mantener en marcha la operación cultural de los transmisores y realizar su proceso de extracción de valor como empresas económicas que también son, los propietarios de tales negocios se encuentran fuertemente necesitados de los grandes capitales acumulados por los sectores, nacionales y extranjeros, económica y políticamente poderosos. Por lo común, éstos dominan las más relevantes ramas de la producción nacional: sector primario, sector secundario y sector terciario. A su vez, por otra parte, el gran capital que los financia se ve obligado a emplearlos para conquistar, por un lado, la realización masiva de su ciclo económico, mediante la difusión y venta colectiva de sus mer-

cancias y, por otro, para legitimar las contradicciones sociales que genera la existencia simple y la reproducción ampliada de los diversos tipos de capitales que controlan y administran en su favor: el capital financiero, el capital industrial y el capital comercial. Así, con objeto de obtener los beneficios superestructurales que aportan tales complejos culturales, los sectores dirigentes financian la operación global de los mismos, orientando orgánicamente su desempeño estructural como "industrias culturales". De aquí que tales fracciones hegemónicas (burguesía comercial, burguesía industrial, burguesía financiera, etc.) alcancen a ejercer o imponer fuertes influencias políticas en la determinación de la función y dirección hegemónica que éstos desempeñan. Dichas presiones no varían mucho de las políticas que ejercen sus propietarios, puesto que desde un punto de vista global, ambos sectores, con ligeras variantes y contradicciones secundarias, patrocinan y defienden el mismo proyecto de desarrollo y de cohesión social que se ejecuta en la formación dependiente. En consecuencia, en el modo de producción capitalista, debido a la necesidad de mutuo apoyo a la dependencia recíproca que existe entre los propietarios y los financiadores de los medios, no encontramos grandes discrepancias ni conflictos agudos en las directrices de operación social que fijan unos y otros, ya que ambos constituyen al sector dirigente y, por consiguiente, dentro de una perspectiva global, comparten los mismos intereses de la clase en el poder: los intereses del capital.

Este control que realizan las diversas fracciones de la clase hegemónica sobre los canales masivos de difusión, para convertirlos en sus principales aparatos de irradiación y subyugación ideológica, se efectúa esencialmente con las dos siguientes modalidades:

1. Por medio de la total o parcial subvención económica que realizan las principales fracciones de la clase económica y políticamente poderosa, especialmente, mediante el estado que financia y ampara las operaciones de los canales con el objeto de adquirir, sobre la dirección ideológica de los mismos, el suficiente poder político que le permita orientar su producción, distribución e inculcación cultural hacia la protección y conservación de sus intereses dominantes. Los convierte, así, total o parcialmente, en sus aparatos ideológicos de dominación y alineación mental.

2. Por medio de la inversión de fuertes capitales, que principalmente el sector comercial e industrial gasta por concepto de publicidad en las diversas instituciones de inculcación colectiva, con el fin de dar a conocer en forma masiva sus múltiples productos y, a su vez, provocar el consumo masivo de los mismos. Esto les permite obtener un poder casi absoluto, no directamente sobre la naturaleza jurídica del mismo, sino sobre el espacio de difusión temporal que adquieren para su comercialización.

Dichas inversiones llegan a ser tan altas que, por ejemplo, en 1980, las 3 grandes cadenas de televisión comercial de Estados Unidos (Columbia Broadcasting System, National Broadcasting Company y la American Broadcasting Company), superaron el récord de facturación publicitaria de su historia, con ventas superiores a los 5 mil millones de dólares. Sobre un total de 558 anunciantes en todo el país, apenas cinco grandes corporaciones gastaron casi 20% del monto final. Los cinco principales anunciantes, gastaron 936 millones de

dólares en 1980, y los 10 primeros invirtieron 1 300 millones de dólares. Esto revela el alto grado de concentración de la inversión publicitaria y el poder que ésta suscita en términos de influencia de los anunciantes sobre los medios.

Los diez primeros anunciantes de las tres grandes cadenas de televisión comercial de Estados Unidos en 1980 son:³²

<i>Anunciante</i>	<i>Dólares</i>
1. Procter and Gamble	361 066 700
2. General Foods	201 488 400
3. Ford Motor Company	125 701 500
4. American Home Products	123 911 900
5. General Motors	123 498 900
6. Bristol Myers	106 061 100
7. Phillip Morris	97 392 200
8. Johnson and Johnson	90 471 500
9. Pepsico	88 822 100
10. Sears Roebuck	86 951 500
Primeros cinco anunciantes:	935 667 400
Primeros diez anunciantes:	1 307 910 810

La presencia de Ford y General Motors entre los cinco primeros demuestra la importancia concedida por la industria automovilística a la publicidad por medio de las cadenas de televisión. Un panorama completo de lo gastado por este sector en 1980 da estos resultados:

<i>Anunciante</i>	<i>Dólares</i>
1. Ford Motor Company	125 701 500
2. General Motors	123 498 900
3. Chrysler Corporation	65 289 900
4. Toyota	22 945 300
5. Volkswagen	19 434 700
6. Nissan Motors	18 150 000
7. American Motors	17 733 900
8. Honda Motor	15 625 200
9. Jaguar Rover Triumph	4 764 500
10. Daimler Benz	1 624 700

Sin embargo, las estadísticas divulgadas no incluyen el gasto de empresas automovilísticas extranjeras importantes, como son Renault, de Francia; Fiat, de Italia, o Volvo, de Suecia.

En el ámbito de las colas, los fabricantes de Pepsi superaron notablemente en gasto publicitario a los de Coca Cola y otros rivales. Este sector de la industria muestra las siguientes cifras:

<i>Anunciante</i>	<i>Dólares</i>
1. Pepsico	88 822 100
2. Coca Cola	57 897 300
3. Dr. Pepper	6 932 100
4. Royal Crown Cola	5 663 400

Finalmente, otro factor económicamente importante y muy interesado en la imagen pública que proporciona la televisión es el petróleo. Las grandes corporaciones invirtieron no tanto en “vender” gasolina y derivados, sino en mejorar su imagen. El cuadro es el siguiente:

<i>Anunciante</i>	<i>Dólares</i>
1. Texaco	11 631 200
2. Atlantic Richfield	10 755 800
3. Exxon	9 891 200
4. Mobil Oil	8 666 400
5. Phillips Petroleum	8 630 000
6. Shell Oil	7 689 400
7. Pennzoil	5 764 400
8. Conoco	5 110 400
9. Ashland Oil	3 132 400
10. Husky Oil	2 816 900

Tal sujeción cultural les permite elaborar y difundir especialmente aquellos mensajes que, en primera instancia, les posibilita realizar, lo más eficiente y aceleradamente posible, el proceso de ejecución de la producción industrial y de la distribución comercial, que son las bases económicas que les dan su origen y las sustentan como fracciones dominantes. Todo esto se alcanza gracias a que, tanto para los propietarios de los medios como para los sectores económicamente dominantes que proporcionan la operación cultural de los mismos, su objetivo y su preocupación primordial es la obtención de máximas ganancias.

Esto revela que, en el nivel superestructural del modo de producción capitalista, “el hacer dinero no es de ninguna manera incompatible con hacer política, y, en un sentido más general, con el adoctrinamiento político. Así pues, el objetivo de la industria del ‘entretenimiento’, en sus diversas formas, tal vez sea la ganancia; pero el contenido de su producción no está por ello, de ninguna manera, exento de connotaciones políticas e ideológicas de carácter más o menos definido”.³³

La concentración de poder que la oligarquía nativa y transnacional alcanza sobre el gobierno de los aparatos de la difusión masiva, “provoca que una segunda fuente de presión conformista y conservadora sobre los periódicos y los demás medios de información sea la que ejercen, directa o indirectamente, los intereses capitalistas, ya no como dueños, sino como compradores de publicidad. La influencia política directa de los grandes compradores de publicidad en los medios comerciales de difusión no tiene por qué exagerarse. Sólo ocasio-

nalmente tales compradores de publicidad pueden o intentan siquiera dictar los contenidos y las políticas de los medios de los cuales son clientes. Pero su clientela, no obstante, tiene una importancia fundamental para la salud económica de la empresa de la difusión, pues constituye la vida de los periódicos y, en algunos casos, aunque no en todos, de las revistas, de la radio y la televisión comerciales. Este hecho tal vez haga algo más que reforzar una disposición general de estos medios de difusión al tratar con cuidado excepcional todo lo relacionado con dichos intereses poderosos y valiosos. Pero eso es útil también, puesto que da nuevas garantías a los círculos de negocios, en general, de que se les trata con comprensión llena de simpatía, y a la 'comunidad de los hombres de empresa', por lo menos, se les concederá esa indulgencia que, rara vez o nunca, se tiene para con los intereses obreros y los sindicatos; su desagrado no tiene la menor importancia".³⁴

Sin embargo, a pesar de esta sobredeterminación estructural que el estrato gobernante alcanza sobre estas instituciones creadoras, difusoras e inculcadoras de múltiples formas de conciencia social, "no se descubre fácilmente la influencia que ejercen los anunciantes sobre las políticas editoriales de los medios de difusión. Empero, es importante advertir que no hay necesidad de presuponer alguna condición nefanda entre los anunciantes y quienes proyectan la política publicitaria de los medios de difusión para poderse explicar la orientación uniformemente conservadora que guarda la postura editorial de estos últimos. Esta actitud conservadora se explica adecuadamente por el hecho de que los propietarios y los funcionarios que dirigen los medios de difusión no son en modo alguno diferentes, en lo que respecta a sus actitudes básicas, mentalidad y orientación política, de los propietarios y funcionarios de las empresas que se anuncian".³⁵

Dicha situación nos permite comprender con claridad, por una parte, a nivel local, que con los "recursos dedicados a la compra de espacio en los periódicos y revistas, y tiempo en las radiodifusoras y televisoras (...), los publicistas se convierten en los dictadores del contenido editorial y de programación de los modernos medios de comunicación, y los orientan hacia la enajenación del lector, radiooyente y espectador para elevar constantemente sus niveles de consumo".³⁶ Y por otra parte, que en el nivel internacional, "dicho gasto sirve de instrumento a los poderosos consorcios internacionales para dominar a los medios de comunicación masiva, reduciéndolos a 'medios publicitarios' que son utilizados, por un lado, para enajenar a las masas consumidoras y, por otro, para lograr los fines de la penetración ideológica del imperialismo. Los métodos son similares y para aplicarlos, entre las agencias de publicidad y otras empresas multinacionales, especialmente las que tienen su casa matriz en los Estados Unidos, se ha establecido en todo el globo un maridaje de verdadera influencia universal".³⁷ Todo esto, se realiza a través de las agencias de mercadotecnia y de publicidad, que son los instrumentos por medio de los cuales se ejerce la compra y venta del tiempo disponible en los medios y, por lo tanto, la presión política sobre sus lineamientos de dirección cultural o informativa.

Por estas razones, podemos considerar que "las agencias publicitarias, ya sean las de propiedad nacional o las filiales de grandes agencias internacionales, son eslabones fundamentales del sistema de dominación externa. Como principales agentes de financiamiento de los medios, se desempeñan como pro-

pagadores no sólo de los patrones de consumo que requiere el sistema capitalista para su operación, sino también de los mitos políticos y culturales de este sistema. Impiden en esta forma la racionalización de las demandas, así como el desarrollo de una conciencia colectiva inspirada en los valores auténticamente nacionales y latinoamericanos, compatibles con el diseño de una nueva sociedad".³⁸

En consecuencia, "el único objetivo de tales empresas anunciantes es la utilización de los MCS para un aumento de las ventas de sus productos y la consolidación del sistema. En definitiva, los MCS con todos los programas, dependen por completo de tales empresas anunciantes, ya que es su única fuente de intereses. Por ello, en el modo de producción capitalista, toda la actividad comunicacional comercial está viciada en su raíz, pues está sujeta a los intereses comerciales".³⁹

Es esta realidad la que nos permite pensar que en la formación capitalista la publicidad tiene un carácter eminentemente político, y que sólo se destina a los medios de difusión que defienden las posiciones políticas sostenidas por el grupo de las grandes empresas, particularmente las extranjeras.⁴⁰

Marco jurídico

No obstante el amplio poder de dirección política que mediante la posesión de su propiedad, la coordinación de su empeño como industria cultural, y el control de su financiamiento, alcanzan las múltiples fracciones del sector hegemónico sobre los aparatos de transmisión colectiva, éstas crean, a través del estado y de sus funcionarios especializados a nivel jurídico político, una intrincada superestructura de regulación jurídica que fija los límites y las pautas sociales que debe observar el comportamiento global de los medios.

Se crea, así, una elaborada "moral oficial" que delimita los márgenes de comportamiento de la cultura de masas, y cuyo epicentro es la ideología dominante de la "libertad de expresión". La internalización de dicha reaccionalidad operativa es a tal grado eficiente en los momentos de hegemonía social que, por lo general, no se requiere la intervención represiva del estado para hacerla cumplir, sino que es realizada automáticamente por los trabajadores de los medios debido a los mecanismos de "autocensura" que impone la misma estructura de operación vertical de éstos.⁴¹

Delimitado en esta forma el entorno político de la acción social de los aparatos culturales, la clase en el poder cuenta con el marco de referencia racional y el consenso de legitimación social que la sitúa, mediante sus aparatos jurídicos, como la instancia legal que debe dictaminar valorativamente acerca de la legalidad de las prácticas culturales que se efectúan en el interior de la formación social.

La construcción de dicho consentimiento autoriza a la clase en el poder, en primer término, a juzgar cuándo son lícitas o ilícitas las acciones estructurales y superestructurales que desarrollan los medios y, en segundo, a legitimar de la manera más "natural", "justa" y "patriota" su misión de censurar, reprimir o destruir en nombre de la "ley", del "bien común" y del "orden público", a aquellos aparatos de difusión que, en un intento de crear o apoyar la emergencia de una

nueva superestructura de conciencia que organice y movilice a los sectores mayoritarios en función del establecimiento de un nuevo proyecto político de relaciones sociales alternativas, rebasan la órbita del orden económico, político e ideológico que requiere la existencia y reinstalación del capital nacional e internacional.⁴²

De esta forma, mediante la intervención de diversas estructuras de mediación primaria (propiedad, financiamiento y marco legal de operación) y a través de innumerables estructuras de mediación secundaria (control de las ideologías de los medios, subordinación de la forma y el contenido de los discursos, determinación de la dirección y velocidad de canalización cultural, gobierno privado de la tecnología conmutativa, sujetamiento de la dinámica de infusión cultural, etc.), el capital logra orientar la función ideológica de los principales aparatos culturales de inculcación de masas, hacia su proyecto simple y ampliado de reproducción desigual.

CONCLUSIÓN: LA MANIPULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Apoyado en el dominio de los factores primarios y secundarios que sobre determinan la acción estructural que ejercen los canales de consenso colectivo, el sector dirigente conquista casi totalmente el gobierno de la orientación cultural de los mismos, adaptándolos como sus principales aparatos de hegemonía social y permitiendo, junto con esto, el funcionamiento de una "relativa autonomía" de operación ideológica que no amenaza la existencia de su monopolio cultural. De esta forma, con el fin de conservar y reproducir psicológicamente de la manera más amplia e inmediata posible su sistema social de desarrollo asimétrico y su organización de dominación vertical, tales instituciones son orientadas hacia la producción y difusión masiva de la ideología dominante, inculcándola sobre los múltiples campos de conciencia que presentan los numerosos agentes sociales inscritos en los límites históricos de la formación capitalista. Asimismo, el control unilateral de su orientación discursiva permite que sus directrices de sentido sean manipuladas con base en los requerimientos de existencia y reproducción que presentan las necesidades materiales, políticas y significantes del sector en el poder. Esto es, por medio del sello de clase que imprime el grupo hegemónico sobre la producción la circulación y el consumo de los bienes culturales que generan los medios, éstos siguen la tendencia de orientar la atención de su auditorio cautivo hacia el conocimiento exclusivo de los intereses coyunturales que son necesarios para la expansión de la minoría social que retiene el poder material, político y cultural de la sociedad.

Ante tales condiciones de control, los sectores trabajadores quedan marginados de participar significativamente en la dirección del aparato de la cultura de masas. Cuando más, el principal recurso con que cuentan las fracciones subalternas consiste en su presión organizada como fuerza de trabajo: su derecho a huelga y de organización gremial. Sin embargo, ante esta opción, los funcionarios de la superestructura cultural se encargan de mantener fuertemente ideologizada y controlada a dicha fuerza de trabajo, a través de múltiples reinvin-

dicaciones reformistas y de avanzadas técnicas de relaciones públicas (control psicológico de la conciencia de clase asalariada mediante una sutil manipulación de la imagen de la empresa capitalista) para evitar su subversión.

Es por ello que pensamos que es falso el optimismo idealista de Hans Magnus Enzensberger, quien formula que “los nuevos medios disponen de una estructura igualitaria. Cualquiera puede participar en ellos mediante un proceso sencillo de inserción (*switching*). Los programas mismos no son cosas materiales y pueden ser reproducidos a voluntad. En este sentido, los medios electrónicos son completamente diferentes de los medios antiguos como el libro o la pintura de caballete, cuyo carácter exclusivo de clase es obvio. Los programas de televisión para grupos privilegiados son ciertamente concebibles de un modo técnico (televisión de circuito cerrado) pero se oponen a la estructura del medio. De una manera potencial, los nuevos medios eliminan todos los privilegios educativos y, por consiguiente, el monopolio cultural de la inteligencia burguesa. Ésta es una de las razones del resentimiento de la inteligencia contra la nueva industria. En lo relativo al espíritu que se empeñan en defender contra la ‘despersonalización’ y la ‘cultura de masas’, mientras más pronto lo abandonen, mejor”.⁴³

Para imponer sus intereses privados como intereses colectivos, las fracciones gobernantes reorganizan la estructura y el funcionamiento de sus aparatos de producción del consentimiento masivo de la siguiente forma:

1. En primer término, a través del dominio de los diversos factores de poder que sobredeterminan la naturaleza social de los medios, la oligarquía alcanza el control casi monopolístico del sistema global de la producción y de la inculcación colectiva de las significaciones que se gestan en el interior de la formación social. De otra forma, se escaparía un amplio margen de la opinión pública que podría generar un fuerte rejuogo de lucha ideológica y entorpecería o rompería su dominio hegemónico.

2. En segundo término, apoyada en esta cerrada concentración cultural, la burguesía comercial, industrial y financiera, establece un sistema vertical de producción, difusión e inculcación del sentido, haciéndolo aparecer como la trasmisión y donación de la “cultura universal”. Con ello no sólo inoculan de ideología dominante los campos de conciencia de los receptores, sino también instalan en el subconsciente de los agentes sociales un mecanismo de funcionamiento autónomo que provoca en los consumidores su “autoenajenación”, desde el momento en que “por sí mismos” aspiran y defienden la asimilación e identificación con los valores dominantes, concebidos como intereses “nacionales”.

Esto posibilita el consumo disfrazado de la cultura imperante, como “cultura universal”.

3. En tercer término, amparada en esta conexión autoritaria, el estrato dirigente produce y difunde sus bienes culturales como “mercancías simbólicas” que obstaculizan la asimilación objetiva de la sociedad, someten la conciencia de los individuos a las leyes de la evolución espontánea del capital. En otros términos, paralelamente al establecimiento de esta relación vertical y con base en los principios de la producción capitalista de los bienes sociales (las leyes de la producción de mercancías), la clase dominante presenta la realidad que la circunda a través de discursos “herméticos” y “acabados” que impiden desmontar

sus condiciones históricas de producción, transmisión e inculcación en que son generados, y propician su consumo “tal como son envasados”.

Mediante esto, se impide comprender el carácter hegemónico que transportan e imprimen los aparatos de consenso colectivo, y se fetichiza la relación autoritaria que éstos entablan entre el emisor y el receptor.

Consecuentemente, el sector trabajador es maniataado para que no pueda gobernar racionalmente la naturaleza social que lo somete, en función de sus necesidades de clase, y permanece subordinado a los designios irracionales que exigen las leyes de la reproducción del capital.

4. Por último, apoyados en estos mecanismos de conducción ideológica, el sector en el poder maneja la dinámica cultural que unilateralmente se impone entre productor y consumidor cultural. Fija, así, el tipo y el grado de asimilación del sentido que debe darse en cada coyuntura del desarrollo histórico para reproducirse como jefatura social.

Con esta organización despótica de los principales soportes ideológicos de la sociedad, se evita, por una parte, que el sector proletario concientice la situación dependiente y desigual en que viven el conjunto de las fuerzas productivas; por otra, se atenúa el peso de las demandas políticas que presentan el resto de agentes sociales que participan como espectadores marginados, en el nivel superestructural y en el económico, como trabajadores subalternos. De lo contrario, su difusión e inoculación cognoscitiva obra como fermento cultural que genera la emergencia de un nuevo campo de conciencia proletario que cuestiona seriamente los cimientos que sustentan y organizan al sistema dominante, provocando, a corto plazo, la anarquía social y, a largo plazo, su destrucción orgánica.

En esta forma, el estado capitalista despliega sobre la superestructura de pensamiento del sistema social una violencia simbólica que le concede la dirección privada de la conciencia global. Con ello, produce la opinión pública hegemónica que cohesiona cognitiva y afectivamente los múltiples campos de conciencia de los diversos agentes sociales alrededor de su programa particular de transformación de la sociedad. De esta manera, guardando un margen de “autonomía relativa”, oligarquía e imperialismo, instrumentan la acción cultural en favor de su programa geoeconómico de reproducción material. En consecuencia, en el modo de producción capitalista, no es la voluntad autónoma de las clases sociales, la que, en última instancia, se expresa a través de los canales de difusión colectiva, sino es el capital el que habla por intermedio de la comunicación de masas.

Sin embargo, no obstante el panorama condicionante anterior, los caminos de transformación de las actuales estructuras de la comunicación no están cerrados. Ninguna estructura del capitalismo es omnipotente, pero tampoco ninguna se modifica gratuitamente. La creación del nuevo nodo de comunicación social exige un sustancial esfuerzo de nueva creatividad y de organización social que debe surgir de la vida cotidiana.

No podemos olvidar que cambio comunicacional y cambio social, siempre van de la mano.

4

Las tecnologías de información y la confección del Estado ampliado

LA NUEVA TRANSFORMACIÓN HEGEMÓNICA DEL ESTADO CAPITALISTA

Los antecedentes

Debido al retraso analítico que durante muchos años han tenido el materialismo histórico, los aparatos de hegemonía y las puntas de la ideología para elaborar una teoría sobre la superestructura cultural, muchas facetas sobre la concepción del estado ampliado no han sido reflexionadas y desarrolladas. Por esta razón, poca claridad conceptual y política¹ han alcanzado el pensamiento materialista y las ciencias sociales críticas para comprender cuál ha sido la nueva transformación cultural que ha provocado la emergencia de los medios de comunicación como aparatos de hegemonía en el interior de la sociedad civil del estado capitalista moderno.²

Sin embargo, si bien es cierto que hay una gran cantidad de investigaciones que han abordado desde una perspectiva materialista el estudio de la propiedad de los medios, el universo de discursos que transmiten, la evolución tecnológica que experimentan, los efectos individuales y nacionales que provocan, los patrones de consumo cultural que imponen, la cobertura simbólica que alcanzan, las relaciones de poder que reproducen, la transnacionalización de hábitos ideológicos que fomentan, etc.,³ no hay ninguna reflexión madura que examine el lugar histórico que ocupan los medios de comunicación dentro del conjunto de los aparatos de hegemonía y, por consiguiente, dentro de la estructura cultural que ha construido el estado capitalista en su etapa transnacional.⁴

Incluso, podemos decir que no únicamente dentro de la concepción materialista de la comunicación se ha conservado este anacronismo teórico, sino también dentro de los postulados de las principales corrientes de análisis de la comunicación se mantiene este abandono epistemológico. Es decir, dichas escuelas tampoco han estudiado los cambios que han provocado los aparatos de información dentro de la estructura del estado y de la sociedad civil.⁵

No obstante este vacío teórico, existen algunas contribuciones embrionarias de las ciencias sociales que nos ayudan de forma muy valiosa, pero aún insuficiente, a realizar un primer acercamiento intuitivo al problema. Todas ellas coinciden en señalar que los medios de comunicación de masas se han convertido en los principales aparatos hegemónicos del estado capitalista avanzado, pero no desarrollan ni profundizan los argumentos que podrían construir una nueva teoría de las puntas de la hegemonía.

Así, el primer germen lo volvemos a encontrar entre 1917 y 1937, en el pensamiento gramsciano. Aunque con anterioridad dicha perspectiva ha señalado que la escuela es el principal aparato ideológico del estado, su concepción no es rígida ni cerrada, pues reconoce el valor y la importancia de otras fuentes de socialización cultural, especialmente de los medios de comunicación. De esta forma, al delimitar la función que cumple la escuela expresa que "la actividad educativa directa es sólo un fragmento de la vida del alumno, que entra en contacto ya con la sociedad humana, ya con la *societas rerum*. Mediante ello, se forman criterios a partir de estas fuentes "extraescolares" que son mucho más importantes de lo que comúnmente se cree".⁶

Gramsci madura esta apreciación y aporta un avance teórico relevante cuando adelanta una primera visión embrionaria sobre las futuras tendencias evolutivas que presentan las nuevas puntas hegemónicas, así como el lugar estratégico que gradualmente conquistan en el interior de la sociedad civil. Esto es, sin haber vivido la época de la gran explosión cultural que se produce con la reproducción ampliada y la maduración de las nevas tecnologías de comunicación (radio y televisión de gran cobertura simbólica), Gramsci prevé desde principios de siglo que la prensa y la radio incipientes que había en Italia, tendían a convertirse en las principales instituciones productoras del consenso social. Así, señala que "la prensa amarilla y la radio (donde están muy difundidas), tienen la posibilidad de incitar extemporáneamente motivaciones de pánico o de entusiasmo ficticio que permiten el cumplimiento de objetivos determinados, en las elecciones, por ejemplo. Todo esto está ligado al carácter de la soberanía popular que se ejecuta una vez cada tres, cuatro o cinco años; basta tener el predominio ideológico (o mejor emotivo) en ese día determinado, para poseer una mayoría que dominará por tres, cuatro o cinco años, incluso si pasada la emoción la masa electoral se separa de su expresión legal".⁷

Después de esta amplia aproximación, transcurren más de 30 años en los que no se reflexiona críticamente sobre el nuevo espacio estratégico que gradualmente conquistan los aparatos de información de masas, en el terreno de la formación del consentimiento coyuntural.⁸ Es hasta principios de la década de los años setenta que diversos pronunciamientos, provenientes de distintas ramas de las ciencias sociales, resucitan este análisis sobre los medios de comunicación e intentan devolverles hipotéticamente el nuevo rango histórico que les corresponde en el proceso de construcción del consenso social.

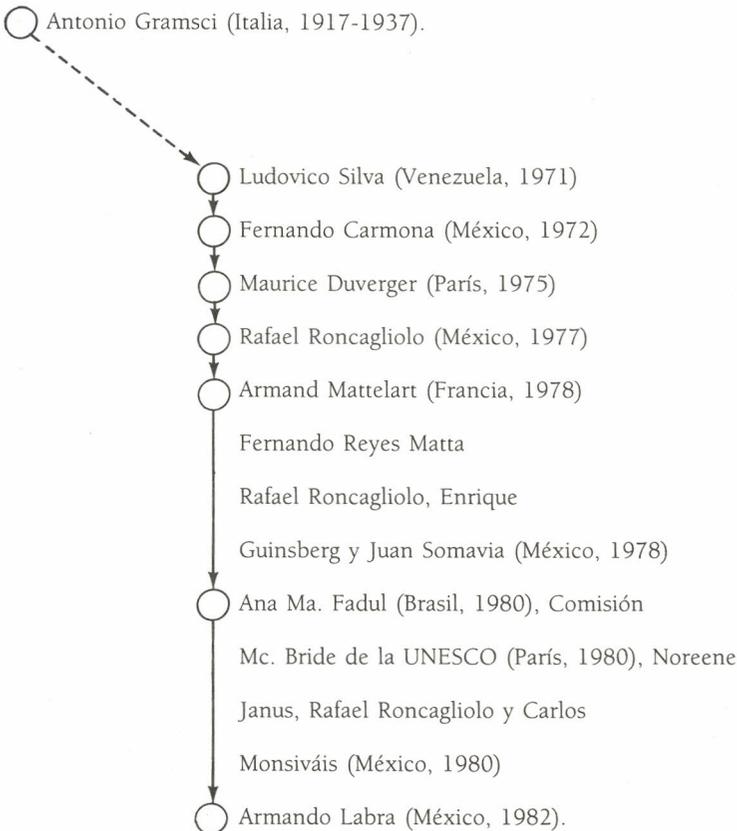
Esta nueva tendencia adquiere forma con diversos autores e instituciones aisladas y se desarrolla cronológicamente de la siguiente manera: en 1971 aparece Ludovico Silva;⁹ en 1972, Fernando Carmona;¹⁰ en 1975, Maurice Duverger;¹¹ en 1977, Rafael Roncagliolo;¹² en 1978, Armand Mattelart,¹³ Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo,¹⁴ Enrique Guinsberg¹⁵ y Juan Samavia;¹⁶ en 1980, Noreene Janus y Rafael Roncagliolo,¹⁷ Ana María Fadul,¹⁸ Carlos Monsi-

váis¹⁹ y la Comisión Mc Bride de la UNESCO;²⁰ y en 1982, Armando Labra²¹ y muchas otras aproximaciones periodísticas que constantemente destacan la relevancia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía²² (véase cuadro 4.1).

Sin embargo, pese a que contamos con este conjunto de ricas aportaciones aisladas, ninguna de ellas nos permite elaborar una teoría global sobre la nueva tarea que ejercen los aparatos de comunicación como puntas de la hegemonía. Todas ellas permanecen, en mayor o menor grado, en un nivel intuitivo o hipotético de la formulación epistemológica del problema y, por consiguiente, nos acercan de manera muy correcta, pero parcial e insuficiente a esta realidad.

De aquí que, a partir de estas contribuciones teóricas y de otras provenientes de la economía política de la comunicación, intentaremos construir una nueva concepción sobre la reciente transformación del estado ampliado que se realiza a través de los medios de comunicación de masas y de las modernas tecnologías de información.

Cuadro 4.1. Evolución del pensamiento crítico sobre los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía



Los medios de comunicación de masas como los principales aparatos de hegemonía

Si bien la tradición marxista ha señalado que el aparato pedagógico es el principal soporte cultural creador de la hegemonía, nosotros pensamos, además, que la doble función que ha desempeñado la escuela (reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo y reproducción de la ideología dominante) ha sido fundamental para la reproducción del consenso del modo de producción capitalista, en sus etapas anteriores; y en la actual fase de desarrollo del capital, sin dejar de ser necesario, el aparato escolar ha dejado de ocupar el papel dominante para pasar a un plano secundario. De esta forma, desde 1930 en adelante, año en que se consolida el primer desarrollo de los medios de transmisión electrónica, la tarea de directriz cultural que ejerce el sistema de enseñanza ha sido sustituida por las nuevas funciones ideológicas que realizan los aparatos de difusión de masas y las nuevas tecnologías de comunicación.²³

Esto es, al analizar el desarrollo y la transición de los principales aparatos de socialización en la historia del capitalismo, observamos que, en un primer momento, con el desarrollo del mercantilismo, la iglesia es la institución encargada de integrar orgánicamente a la sociedad. Dicha conformación histórica se estructura en función de los intereses de las clases terratenientes que mantienen la sujeción de la fuerza de trabajo servil a las grandes extensiones de tierra que se conservan como medios de producción feudales. Frente a esta situación generadora de antagonismos de clase, la iglesia construyó un sistema de centralización política mediante la implantación de relaciones verticales, por medio de las cuales cada sujeto es relegado a la autoridad central.

De esta manera, "la iglesia se convierte en la institución primera que instala un proceso de homogeneización religiosa al proclamar una fe que articulaba el individualismo con la sumisión ciega a la jerarquía. Concepción que minaba, que venía a destruir las solidaridades tradicionales en que estaba basada la cultura popular, las de la familia, de clan, etc. Así, todas las viejas relaciones son sustituidas por una relación vertical, la que une cada cristiano a la divinidad por intermedio de la jerarquía eclesiástica".²⁴

Con ello, la iglesia se ubica como el principal aparato hegemónico de la época en que dirige a la sociedad medieval y colonial, mediante su red de educación clerical.

Sin embargo, esta situación no se conserva permanentemente, pues en un segundo momento, en la fase premonopolista, la evolución de las fuerzas productivas y de otros procesos de organización social, obligan a que los bastiones culturales del aparato religioso sean gradualmente desplazados como centros hegemónicos a un plano accesorio, a causa de la emergencia de los modernos aparatos escolares. "Es más, puede decirse que el relajamiento de las relaciones familiares y la secularización general de la sociedad, debilitaron el poder ideológico y la función socializadora de la familia y la iglesia, desde los inicios mismos del capitalismo. De ahí la insistencia con que se ha redundado que la pareja iglesia-familia ha sido reemplazada por la propia pareja escuela-familia."²⁵

En esta forma, la escuela emerge como el nuevo núcleo hegemónico que difunde e impone las modernas formaciones de conciencia que requiere el fun-

que se adapte al nuevo proceso industrial que la somete, el capital haya empleado colateralmente a la prensa manual como instrumento de alfabetización masiva del sector trabajador, y con ello homogeneizado su preparación y rendimiento en función de las demandas que impone la maquinización del proceso productivo: enseñó a leer y a escribir al proletariado, y a efectuar las operaciones básicas que se emplean en la producción.

En la fase premonopolista (1600-1800), en la que se lucha por conquistar y saturar los mercados locales y en la que se sustituye la producción colectiva en factorías, el capital propicia el desarrollo de la prensa mecánica movida por vapor y carbón para uniformar la ideología del sector trabajador, y asegurar así las condiciones subjetivas de su futura expansión mundial.

En la fase monopolística y colonialista (1850-1920), en la que la economía capitalista se reproduce en escala ampliada mediante la capacitación de nuevas zonas de suministro de materias primas y a través del control de nuevos mercados internacionales, el capital dispone de la prensa telegráfica y del teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento y desarrollo del capitalismo mundial: se reparte el mundo por zonas de información útiles para la producción de los monopolios; se crea la cultura de masas; se estandarizan las noticias, las fotografías, los editoriales y la difusión de la información con fines comerciales; es decir, se uniformiza la conciencia colectiva con el propósito de armonizar el consumo del mercado mundial.²⁸ Por último, en la fase transnacional (1920-1980), cuando el capitalismo se encuentra altamente desarrollado, las exigencias estructurales de adaptación permanente a las nuevas condiciones materiales de vida por las que atraviesa la base material de la sociedad, obligan a que los viejos aparatos ideológicos (escuela, familia e iglesia), sean reemplazados del ejercicio de la función hegemónica central para delegarla a los medios de comunicación de masas.

Esta nueva mutación superestructural no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como son la escuela, la iglesia, la familia y otros más, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias, sino que continúen permaneciendo y colaborando en la construcción del tejido hegemónico, pero de manera reestructurada en planos secundarios o terciarios. De esta manera, la conversión de un aparato ideológico o de sistemas de aparatos como instancias dirigentes, no excluye, en ningún momento, la participación cultural del resto de aparatos hegemónicos secundarios, que también contribuyen a afianzar el consenso local, regional o nacional, en otras áreas más particulares, donde no penetra la tarea global de los primeros.

Esto quiere decir que la hegemonía no se produce por la acción de un solo aparato cultural, sino con el apoyo de un sistema complejo y amalgamado de instituciones y redes ideológicas propias de esa formación social o heredadas del modo de producción anterior, las cuales determinan y modelan la conciencia y los hábitos de los individuos. Por tanto, la hegemonía permite la presencia de múltiples acciones culturales secundarias, y se basa en el conjunto de sedimentaciones ideológicas diferenciadas que producen éstas para modelarlas y refuncionalizarlas, por medio del aparato ideológico principal, con el propósito de construir una nueva relación consensual más amplia, más uniforme y más internalizada, que conduzca a la sociedad por los cauces que impone su proyecto geoeconómico de desarrollo social.

En este sentido, al indicar que en la fase avanzada del modo de producción capitalista los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, no queremos privilegiar miope y arbitrariamente al aparato de información en detrimento o negación del funcionamiento de otros aparatos secundarios, sino simplemente señalar que los primeros desempeñan las funciones de punta o vanguardia cultural de la sociedad industrializada. Es decir, en la etapa del desarrollo transnacional, los medios de comunicación ejercen una tarea cultural "dominante", no en el simple sentido de ser instrumentos al servicio de la clase dominante, sino en el sentido de que son las instituciones que construyen la principal conciencia colectiva que relaciona a los individuos con la realidad. Los medios simplemente recogen las tendencias culturales fundamentales de la sociedad y las amplifican proyectándolas de forma masiva como los referentes básicos de vinculación de los individuos con su sociedad.

En otros términos, a partir de las nuevas facultades materiales que conquistan los aparatos de comunicación como modernas tecnologías culturales, se da un deslizamiento de las principales funciones ideológicas orgánicas de los viejos aparatos de consenso hacia los nuevos medios de comunicación. Así, las principales leyes de articulación de la sociedad, como son la ley del mercado, la ley de realización del capital, la ley de dirección política, la ley de reproducción mental del sistema, la ley de cristalización de la hegemonía, etc., trasladan su foco central de realización del aparato escolar y eclesiástico al aparato de la cultura de masas. Pero esto no significa de ninguna forma que sean medios culturalmente "determinantes", esto es, que subordinen avasalladoramente todo tipo de conciencias con la información que distribuyen. Toda visión del mundo que transmiten los aparatos de comunicación siempre es filtrada por la posición de clase, el grado de cultura, la situación económica, el origen étnico, la vida cotidiana, el equilibrio afectivo, etc., de cada persona que lo recibe. Éste es en realidad el aspecto "determinante" del proceso de formación de la hegemonía, el cual comprende dos facetas del fenómeno. Por una parte, los medios de difusión de masas se han convertido en los aparatos con mayor capacidad para crear las ideologías orgánicas más globales que articulan a los distintos grupos sociales: tejido hegemónico transclasista. Estas ideologías circulan en la mayor cobertura, con alta rapidez y con incidencia permanente sobre las conciencias, produciendo un flujo hegemónico constante que vincula a los individuos con las realidades más amplias de la sociedad. Por otra parte, los aparatos ideológicos secundarios producen las ideologías más locales que articulan más cercanamente a los individuos con sus raíces, tradicionales e historia familiar: tejido hegemónico localista. Dichas ideologías se difunden en cortos radios de acción, de manera más lenta y con menos constancia sobre la conciencia de los hombres, relacionándolos con experiencias más restringidas y próximas a ellos. De esta manera, los aparatos ideológicos secundarios continúan realizando sus funciones culturales propias, pero dentro del nuevo entorno ideológico que han producido los medios de comunicación.

En esta forma, desde la fase de la industrialización, el estado capitalista mantiene una reconversión en las modalidades como realiza sus tareas hegemónicas. La escuela es reemplazada como el aparato que produce la vanguardia ideológica y los medios de comunicación ascienden como los nuevos intelectua-

les orgánicos de la sociedad industrial. Por ello, los modelos culturales básicos que organizan y conducen a la sociedad contemporánea, ya no nacen fundamentalmente de la escuela, sino del complejo aparato de la cultura de masas.

Por consiguiente, si bien son correctos los señalamientos de Antonio Gramsci y José Carlos Mariátegui sobre la función que desempeña la escuela como punta hegemónica en los años veinte,²⁹ para la década de los setenta, los planteamientos althusserianos que nuevamente sitúan al sistema pedagógico como la vanguardia institucional productora del consenso, son profundamente incorrectos.³⁰ Esto se debe a que en el transcurso de estos 50 años, los soportes materiales que sustentan el proceso de producción, distribución e inculcación de la ideología, han evolucionado y se han transformado drásticamente a partir de la introducción de la electrónica en el campo cultural. Ello ha modificado sustancialmente la forma actual de producir la ideología y el consenso y, por lo tanto, la estructura y el potencial del estado ampliado.

Pensar lo contrario, es decir, afirmar que en la actualidad el aparato escolar sigue siendo el principal soporte cultural del proyecto de legitimación y conducción del estado capitalista moderno, es encerrarse nuevamente en un anacronismo histórico que trasplanta, rígida y mecánicamente, las particularidades de la superestructura ideológica de la fase del capitalismo premonopolista a la superestructura de conciencia de la etapa del capitalismo monopolista e imperialista; es no reconocer que, a partir del surgimiento y de la consolidación de los aparatos de difusión de masas, la sociedad civil de la formación capitalista y su bloque histórico correspondiente han sido afectados, modificados y refuncionalizados sustancialmente, por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas; es imaginar que el estado capitalista nacional y multinacional ha seguido enfrentando sus constantes crisis de legitimación, de subconsumo, de acumulación, de reproducción de la calificación de fuerzas de trabajo, de dirección política, de pauperización del proletariado, de creciente desempleo, etc., con las mismas técnicas y estrategias consensuales que fueron empleadas a principios de siglo, sin generar nuevos espacios y herramientas ideológicas de construcción de la hegemonía.

En suma, adoptar los postulados althusserianos para explicar el proceso contemporáneo de producción de las crestas del consenso es reincidir en un desfase teórico e histórico que niega el desarrollo cualitativo (especialmente tecnológico), y cuantitativo de los soportes ideológicos y su resonancia cultural en la esfera de conciencia del capitalismo avanzado. Anacronismo conceptual que, en el fondo, llevado a sus últimas consecuencias, sostiene que la estructura y dinámica de la sociedad civil capitalista del periodo 1970-1980, mantienen la misma conformación y movimiento de la sociedad civil de la década 1910-1920. Esta situación desemboca en una perspectiva lineal y acrítica sobre la operación de los soportes culturales que, a su vez, provoca una desviación política que impide progresar en la labor estratégica de precisar qué aparato de hegemonía desempeña la función dominante en el interior de la sociedad civil. Se obstruye, por lo tanto, el conocimiento correcto del bastión ideológico que ejerce la vanguardia cultural en el proceso de cohesión y dirección de la sociedad contemporánea.

En consecuencia, podemos decir que en la historia presente, tanto en las zonas del capitalismo central como en las áreas del capitalismo periférico, espe-

cialmente de occidente,³¹ los aparatos de mayor potencial socializador para realizar y consolidar cotidianamente al bloque histórico dirigente en función de las necesidades de existencia, reproducción y transformación que presenta el capital en sus diversas coyunturas de desarrollo, no son los aparatos ideológicos escolares, sino los medios dominantes de difusión masivos (cine y prensa); y, muy en especial, los medios electrónicos de transmisión colectiva (televisión y radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

LA EXPANSIÓN MUNDIAL DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

El desarrollo de los medios masivos de comunicación y de las nuevas tecnologías de información se expande en poco más de un siglo, a partir de la maduración de la prensa de amplia circulación, y cada uno de ellos experimenta una curva de crecimiento de rápido ascenso, expandiéndose con mayor velocidad que su predecesor, especialmente los de introducción electrónica más reciente. De esta manera, por ejemplo, la distancia que separa la invención de la clave Morse en 1840, de la innovación del telégrafo impresor en 1854, es mucho mayor que el tiempo que separa en la actualidad la introducción del transbordador espacial "Columbia" en febrero de 1983, de la aparición del siguiente, "Challenger" a mediados del mismo año, o de la moderna computadora *Nairi* de la cuarta generación, o del próximo minitrasmisor electrónico para máquinas inteligentes (véase figura 4.1).³²

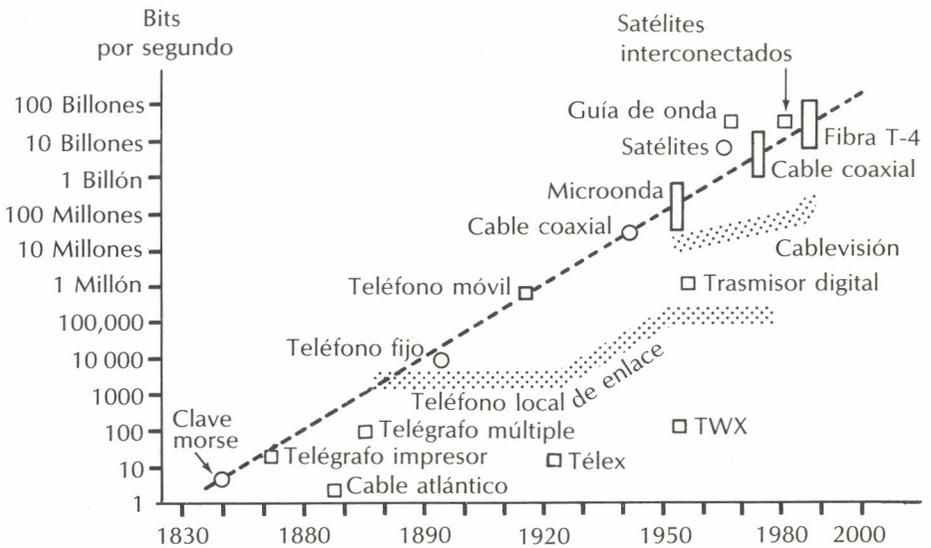


Fig. 4.1. Secuencia en invenciones de telecomunicaciones de 1840 al año 2 000.

De igual forma, la evolución de la tecnología de comunicación electrónica (correo, telégrafo, teléfono, etc.), progresa tan vertiginosamente que, de 1800 a 1975, dicha variable tiende a superar históricamente la rapidez con que se ha desarrollado el uso de otras ramas de las comunicaciones materiales, como son el intercambio marítimo, terrestre, aéreo, etcétera (véase figura 4.2).³³ Incluso, es fundamental reconocer que no sólo se han expandido las tecnologías de comunicación, sino, sobre todo, la información que éstos transmiten. Así, por ejemplo, en el caso japonés constatamos que, al comparar el crecimiento del volumen de información suministrada a la sociedad con el desarrollo de la población de 1970 a 1975, la primera aumenta 10 veces más que la segunda. Es decir, durante este periodo, la población creció solamente en un 7%, mientras que el volumen de la información producida (que procedía de 34 categorías de comunicación o información transmitida por diversos portadores, en particular el correo, el teléfono, la informática, la televisión, los centros docentes y los libros) aumentó casi en un 70%. Estas cifras indican también que el volumen de información se incrementó más rápidamente que el producto nacional bruto real (PNB) (véase figura 4.3).³⁴

Paralelamente a este exceso de sobreoferta informativa que genera esta nueva etapa del desarrollo capitalista, la sociedad avanzada entra en una nueva eta-

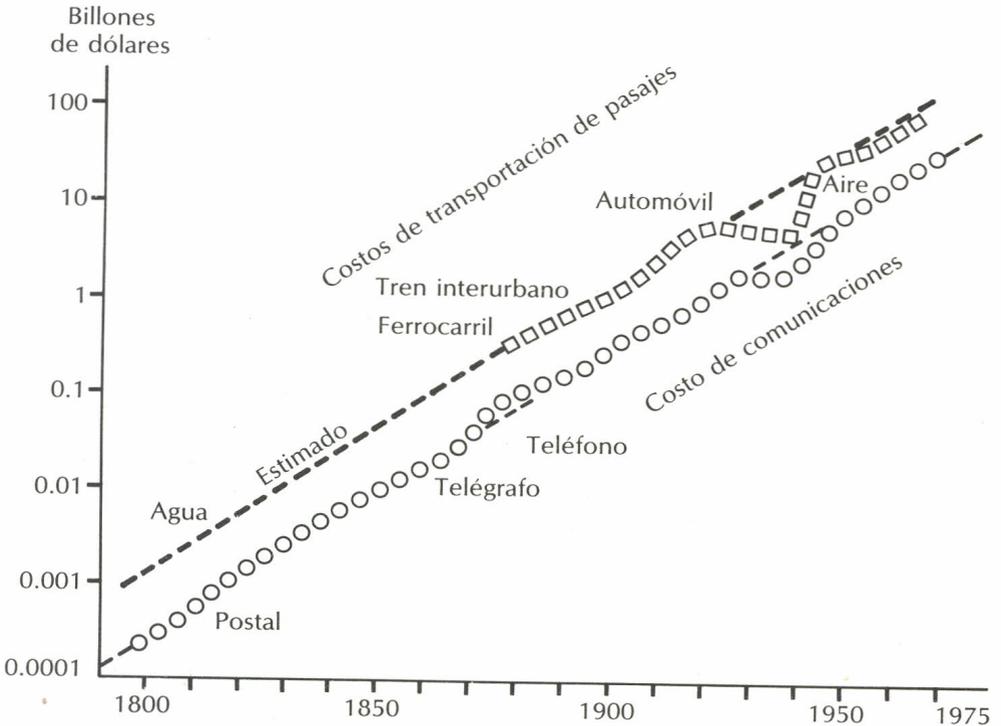
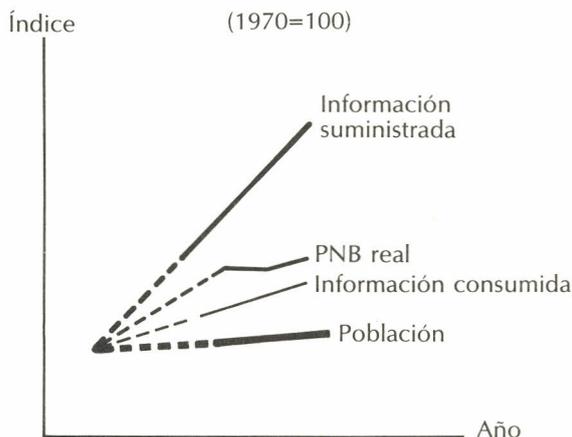


Fig. 4.2. Comparación entre la comunicación de pasajeros por transportes y el uso de las comunicaciones por medios electrónicos en EUA de 1800 a 1975. (Ventas en dólares).



Nota: Información correspondiente a 34 categorías de comunicación. (*Report on Present State of Communications in Japan*, Ministerio de Correos y Telecomunicaciones del Japón, Look Japan, Ltd., 1977.)

Fig. 4.3. Grado de expansión de la información, la población y el producto nacional bruto en Japón de 1970 a 1975.

pa de consumo cultural. Así, respondiendo al principio económico que señala que todo incremento provocado en el proceso de producción afecta proporcionalmente al proceso de distribución y al consumo, los ciudadanos entran en un nuevo ciclo de rápida y abundante asimilación ideológica que marca el arribo a una nueva fase cultural de la historia capitalista. Esto se confirma con la aparición de los nuevos hábitos culturales de los países industrializados, pero en especial, en el caso de Estados Unidos, donde de 1968 a 1977, el consumo de medios de comunicación se incrementa en más del 29% (véase figura 4.4).

Este crecimiento de la economía de la información no sólo se constata en el capitalismo central, sino también en la periferia, con otras proporciones. Este es el caso de México, en donde la rama de las comunicaciones ha sido la actividad más dinámica de la economía nacional en los últimos diez años. En este periodo dicha actividad ha crecido con tasas promedio del 15% anual, y ha alcanzado una acelerada evolución tecnológica. De esta forma, por ejemplo, la disponibilidad de papel periódico (producción más importaciones) crece a una tasa media anual de 5.9% entre 1961 y 1965, y de 1966 a 1970 aumenta a un ritmo más dinámico: 15.4% anual. Con respecto a la radio y la televisión, de 1940 a 1976 se observa un incremento notable que multiplica por siete el número de estaciones radiodifusoras y provoca que, para principios de la década de los setenta, México se coloque entre los diez primeros lugares internacionales con mayor cantidad de receptores de radio y televisión. Incluso, nada hace suponer que la actual crisis económica por la que atraviesa el país, que hizo descender el conjunto de la economía en 1983 hasta un 3%, haga decrecer el negocio televisivo, por el contrario, la actividad del consorcio televisivo privado, e incluso —parcialmente— de la televisión gubernamental, hace suponer que se sostendrá el éxito del medio de comunicación.

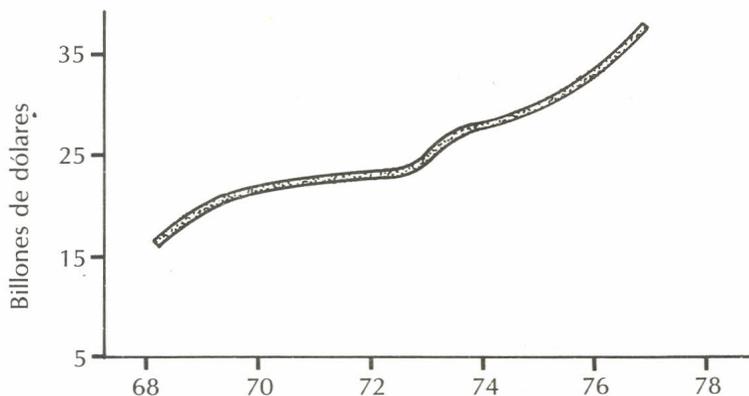


Fig. 4.4. Consumo estadounidense de medios de comunicación de 1968 a 1977. (*Journal of Communications*, invierno de 1980.)

Por ello, este renglón se ha convertido en un insumo indispensable en el desarrollo de prácticamente todas las ramas de la actividad económica y social del país, aunque, en términos generales, sólo haya contribuido con el 1.5% a la elaboración del producto interno bruto (PIB) en los últimos años. Con mayor razón se confirma lo anterior para 1978, cuando observamos que la participación de las actividades de comunicación social en el PIB total, conservadoramente, es de 1.86%, cuando en este mismo periodo la industria química (petróleo y derivados) participó con el 0.88%; la extracción de petróleo y gas natural con el 2.08%, y la electricidad con el 1.04%.³⁵

Debido a esta marcada tendencia de desarrollo acelerado que imponen los medios electrónicos, éstos alcanzan un rápido ascenso penetrando en todos los espacios del tejido cultural de la sociedad capitalista premonopólica incipiente. Así, de 1950 a 1975, la prensa obtiene un crecimiento mundial del 77%, la radio de 417%, y la televisión de 3 235%. Para el periodo de 1960 a 1975, este aumento se intensifica, y la prensa alcanza una expansión del 5% en su tirada cotidiana, la radio en 95% en su cobertura de receptores y la televisión en 185% en su sector de influencia hogareña (véase tablas 4.1, 4.2 y 4.3).

Sin embargo, el crecimiento acelerado de las categorías informativas frente a otras variables sociales en las naciones altamente desarrolladas no es homogé-

Tabla 4.1. Crecimiento de los medios de comunicación de 1950 a 1975*

	Porcentaje
Libros (número de títulos al año)	+ 111
Prensa (diarios: número de ejemplares)	+ 77
Radio (número de receptores)	+ 417
Televisión (número de receptores)	+ 3 235

*Anuario estadístico de la UNESCO, 1977.

neo, sino que tiende a marcar su punta de avance en las áreas derivadas de la industria electrónica. Es decir, no son todas las actividades informativas como el telégrafo, el correo, los diarios, etc., los que mantienen un incremento vertiginoso frente a otros niveles del desarrollo social, sino que los que más se expanden son aquellos que están cimentados en las ramas de la electrónica más desarrollada como son el teléfono, la radio o la televisión. Esta realidad la podemos comprobar en Estados Unidos, donde de 1955 a 1965 las adquisiciones de radio y televisión aumentaron en un 48 y 64% respectivamente, mientras que el consumo del telégrafo y de los diarios disminuyó en 43 y 8%, respectivamente (véase tabla 4.4).³⁶

De esta forma, la prensa, el cine, la radio, la televisión, la televisión por cable y otras nuevas tecnologías de comunicación, se expanden con enorme velocidad en la superestructura cultural de las sociedades modernas, cubriendo y transformando cada una de ellas distintas áreas de la sociedad civil.

El desarrollo de la prensa

En cuanto a la prensa, encontramos que ésta surge con la imprenta de Johannes Gutenberg en Alemania, en 1454, y después se perfecciona y expande

Tabla 4.2. Tendencias de expansión de los aparatos de comunicación de 1960 a 1975*

	<i>Porcentaje</i>
Población total mundial	+ 33
Libros (títulos publicados al año por cada millón de habitantes)	+ 30
Diarios (tirada por cada mil habitantes)	+ 5
Radiodifusión (número de receptores por cada mil habitantes)	+ 95
Televisión (número de receptores por cada mil habitantes)	+ 185

* Excluidas China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista de Viet-Nam.

Nota: Procede señalar que en este capítulo se han utilizado dos definiciones regionales según la interpretación de la UNESCO, a saber: el norte de América y América del Norte

La primera comprende las Bermudas, el Canadá, Estados Unidos de América, Groenlandia y San Pedro y Miquelón. Se agrupa así a estos países cuando es necesario tener sobre todo en cuenta la semejanza de su nivel de desarrollo.

La segunda expresión —América del Norte— comprende un conjunto geográfico de países más numerosos, que tienen diferentes niveles de desarrollo: Antigua, Antillas Neerlandesas, Bahamas, Belice, Bermudas, Islas Caimanes, Canadá, Costa Rica, Cuba, Dominica, República Dominicana, El Salvador, Estados Unidos de América, Granada, Groenlandia, Guadalupe, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Martinica, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, San Cristóbal, Nieves y Anguila, Santa Lucía, San Pedro y Miquelón, San Vicente, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos, Islas Vírgenes Británicas, Islas Vírgenes Norteamericanas y zona del Canal de Panamá. Se ha aplicado la expresión "América Latina" al resto del continente, esto es, excluidos los países de América del Norte. *Fuente:* Elaborado con información del *Anuario estadístico de la UNESCO, 1977*, y *La industria cultural en América Latina*, CEESTEM, *op. cit.*, pág. 261.

Tabla 4.3. Desarrollo mundial del conjunto de medios de comunicación hasta 1977.

Región	Porcentaje de la población mundial	Porcentaje de distribución de los títulos de libros publicados	Consumo de papel de imprenta y de escribir por habitante (kg al año)	Tirada de diarios por cada 1 000 habitantes	Porcentaje de distribución de los diarios	Plazas de cine por cada 1 000 habitantes	Porcentaje de distribución de los receptores de radio	Porcentaje de distribución de los transmisores de televisión
África (excluidos los Estados Árabes)	9.9	1.4	0.9	1.3	1.0	4.0	1.9	0.7
América del Norte	7.5	15.4	66.9	28.1	16.2	52.0	44.9	13.4
América Latina	10.5	5.2	4.3	7.0	5.6	22.0	8.8	2
Asia (excluidos los Estados Árabes)	43.8	16.4	2.6	6.5	21.8	8.6	11.2	27.3
Estados Árabes	4.5	45.6	1.5	2.0	0.7	7.4	1.9	
Europa	15.0	0.8	23.2	24.3	28.2	39.0	16.5	49.5
Oceanía	8.1	14.2	11.0	30.5	1.7	30.0	1.5	1.3
URSS	8.1	14.2	4.9	39.6	24.8	98.0	13.3	5.6
Promedio mundial			9.0	13.0		25.0		

Tabla 4.4. Consumo de medios de información por los sectores no instruidos norteamericanos de 1955 a 1965

<i>Medios</i>	<i>Cambio porcentual per cápita</i>
Telegramas enviados	- 43%
Diarios comprados	- 8%
Correspondencia aérea y de primera clase enviada	+ 14%
Promedio de llamadas telefónicas diarias	+ 47%
Receptores de radio en uso	+ 48%
Receptores de televisión	+ 54%
Promedio de horas por día de uso de receptores de televisión	+ 84%

como tecnología de impresos hasta dar origen en Nueva York, en 1833, al primer periódico de masas de difusión rápida, rentable y colectiva. Dicho progreso técnico prende tan rápido que cada vez es menor el tiempo que transcurre entre la invención de la primera imprenta mecánica y sus derivados técnicos inmediatos, que entre la introducción de la más reciente máquina impresora y las últimas innovaciones tipográficas. Así, la historia de la conversión de la palabra escrita en su reproducción impresa, desde 1454 hasta 1967, puede resumirse en el siguiente esquema de tiempos de transformación histórica de las máquinas de impresión (véase tabla 4.5).³⁷ En gran parte, la dinámica de este fenómeno ha sido provocada porque la generación de cada invento fundamental lleva en sí el germen de la proliferación de nuevos avances técnicos. Esto significa que cada aportación técnica encierra en sí misma el embrión de su superación material.

De esta forma, la prensa evoluciona vertiginosamente penetrando en los espacios culturales de todas las sociedades y cubre rápidamente todos los rincones del planeta. Así, de 1961 a 1978 las estadísticas mundiales demuestran que la difusión de la prensa alcanza un importante avance en cuanto a número de diarios producidos, grado de circulación nacional y porcentaje de penetración por cada mil habitantes (véase tabla 4.6).³⁸

Tabla 4.5. Tiempos de transformación tecnológica de la prensa

<i>Fecha de aparición</i>	<i>Líneas por minuto</i>	<i>Años requeridos para el nacimiento de la nueva técnica</i>
1454	1.0	
1886	4.9	432
1932	5.6	46
1960	14.0	28
1964	80.0	4
1966	1 800.0	2
1967	15 000.0	1

Tabla 4.6. Evolución mundial de la prensa de 1965 a 1979*

Año	Núm.	Circulación (millones)	Circulación (por 1 000 habitantes)
1961			
1962			
1963	8.100	312	97
1964	8.100	328	102
1965	8.000	341	104
1966	8.050	348	104
1967	7.980	359	105
1968			
1969	7.680	365	130
1970	7.850	351	133
1971	8.050	389	133
1972	7.900	390	134
1973	8.112	396	134
1974	8.100	395	129
1975	7.900	400	130
1976	7.900	408	175
1977	8.210	443	136
1978	8.210	443	136
1979	8.240	453	134

*Fuente: Elaborado en el departamento de Estudios de la Comunicación. Centro de Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo (CEESTEM). Datos de UNESCO Statistical Yearbook 1963-1965-1968-1970-1975-1978-1980-1981

Simplemente, por ejemplo, en el caso de Estados Unidos, de 1900 a 1976 se nota un crecimiento sustancial de la prensa diaria matutina, vespertina y semanal. Los únicos periodos de excepción en los que la prensa no crece, aparecen en la depresión de 1929 y en la recesión económica de 1974-1975. En el resto de los decenios ocurre una clara expansión acelerada³⁹ (véase tabla 4.7.)

Dentro de este marco de desarrollo de la prensa, los principales periódicos de cada nación alcanzan una gran cobertura informativa en poco tiempo. Así, por ejemplo, para 1971 hay 11 diarios en el mundo que obtienen el mayor tiraje mundial, rebasando los anteriores radios de influencia cultural que ha conquistado la prensa internacional⁴⁰(véase tabla 4.8).

De esta forma, para 1977 la tirada mundial de los periódicos se incrementa y la impresión⁴¹ es de más de 400 millones de ejemplares al día, lo cual supone un aumento de un 20% en 20 años. La tirada media mundial por cada 1 000 habitantes ha aumentado aún más, al pasar de 104 a 130. En total hay aproximadamente 8 000 periódicos. En el plano nacional, Suecia y Japón disponen del número más alto de ejemplares de periódicos por cada 1 000 habitantes (cerca de 600). Por regiones, figura en cabeza la URSS en lo que se refiere a la tirada (396 por cada 1 000 habitantes), y América del Norte en lo tocante al número de periódicos (1 935)⁴²(véase tabla 4.9).

Paralelamente a esta gran madurez gradual que alcanza la prensa como

Tabla 4.7. Circulación total de la prensa diaria, semanal y de otros tipos en los Estados Unidos de 1940 a 1976.
(En millones)*

Años	Periódicos diarios (censo de producción)	Periódicos diarios (editores y redactores)	Diarios matutinos (editores y redactores)	Diarios vespertinos (editores y redactores)	Diarios dominicales (editores y redactores)	Diarios dominicales (editores y redactores)	Diarios dominicales (censo de producción)	Diarios semanales (censo de producción)	Todos los Periódicos restantes (censo de producción)	Total de todos los Periódicos estadounidenses (censo de producción)
1900	15.102 ^a						N/A	N/A	N/A	N/A
1904	19.633						12.022	18.809	N/A	50.464 ^b
1909	24.212						13.347	20.946	N/A	58.505 ^b
1914	28.777						16.480	21.851	N/A	67.108 ^b
1919	33.029						19.369	20.741	N/A	73.139 ^b
1920	27.791		N/A	N/A		17.084				
1921	28.424	10.144	18.279	19.041		19.041	20.853	20.816	N/A	75.411 ^b
1922	29.780	10.810	18.898	19.713		19.713				
1923	31.454	11.475	19.979	21.463		21.463	24.512	16.425	N/A	76.408 ^b
1924	32.999	12.365	20.634	22.220		22.220				
1925	33.739	12.440	21.299	23.355		23.355	25.630	15.990	1.678	80.705
1926	36.002	13.336	22.666	24.435		24.435				
1927	37.967	14.146	23.827	25.469		25.469	27.696	16.879	1.674	87.617
1928	37.973	14.449	24.477	26.880		26.880	29.012	18.884	1.867	91.778
1930	39.589	14.434	25.155	26.413		26.413				
1931	38.761	14.343	24.418	25.702		25.702	27.453	16.173	1.537	86.457
1932	36.408	13.700	22.700	24.860		24.860				
1933	35.175	13.200	22.000	24.041		24.041	25.454	12.048	1.166	76.298
1934	36.709	14.000	22.700	26.545		26.545				
1935	38.156	14.400	23.700	28.147		28.147	29.196	15.185	1.844	87.096
1936	40.292	15.300	25.000	29.962		29.962				
1937	41.419	15.900	25.500	30.957		30.957	32.713	17.287	1.951	95.296
1938	39.671	15.100	24.500	30.481		30.481				
1939	39.671	15.500	24.200	31.519		31.519	31.519	18.295	2.209	96.477
1940	41.132	16.114	25.018	32.371		32.371				
1941	42.080	16.519	25.561	33.436		33.436				
1942	43.375	17.111	26.264	35.294		35.294				
1943	44.393	17.078	27.315	37.292		37.292				
1944	45.955	18.059	27.896	37.946		37.946				
1945	48.384	19.240	29.144	39.680		39.680				
1946	50.928	20.546	30.382	43.665		43.665				
1947	51.673	20.762	30.911	45.151		45.151	42.736	21.408	2.137	119.568
1948	52.285	21.082	31.203	46.308		46.308				

Tabla 4.7 (Continuación)

Años	Periódicos diarios (censo de producción)	Periódicos diarios (editores y redactores)	Diarios matutinos (editores y redactores)	Diarios vespertinos (editores y redactores)	Diarios dominicales (editores y redactores)	Diarios dominicales (censo de producción)	Diarios semanales (censo de producción)	Periódicos restantes (censo de producción)	Total de todos los Periódicos estadounidenses (censo de producción)
1949		52.846	21.005	31.841	46.399				
1950		53.829	21.266	32.563	46.582				
1951		54.018	21.223	32.795	46.279				
1952		53.951	21.160	32.791	46.210				
1953		54.472	21.412	33.060	45.949				
1954	56.410	55.072	21.705	33.367	46.176	46.350	30.336	3.257	136.353
1955		56.147	22.183	33.964	46.448				
1956		57.102	22.492	34.610	47.172				
1957		57.805	23.171	34.635	47.044				
1958	58.713	57.418	23.161	34.258	46.955	48.262	26.177	3.651	136.803
1959		58.300	23.547	34.753	47.848				
1960		58.882	24.029	34.853	47.699				
1961		59.261	24.094	35.167	48.216				
1962		59.849	24.563	35.286	48.888				
1963	63.831	58.905	23.459	35.446	46.830	51.669	17.500 ^a	3.600 ^b	136.00
1964		60.412	24.365	36.048	48.383				
1965		60.358	24.107	36.251	48.600				
1966		61.397	24.806	36.592	49.282				
1967	66.527	61.561	25.282	36.279	49.224	52.129	N/A	N/A	N/A
1968		62.535	25.838	36.697	49.693				
1969		62.060	25.812	36.248	49.675				
1970		62.108	25.934	36.174	49.217				
1971		62.231	26.116	36.115	49.665				
1972	64.996	62.510	26.078	36.432	49.339	51.945	N/A	N/A	N/A
1973		63.147	26.524	36.623	51.717				
1974		61.877	26.145	35.732	51.679				
1975		60.655	25.490	35.165	51.096				
1976		60.977	25.858	35.119	51.565				

*Fuentes: All Census of Manufactures Data: 1900-1967. *Historical Statistics of the United States*. Colonial Times to 1970 (1975), pág. 810; 1972, 1973 Census of Manufactures. All Editor and Publisher data as follows: Total daily and Sunday News papers, 1920-1970, and morning and evening newspapers, 1940-1970. *Historical Statistics of the United States*. Colonial Times to 1970 (1975), pág. 809. Morning and evening newspapers, 1921-1931. Willey and Rice (1933), pág. 160. Morning and evening newspapers, 1932-1939. Chapin (1957), pág. 9. Total, morning evening and Sunday newspapers, 1971-1975. Statistical Abstract of the United States, 1974 and 1976. All 1976 data. 1977 Editor and Publisher International Yearbook (1976) pág. 21.

Nota: ^a Incluye un pequeño número de periódicos, ^b no incluye otros periódicos porque no estaban disponibles hasta 1975, y ^c los datos estimados se basan en la cuota del año de la suscripción del periódico. Los pequeños periódicos no fueron reportados en circulación.

Tabla 4.8. Tirada de los mayores diarios del mundo en 1971*

<i>Cabeceras</i>	<i>Tirada</i>
1. La Pravda (URSS)	9 600 000
2. Les Izvestia (URSS)	8 000 000
3. Asahi Shimbun (Japón)	6 800 046
4. Yomiuri Shimbun (Japón)	5 799 000
5. Mainichi Shimbun (Japón)	4 697 600
6. Daily Mirror (Gran Bretaña)	4 388 446
7. Bildzeitung (Alemania)	3 651 647
8. Daily Express (Gran Bretaña)	3 390 049
9. The Sun (Gran Bretaña)	2 501 916
10. The New York Daily News (E.U.A)	2 129 000
11. Le Quotidien Du Peuple (China)	2 000 000

* La URSS, Japón y Gran Bretaña monopolizan los primeros lugares, pues sus diarios tienen una difusión nacional. Con una población superior a la de Gran Bretaña, Alemania Federal sólo posee un diario nacional.

Tabla 4.9. Expansión mundial de la prensa por regiones en 1977*

<i>Región</i>	<i>Porcentaje de la población mundial</i>	<i>Tirada de diarios por cada 1 000 habitantes</i>	<i>Distribución de los diarios</i>	<i>Consumo de papel de imprenta y de escribir por cada 1 000 habitantes</i>
África (excluidos los países árabes)	9.9	1.3	1.0	0.9
América del Norte	7.5	28.1	16.2	66.9
América Latina	10.5	7.0	5.6	4.3
Asia (excluidos los Estados Árabes)	43.8	6.5	21.8	2.6
Estados Árabes	4.5	2.0	0.7	1.5
Europa	4.5	24.3	28.2	23.2
Oceanía	15.0	30.5	1.7	11.0
URSS		39.6		4.9

* Excluidas China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista de Viet Nam.

Nota: Procede señalar que en este capítulo se han utilizado dos definiciones regionales según la interpretación de la UNESCO, a saber: el norte de América y América del Norte. La primera comprende las Bermudas, el Canadá, los Estados Unidos de América, Groenlandia y San Pedro y Miquelón. Se agrupa así a estos países cuando es necesario tener sobre todo en cuenta la semejanza de su nivel de desarrollo. La segunda expresión –América del Norte– comprende un conjunto geográfico de países más numerosos, que tienen diferentes niveles de desarrollo: Antigua, Antillas Neerlandesas, Bahamas, Barbados, Belice, Bermudas, Islas Caimanes, Canadá, Costa Rica, Cuba, Dominica, República Dominicana, El Salvador, Estados Unidos de América, Granada, Groenlandia, Guadalupe, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Martinica, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, San Cristóbal, Nieves y Anguila, Santa Lucía, San Pedro y Miquelón, San Vicente, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos, Islas Vírgenes Británicas, Islas Vírgenes Norteamericanas y Zona del Canal de Panamá. Se ha aplicado la expresión “América Latina” al resto del continente, esto es, excluidos los países de América del Norte (*Fuente:* Elaborado con información de *Anuario estadístico de la UNESCO 1977 y Un solo mundo. Voces múltiples, op. cit.*, págs. 221–222).

medio de información, emerge, con ligeras variantes decrecientes, una tendencia mundial hacia el consumo ascendente de papel periódico a lo largo de la historia de los diarios y, especialmente, esto se acentúa en el periodo de 1965-1985. Así, por ejemplo, por una parte, los países de economías de mercado desarrollados registran para el periodo 1965-1974 un aumento importante en el consumo de pasta de celulosa, salvo en 1967 y 1971, cuando se produjo una baja del 1% en cada caso con respecto al año anterior.

En 1966 se produjo un aumento general del consumo de los países desarrollados de un monto de 7% respecto de 1965. Dos países de América del Norte, Canadá y Estados Unidos, tuvieron aumentos excepcionales para el periodo: 33% para Canadá y 9.7% para E.U.A. El otro aumento importante para el grupo fue de 9% en 1969, con aumentos individuales de 23% para la República Federal de Alemania, de 9.5% para el Reino Unido, y de 6.6% para Estados Unidos. Desde 1969 la tasa de crecimiento para el grupo no ha sido superior a un 3%, y en 1971 fue negativa.

La baja tuvo un cariz aún más dramático en 1975, con una baja de un 12% en el consumo respecto de 1974. Los países más importantes del grupo sufrieron bajas comparativamente grandes, Canadá, 25%, el Reino Unido, 24%, Estados Unidos, 14%, la República Federal de Alemania, 7% y Francia, 34%.

La preeminencia de E.U.A. en el grupo de 26 países se verifica por el hecho de que su consumo es aproximadamente igual al de los otros 25 países. De 53.45%, en 1965, la parte de Estados Unidos en el consumo del grupo bajó a 50.6% en 1974, y a 49.4% en 1975. La baja del consumo del grupo en 1975 se debe a un descenso del 60% en el consumo de los Estados Unidos⁴³ (véanse figuras 4.5 y 4.6, y tablas 4.10 y 4.11).

Por otra parte, el consumo de papel periódico de las economías de mercado en vías de desarrollo, que fue de 1 359 millones de toneladas en 1965, aumentó rápidamente hasta alcanzar dos millones de toneladas en 1971. En 1972, el consumo bajó pero volvió a subir de nuevo hasta superar la cifra récord de dos millones de toneladas en 1974.

En 1965, la parte de los países latinoamericanos correspondía al 57% del consumo de este grupo de países; en 1975, la parte de los países latinoamericanos bajó a un 53%. El grupo de países en vías de desarrollo del Extremo Oriente aumentó su consumo entre 1965 y 1975 a un ritmo superior en un 50% respecto de los países latinoamericanos. Los países de África en vías de desarrollo (al sur del Sahara) consumían menos del 4% del papel de periódico de los países del Tercer Mundo, a pesar de que esa parte aumentó en un 78% durante una década, lo cual representa la tasa más alta de crecimiento del grupo durante ese periodo⁴⁴ (véanse tablas 4.10 y 4.11).

En la tabla 4.12 se indica el consumo de papel de periódico per cápita de las economías de mercado en vías de desarrollo para los años 1965-1975.

Finalmente, las economías centralmente planificadas de Asia casi duplicaron como grupo su consumo de papel de periódico durante este periodo de 10 años. El grupo, que incluye a la Unión Soviética y a los demás países socialistas europeos, aumentó su consumo en más de 60% durante el mismo periodo. El consumo de este grupo se incrementó regularmente durante esos años. La Unión Soviética y los países socialistas europeos han experimentado bajas respecto de los altos aumentos anuales de 1965 y 1966, y los aumentos anuales de

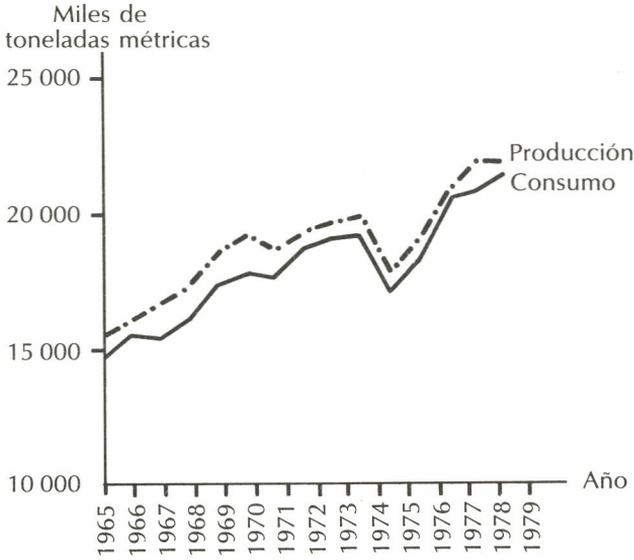


Fig. 4.5. Producción y consumo de papel periódico en las economías de mercado desarrolladas de 1965 a 1979. (De 10 000 a 25 000 toneladas métricas.)

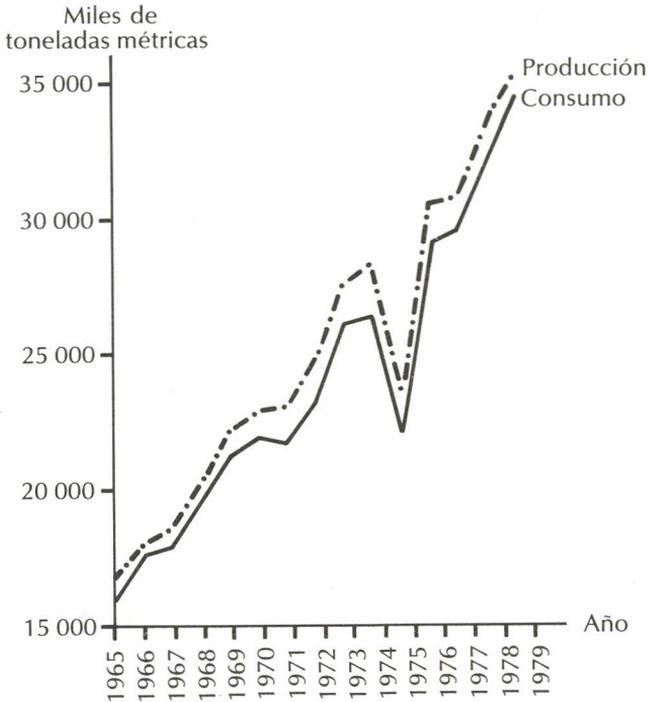


Fig. 4.6. Producción y consumo de papel periódico en las economías de mercado desarrolladas de 1965 a 1979. (De 15 000 a 35 000 toneladas métricas.)

Tabla 4.10. Consumo mundial de papel periódico por regiones de 1965 a 1975

Región	Consumo de papel de periódico (miles de toneladas métricas)											
	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	
<i>Economías de mercado desarrolladas.</i>												
América del Norte desarrollada	8 117.9	9 024.8	8 924.1	9 072.4	9 622.1	9 571.7	9 752.0	10 161.1	10 461.4	10 436.0	8 892.	
Europa Occidental desarrollada	4 387.5	4 644.2	4 466.0	4 598.6	5 202.1	5 426.0	5 126.0	5 383.7	5 465.7	5 558.7	4 842.	
Oceanía desarrollada	470.2	448.7	469.3	479.8	507.3	544.3	558.0	485.0	554.7	597.2	626.	
Otros países desarrollados (Israel, Japón, Sudáfrica)	1 311.5	1 290.2	1 472.4	1 742.8	2 005.3	2 219.4	2 191.6	2 284.3	2 359.9	2 409.5	2 384.	
Total	14 287.1	15 407.9	15 331.8	15 893.6	17 336.8	17 761.4	17 628.9	18 314.1	18 841.7	19 001.4	16 744.	
<i>Economías de mercado en desarrollo.</i>												
África	47.2	59.2	44.5	40.5	44.8	57.3	72.3	67.6	68.6	84.0	84.	
América Latina	776.9	847.4	857.3	943.9	1 040.0	1 062.6	959.8	918.5	1 025.9	110.2	1 101.	
Medio Oriente de África	42.3	53.7	48.8	23.2	26.8	36.4	38.8	49.1	31.3	50.3	43.	
Medio Oriente de Asia	63.2	66.1	80.0	81.2	100.1	49.5	143.9	129.0	124.2	142.4	142.	
Extremo Oriente de (Asia)	429.6	500.8	486.2	575.1	653.3	650.0	790.5	704.2	670.1	713.3	699.	
Otras economías de mercado en desarrollo	0.2	0.5	0.4	0.7	0.8	1.6	1.4	1.7	1.5	1.3	1.	
Total	1 359.4	1 527.7	1 517.2	1 664.6	1 865.8	1 857.4	2 006.7	1 870.1	1 921.6	2 101.5	2 073.	
<i>Economías de planificación central.</i>												
Asia*	329.6	345.9	389.3	442.2	429.0	540.7	603.5	653.7	703.7	983.7	983.	
URSS, Europa	966.4	1 048.2	1 146.7	1 195.7	1 256.4	1 323.8	1 359.8	1 418.3	1 461.9	1 561.8	1 570.	
Total	1 296.0	1 394.1	1 536.0	1 637.9	1 748.4	1 864.5	1 963.3	2 072.0	2 165.6	2 545.5	2 553.	
Total mundial	16 942.5	18 329.7	18 385.0	19 196.1	20 951.0	21 183.3	21 598.9	22 556.2	22 928.9	23 648.4	21 371.	

* Excluida Taiwan.

Tabla 4.11. Consumo estimado de papel de periódico por regiones del mundo de 1976-1985

	Consumo estimado de papel de periódico (1976-1985) (miles de toneladas métricas)									
	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
<i>Economías de mercado desarrolladas</i>										
África del Norte desarrollada	11 052.55	11 289.66	11 526.77	11 763.88	12 000.99	12 238.10	12 475.21	12 712.32	12 949.42	13 186.
Europa Occidental desarrollada	5 911.79	6 040.86	6 168.58	6 295.30	6 419.95	6 543.49	6 665.76	6 786.68	6 900.25	7 024.
Oceanía desarrollada	586.75	598.23	609.92	621.50	633.08	644.66	656.25	667.84	679.42	691.
Otras economías del mercado desarrolladas (Israel, Japón, África)	2 778.24	2 908.96	3 039.67	3 170.38	3 301.29	3 431.80	3 562.52	3 693.23	3 823.94	3 954.
Total	20 329.33	20 837.71	21 344.94	21 851.06	22 355.31	22 858.05	23 359.74	23 860.07	24 353.03	24 856.
<i>Economías del mercado en desarrollo</i>										
África	130.30	135.11	139.93	144.80	149.68	153.61	158.53	163.50	168.48	173.
América Latina	1 115.82	1 141.00	1 166.24	1 191.45	1 216.67	1 241.87	1 267.08	1 292.28	1 317.50	1 342.
Europa	1 009.32	1 055.46	1 101.60	1 147.74	1 193.91	1 240.08	1 286.15	1 332.32	1 378.60	1 424.
Otras economías de mercado en desarrollo	2.82	2.99	3.15	3.32	3.48	3.65	3.81	3.98	4.14	4.
Total	2 258.26	2 334.56	2 410.92	2 487.31	2 563.74	2 639.21	2 715.57	2 792.08	2 868.72	2 945.
<i>Economías de planificación central</i>										
Asia	1 230.67	1 388.29	1 559.01	1 742.82	1 939.72	2 149.73	2 372.82	2 609.01	2 858.30	3 120.
URSS, Europa	1 791.38	1 831.31	1 964.08	2 120.84	2 304.99	2 518.77	2 766.22	3 050.12	3 373.61	3 739.
Total	3 022.05	3 219.60	3 523.09	3 863.66	4 244.71	4 668.50	5 139.04	5 659.13	6 231.94	6 860.
Mundial	25 609.64	26 391.87	27 278.95	28 202.03	29 163.76	30 165.76	31 214.35	32 311.28	33 453.60	34 661.

Tabla 4.12. Consumo *per cápita* de papel periódico en las economías en vías de desarrollo de 1965 a 1975

Región	Kgs. <i>cápita</i>	
	1965	1975
África (SubSahariana)	0.193	0.266
América Latina	3.141	3.399
África (Oriente Medio)	0.285	0.225
Asia (Oriente Medio)	0.426	0.732
Extremo Oriente	0.471	0.604

los últimos años han tenido una media de sólo 4%. Estos países, que como grupo tiene una cierta autonomía respecto del exterior, han registrado, en 1975, una leve alza del consumo de papel de periódico de sólo 2% respecto de 1974, lo que contrasta con la baja brutal del consumo en 1975 de las economías de mercado en vías de desarrollo. No se puede establecer con seguridad en qué medida ese lento incremento del consumo pueda tener las mismas causas que la baja de consumo en las economías de mercado en vías de desarrollo. Un factor que puede haber influido en la disminución del desarrollo del consumo en las economías centralmente planificadas de Europa puede haber sido el aumento importante del consumo aparente en 1974, que puede haberse manifestado por la creación de *stocks*⁴⁵ (véanse tablas 4.10 y 4.11).

Este rápido florecimiento internacional de la prensa va acompañado de una tendencia general de reducción del número de periódicos. Esta concentración afecta no solamente a la prensa sino también a otros medios de comunicación social, si bien a veces en forma diferente. El crecimiento y la expansión de ciertos medios de comunicación social, la absorción de los pequeños por los más grandes, el crecimiento general de los conjuntos de medios de comunicación social y su asociación con empresas que pertenecen a otros sectores, constituyen una respuesta casi universal a los nuevos modelos de la economía industrial.

Así, por ejemplo, desde 1915 el número de grupos —de periódicos de 2 a 80 diarios pertenecientes a un mismo propietario— ha pasado de 60 a 165 en Estados Unidos de América. Estos grupos poseen más del 60% de los 1 812 diarios. Persiste la tendencia al aumento de las cadenas: en 1978, 47 de los 53 diarios que cambiaron de propietario fueron absorbidos por esos grupos. En el Reino Unido, en 1963, solamente en 51 ciudades había propietarios de periódicos que competían entre sí: en 1968 eran 43 y en 1973 había 37. Cincuenta años antes, este número era superior a 500. Doce países de Europa Occidental tienen en la actualidad menos diarios que hace 10 años, con una brusca reducción en Bélgica, Dinamarca, Suiza (30%) y Francia (20%). La evolución de la tirada indica también una concentración de las fuentes de noticias, por ejemplo en Inglaterra, país en el cual a 9 de 111 periódicos les corresponde el 60% de la tirada diaria. En la República Federal Alemana, el número de ejemplares vendidos ha aumentado, a la vez que el de periódicos independien-

tes pasaba de 225 en 1960 a 134, en 1973. En Japón, tres grandes periódicos de Tokio dominan este sector, con algunos periódicos satélites en otras cinco grandes ciudades que en total producen casi 27 millones de ejemplares al día, es decir, 50% de la tirada total de los diarios japoneses. Uno de los periódicos nacionales de Japón tiene 143 ediciones locales al día. En un cierto número de países, el periódico que constituía un monopolio ha dejado de ser una excepción, y se ha convertido en la regla general.⁴⁶

Esta tendencia se pone de manifiesto claramente en Estados Unidos, donde la evolución de la prensa durante más de medio siglo muestra una fuerte concentración de la propiedad de los impresos (véase tabla 4.13). Esto mismo se vuelve a constatar a nivel mundial en la década de los setenta, cuando casi ningún país omite la presencia de fuertes grupos que controlan la prensa nacional⁴⁷ (véase tabla 4.14).

Sin embargo, no obstante la expansión anterior de la prensa en los ciclos largos, los indicadores también muestran que si se exceptúa a Asia, ha habido pocos progresos durante los dos últimos años en la ampliación de la prensa en las distintas regiones del mundo. Incluso, en varias naciones de Europa existen en la actualidad menos diarios que hace 25 años. En algunos casos, además, esta disminución es realmente considerable: Bélgica, de 57 descendió a 27; Dinamarca, de 126 pasó a 49; Finlandia, de 101 a 60; Francia de 130 a 96; Italia, de 109 a 72; Suiza, de 120 a 91; Suecia, de 139 a 112, etc. Si bien en España y Turquía se manifestó un cierto incremento, los restantes países apenas han mantenido sus posiciones. Contando la Unión Soviética, el aumento total para Europa en el número de diarios de "interés general" está por debajo del 1%. Si se considera África en su totalidad, en el periodo de 1971-1972 hubo menos periódicos que diez años antes. En 1979, la situación mejoró levemente pues se contó con 179 periódicos en relación con los 167 entre 1955 y 1977. En cuanto a América del Norte y del Sur consideradas conjuntamente, el aumento ha sido, para el

Tabla 4.13. Concentración de la propiedad de los diarios estadounidenses de 1923 a 1976*

Año	Número de Diarios	Número de Cadenas	Número de diarios que pertenecen a Cadenas
1923	2036	31	153
1930	1942	55	311
1935	1950	59	329
1940	1878	60	319
1945	1749	76	368
1953	1785	95	485
1960	1763	109	552
1966	1754	156	794
1971	1749	157	879
1976	1765	168	1 061

*Fuente: C.H. Sterling y T.R. Haight, *The Mass Media*, Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends, cuadro 221-A (raeger, 1978).

Tabla 4.14. Concentración mundial de periódicos por grupos de poder*

País	Cuatro grupos principales	Ocho grupos principales	Veinte grupos principales	Media
Canadá	53	71	89	70
E.U.A.	18	30	43	28
Austria	82	73	97	71
Bélgica	49	71	94	69
Dinamarca	60	67	84	64
Francia	30	50	73	46
Alemania (R.F.)	42	51	62	50
Irlanda	81	91		100
Italia	30	51	78	47
Holanda	39	59	82	55
España	29	42	55	43
Gran Bretaña	66	77	89	77
Australia	74	87	96	90
Nueva Zelanda	58	76	94	76
Kenia	100	100		
Nigeria	94	97		100
Rodesia	100	100		
Rep. Sudafricana	72	89	100	96
Japón	56	72	90	71
Ceilán	90	95		100
India	29	43	67	43
Corea	62	82	99	85
Malasia	58	73	92	70
Pakistán	17	25	33	24
Filipinas	73	85	100	82
Singapur	88	96	100	99
Irán	59	74	100	64
Líbano	38			53
Turquía	75			90
Chile	68	89	100	91
México	26	37	49	36
Panamá	70	90	100	99

*Fuente: R.B. Nixon: "Concentration of Press Ownership", en *Journalism Quarterly*.

mismo periodo, de la mitad del 1%. En Asia, en cambio, se registró un progreso importante en el número de periódicos (de 1 427 en 1955-1957 pasó a 2 420 en 1979)⁴⁸ (véase tabla 4.15).

De esta forma, las cifras disponibles indican que, pese a un aumento constante de la tirada, el total mundial de diarios sigue siendo prácticamente el mismo desde hace años. Esta estabilización se debe esencialmente a la concentración de la prensa y a la desaparición de los pequeños periódicos locales, así como a la competencia de la radio y la televisión, que es particularmente sensible en América del Norte y en Europa Occidental. En otras palabras, se puede afirmar que está menguando la importancia de los periódicos en la difusión de la información, mientras que la de la radio, y sobre todo la de la televisión en los países

Tabla 4.15. Tasa de crecimiento y circulación de los diarios de 1955 a 1979 por regiones*

Continentes, zonas principales y grupos de países	Número de diarios		Cálculo de la circulación	
	1955-1957	1979	Total en millones (1979)	Por 1 000 habitantes (1979)
Total mundial	6 936	8 240	453	134
África	167	170	9	20
América	2 957	3 120	97	61
Asia	1 427	2 420	110	70
Europa (incluida la URSS)	2 282	2 420	231	310
Oceanía	103	110	6	272
Países desarrollados	4 471	4 660	374	324
Países en desarrollo	2 465	3 580	79	35
África (excluidos los Estados Árabes)	110	140	5	14
Asia (excluidos los Estados Árabes)	1 410	2 340	109	72
Estados Árabes	74	110	5	33
América del Norte	1 918	1 910	63	258
América Latina	1 037	1 210	34	95

* Los datos relativos al total mundial, países en desarrollo y Asia (con exclusión de los Estados Árabes) para 1979, no incluyen la República Popular de China. En 1955-1957, los datos incluyen tanto la República Popular de China, como Taiwan.

desarrollados, crece constantemente y ejerce una atracción cada vez mayor como fuente de información. Sin embargo, la prensa tiene un lugar especial cuando se trata de explicar, interpretar y comentar los acontecimientos, sobre todo cuando se discuten los grandes objetivos de la sociedad o los asuntos internacionales que requieren un análisis serio de la actualidad, lo cual no ocurre en el caso del simple reportaje. En tales condiciones, cabe formular ciertas preguntas sobre el cometido de la prensa y sobre la necesidad de precisar mejor los diversos tipos de responsabilidad de los periodistas.⁴⁹

La presencia del cine

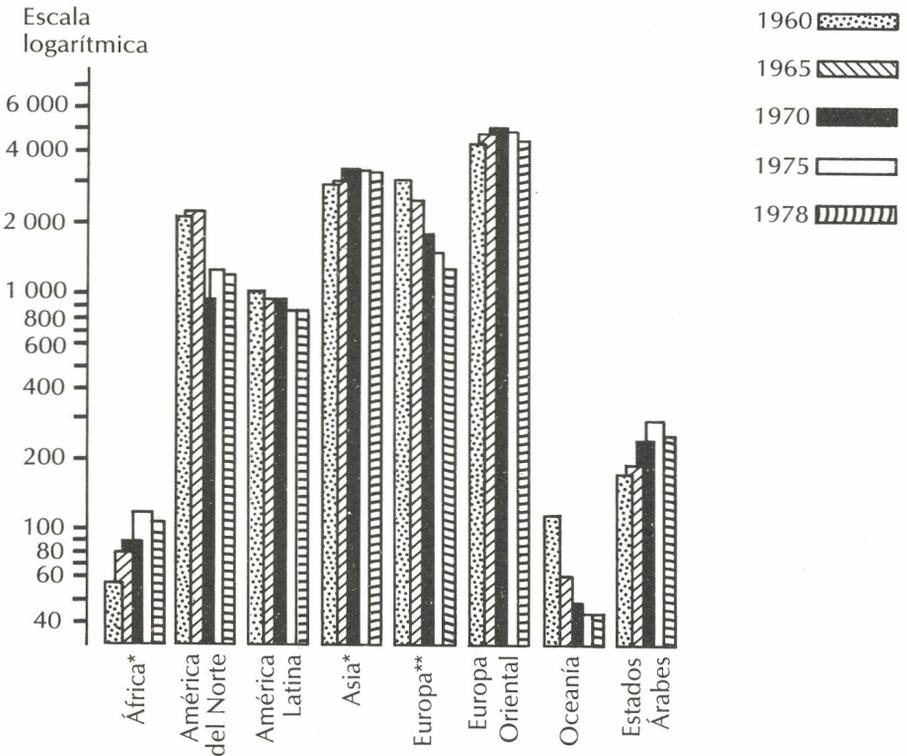
En cuanto a la industria cinematográfica, observamos que después de surgir como una nueva tecnología audiovisual, con el descubrimiento del proyector cinematográfico por Thomas Alva Edison, en 1890, se perfecciona y se expande internacionalmente, a bajo costo, desde París y Nueva York al resto del mundo, cubriendo rápidamente todo el orbe. De esta manera, para el periodo 1950-1970 la industria cinematográfica penetra en todos los continentes y alcanza uno de sus principales momentos de madurez cuando la asistencia al cine por habitante da por resultado el mayor récord histórico que éste haya alcanzado en todas las otras fases de su desarrollo⁵⁰ (véanse tabla 4.16 y figura 4.7).

Este panorama se consolida en la década de los setenta, cuando el número

Tabla 4.16. Asistencia al cine por habitante por grupos de países (1955-1975)*

Grupos de países	1955	1960	1965	1970	1975
África (excluidos los Estados Árabes)	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4
América del Norte	14.2	11.7	11.2	4.4	5.7
América Latina	4.9	5.1	4.0	3.5	2.8
Asia (excluidos los Estados Árabes)	3.5	3.2	3.0	3.3	2.6
Europa (excluida Europa Oriental)	13.3	9.9	7.8	5.3	4.3
Europa Oriental (incluida la URSS)	11.9	15.1	15.5	15.5	14.3
Oceanía	2.0	7.8	3.8	2.5	2.1
Estados Árabes	1.9	1.9	1.8	2.0	2.1
Total mundial	6.9	6.3	5.7	4.8	4.2

* Fuente "Statistics on film and cinema", UNESCO.



*Excluidos los Estados Árabes
 **Excluida Europa Oriental

Fig. 4.7. Asistencia estimada al cine por continentes y grandes regiones en 1960, 1965, 1970, 1975 y 1978.

de salas de cine y su correspondiente capacidad de atención masiva también se incrementa significativamente, aunque ya en esta época se asoma un anuncio de la crisis que está por afectarlo (véase tabla 4.17).

En esta trayectoria de rápido ascenso, encontramos que hasta 1975 la organización mundial de la industria cinematográfica es muy distinta de la de los demás medios de comunicación social. Destaca especialmente Asia con 1 960 películas, de una producción total mundial de 3 800, en 1975, es decir, más que todas las demás regiones juntas; India es el primer productor mundial (510), seguida de Japón (330). Europa es la segunda región por su producción (1 120), encabezada por Italia (230) y Francia (220). Tanto Estados Unidos como la Unión Soviética produjeron 180 películas, en 1975. Así pues, la producción no estaba dominada por América del Norte y Europa, como ocurre con la mayoría de los demás medios de comunicación social. Menos importante, pero también significativa, es la reducción que indican las estadísticas generales del número de cines en América del Norte y en Europa en los últimos diez años mientras que han aumentado en el resto del mundo, muy de prisa en al Unión Soviética y más lentamente en otros países.⁵¹ Hacia 1979, esta tendencia de producción mundial de cintas se mantiene con las mismas características de liderazgo mundial, aunque ya se refleja un primer indicio de la crisis cinematográfica que se avecina⁵² (veáanse figura 4.8 y tabla 4.18).

No obstante lo anterior, el número de películas producidas por cada país no es el principal factor de circulación y ni del impacto que tienen en los modelos culturales en el plano mundial. La circulación de las películas se rige por intereses comerciales y a veces culturales. El principal país exportador es Estados Unidos, seguido de Italia, Francia, Inglaterra, India y la Unión Soviética. Se observa también en este caso el desequilibrio ya mencionado, puesto que los países industrializados son los principales exportadores, aunque no sean al mismo tiempo los primeros productores. La distribución mundial de las películas se rige también ampliamente por las afinidades de lengua y cultura. Así, por ejemplo, las películas en chino son objeto de una amplia difusión en los países que tienen una población china numerosa y, por otra parte, las películas producidas en las demás lenguas de Asia no salen de su país de origen.

La industria de los largometrajes sigue siendo una actividad comercial privada, salvo en los países socialistas y en un pequeño número de países de otras partes del mundo. Sin embargo, los gobiernos estiman cada vez más que el interés general exige una participación pública. Se fomentan ciertos aspectos de la producción de películas y ciertos temas concretos mediante la concesión de subvenciones y diversas formas de ayuda. En los últimos años, unos doce gobiernos, la mayoría de ellos de Europa Occidental, han concedido subvenciones a productores comerciales por razones culturales o económicas. En la mayoría de los países, la intervención principal del estado se reduce a la censura de las películas o a su clasificación en función de las distintas categorías de público.

Junto con la de largometrajes, la industria se dedica a otros tipos de producción: actualidades, películas y dibujos animados, documentales, películas educativas, etc. En las dos primeras categorías les cuesta mucho llegar a un público amplio; por el contrario, los documentales y las películas educativas progresan gracias a la televisión y a las sesiones organizadas en los centros docentes; son producidas no solamente por empresas comerciales, sino también por organis-

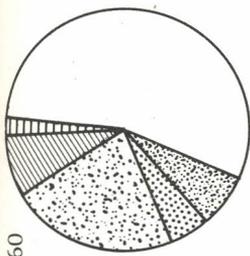
Tabla 4.17. Número de salas de cine y capacidad por continentes y grandes regiones (1970-1978)

	Salas de cine				Capacidad (en número de butacas)					
	Números (en millares)				Total (en millones)			Por 1 000 habitantes		
	1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)		1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)	1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)
Total mundial ¹	261	265	247		72	77	72	26	25	22
África	3.0	3.1	3.0		1.9	2	2.0	6	6	5
América	28	27	28		18	18	19	36	33	32
Asia ¹	15	20	18		9.7	12	11	8	9	8
Europa	65	59	197		42	19	39	61	40	52
Oceanía	1.5	1.4	1.2		0.8	1	0.6	41	34	27
Países desarrollados	235	23	219		56	62	53	48	56	46
Países en desarrollo ¹	26	34	28		16	15	19	9	8	9
África (excluidos Estados Árabes)	1.8	2.1	2.1		1.2	1.3	1.2	5	4	4
Asia (excluidos Estados Árabes)	14	20	17		9.4	11.7	11	8	9	8
Estados Árabes	1.6	1.4	1.6		0.9	1	1.1	7	7	8
América del norte	16	16	18		11	11	13	50	46	53
América Latina	12	11	10		7.1	7	6.7	25	21	19

¹ No incluye China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista del Viet-Nam.

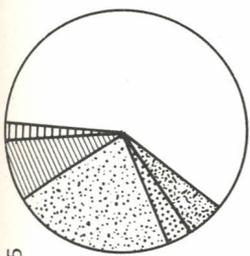
Fuentes: (A) *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, División de Estadísticas de la Cultura y de la Comunicación, Oficina de Estadísticas, UNESCO, París, 1979, pág. 36. (B) *Statistical Yearbook*, UNESCO, París, 1979, pág. 972.

1960



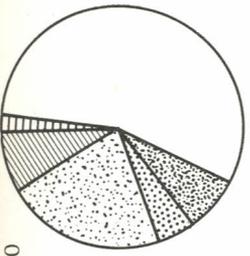
- Estados Árabes 2.0%
- Europa Oriental 8.0%
- Europa** 23.0%
- América Latina 5.0%
- América del Norte 7.0%
- Asia* 55.0%

1965



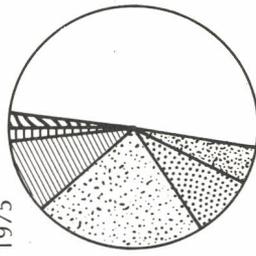
- Estados Árabes 2.0%
- Europa Oriental 8.0%
- Europa** 22.0%
- América Latina 3.0%
- América del Norte 5.0%
- Asia* 60.0%

1970



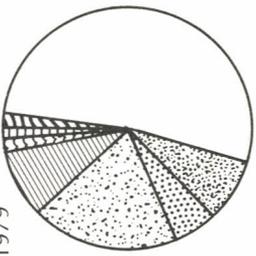
- Estados Árabes 2.0%
- Europa Oriental 9.0%
- Europa** 22.0%
- América Latina 6.0%
- América del Norte 5.0%
- Asia* 56.0%

1975



- Estados Árabes 2.0%
- Oceanía 1.0%
- Europa Oriental 10.0%
- Europa** 23.0%
- América Latina 8.0%
- América del Norte 6.0%
- Asia* 51.0%

1979



- Estados Árabes 2.0%
- África* 1.0%
- Oceanía 1.0%
- Europa Oriental 10.0%
- Europa** 19.0%
- América Latina 6.0%
- América del Norte 8.0%
- Asia* 53.0%

*Excluidos los Estados Árabes

**Excluida Europa Oriental

Fig. 4.8. Distribución de la producción mundial de películas de largometraje por continentes y grandes regiones (1960-1979).

Tabla 4.18. Producción mundial de películas de largometraje por grupos de países de 1955 a 1979

Grupos de países	1955	1960	1965	1970	1975	1979
África (excluidos los Estados Árabes)	*	*	*	*	*	15
América del Norte	310	230	190	200	200	290
América Latina	170	170	110	250	310	230
Asia (excluidos los Estados Árabes)	1 430	1 180	2 280	2 300	1 990	1 890
Europa (excluida Europa Oriental)	680	780	840	920	890	670
Europa Oriental (incluida la URSS)	170	260	300	370	390	380
Oceanía	*	*	*	*	40	40
Estados Árabes	60	70	80	80	80	65
Producción mundial estimada	2 800	3 300	3 800	4 100	3 900	3 580

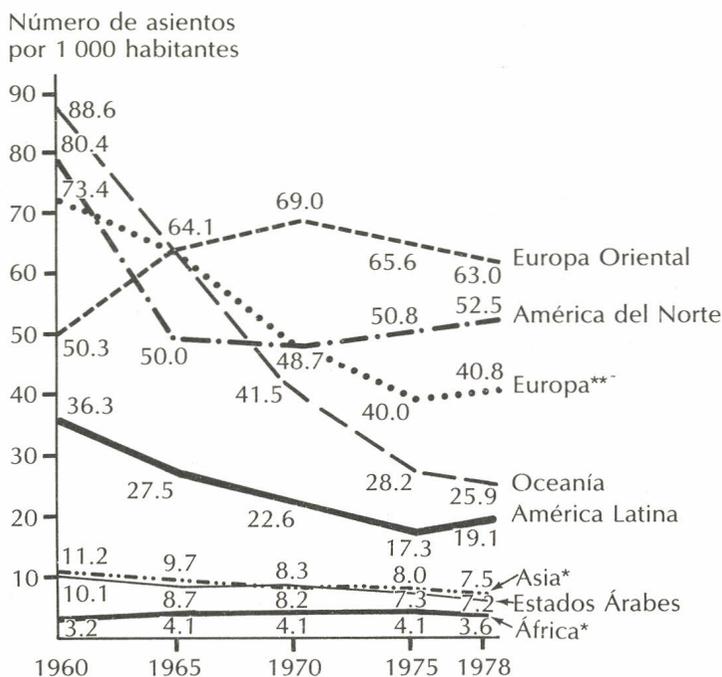
* Insignificante.

mos estatales, consejos cinematográficos, sociedades de radiodifusión, o con la ayuda financiera de estas entidades.⁵³

Sin embargo, pese al auge notorio que registra la industria cinematográfica, desde la década de los setenta inicia una fase de crisis prolongada provocada por el surgimiento de otros medios de comunicación más modernos tales como la televisión y la televisión por cable. Ello genera gradualmente un serio decremento mundial en su crecimiento y la desplaza a un nuevo plano cultural con nuevas funciones ideológicas⁵⁴ (véase figura 4.9).

De esta manera, por ejemplo, en Asia, considerada en su conjunto, el número de cines aumentó de 1965 a 1973 y disminuyó a partir de entonces hasta 1981. La asistencia aumentó también hasta 1971, y la baja ha sido más notable desde entonces. Pero a este respecto hay grandes diferencias en esa región. Sólo en 11 de los 41 países de Asia ha aumentado el número de cines durante ese periodo; sin embargo, su crecimiento masivo en la India ha compensado sobradamente la disminución en otros 30 países de la región. La asistencia a espectáculos cinematográficos en India creció en un 23% de 1966 a 1975, pero en Asia, considerada globalmente, hubo una disminución del 5% debido sobre todo a una reducción espectacular en Japón, que de 373 millones en 1965, pasó a 165 millones de espectadores en 1977. En la URSS, el número de cines y locales de proyección normales aumentó en los diez últimos años en un 50%, a la vez que el número de espectadores crecía en un 30%.⁵⁵ Pero hoy día, en gran parte del mundo, exceptuando África, el número de espectadores parece haberse estabilizado más o menos en un nivel mucho menor que el de hace diez años. En todo caso, todavía hay países en los cuales el cine sigue siendo uno de los principales medios de comunicación y una de las fuentes de distracción preferidas.

Ahora bien, la menor asistencia a los espectáculos cinematográficos no quiere decir que la función del cine sea en modo alguno menos importante. La impresionante reducción de la asistencia cinematográfica, que ha afectado a todos los países occidentales industrializados (aproximadamente al 27% de los países de la Comisión Económica Europea en un lapso de 20 años), ha quedado



*Excluidos los Estados Árabes
 **Excluida Europa Oriental

Fig. 4.9. Número de asientos cinematográficos por cada mil habitantes de cada continente y las grandes regiones de 1960 a 1978.

compensada por la rápida expansión de la televisión, que trasmite en todos los países un número muy grande de películas. En otras palabras, si bien en la mayoría de los países occidentales ha habido una sensible disminución del número de personas que van al cine, gracias a la televisión un público mucho más numeroso sigue viendo películas.⁵⁶

Los vínculos entre el cine y la televisión se estrechan a medida que un número creciente de productores hacen películas destinadas especialmente al público de la televisión;⁵⁷ además, la floreciente industria del *videocassette* proporciona un número creciente de películas para la televisión o el hogar. Así pues, el nuevo medio de comunicación da una nueva vida al antiguo, y el cine sigue siendo uno de los principales recursos con fines de información, educación, esparcimiento y cultura.⁵⁸

El crecimiento de la radio

Después del surgimiento de la prensa y del cine como nuevas tecnologías productoras de información, el impacto de la segunda revolución industrial en el campo de la cultura propicia el desarrollo de la radio como la siguiente tecnología intelectual que, junto con las anteriores, organiza nuevamente la conciencia

y la conducta de la sociedad. Así, emerge la radio en 1907 con el perfeccionamiento del Audión de De Forest y madura rápidamente cuando, en 1920, el naciente monopolio de la Westinghouse trasmite desde Pittsburgh su primera difusión comercial a través de su estación KDKA.

A partir de este momento, la radio se comercializa como "moderna máquina cultural", y en poco tiempo se extiende por todo el mundo creando nuevos fenómenos ideológicos. Así, en los últimos 25 años, su capacidad de emisión se triplica sobradamente. Por ejemplo, en 1950 sólo existían 50 países en todo el mundo, 23 de ellos africanos, que no tenían emisoras de radio. Todos los demás ya estaban cubiertos. Hacia 1960, este número se había reducido a 12, siete de ellos nuevamente en África. En 1972, según un estudio mundial referente a 187 países y territorios, sólo quedaban tres países sin emisoras: Bután, Liechtenstein y San Marino. Actualmente, se calcula la presencia de más de 1 000 millones de receptores de radio en todo el mundo, es decir, un promedio de uno por cada cuatro personas⁹⁹ (véase tabla 4.19).

La creación de este nuevo sistema nervioso de comunicación radiofónica genera rápidamente un nuevo auditorio masivo. Esta nueva colectividad radio-receptora se incrementa, especialmente, con la invención de los transistores en 1948, que anulan la necesidad del corrector del aparato para conectarlo a la red eléctrica, usar engorrosas baterías, ocupar un espacio voluminoso, la reposición constante de las válvulas o tubos eléctricos, etc., y dan origen a un nuevo sistema radiofónico barato, resistente, portátil y que no requiere una fuente externa de energía.

Con esta transformación de la radio aumenta notoriamente su público, particularmente en los últimos 20 años. Así, por ejemplo, entre 1960 y 1970 se ha cuadruplicado el número de receptores en África, y entre 1960 y 1979 se ha multiplicado por ocho. Para América del Norte, el incremento entre 1960-1970 fue de cerca del 77%, y para el periodo 1970-1979, de 58%. América del Sur ha registrado un aumento del 130% para el periodo 1960-1970, pero el número de receptores se ha duplicado entre 1970-1979. Asia ha tenido un incremento de 170% en el periodo 1960-1970, pero casi ha triplicado su número de receptores entre 1970 y 1979. Para Europa, el aumento durante el primer periodo (1960-1970) fue de 70%, y para el segundo (1970-1979) de sólo 44%. En este segundo periodo (1970-1979) el aumento para Europa fue menor que

Tabla 4.19. Total mundial de transmisores de difusión sonora de 1960 a 1977*

	1960	1965	1970	1974	1977
África (excluida África del Sur)	305	390	520	567	790
África del Sur	45	102	177	182	
América del Norte	5 700	7 359	8 256	10 432	11 409
América del Sur	1 900	2 217	2 653	2 802	1 991
Asia	1 200	1 420	1 965	2 752	3 740
Europa	2 600	4 171	5 209	6 568	6 190
Oceanía	250	290	308	343	380
URSS	407		3 034	(3 034)	3 500

* Fuente: *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, UNESCO, op. cit., pág. 16.

para el otro continente con muchos receptores —América del Norte—, que registró un incremento de 58%. A pesar de los incrementos más altos en los otros continentes, la brecha respecto de América del Norte y Europa, donde están situados la gran mayoría de los países desarrollados, se está acumulando muy lentamente⁶⁰ (véanse tabla 4.20 y figuras 4.10 y 4.11).

La modificación transistorizada de este sistema de información permite capturar radiofónicamente a nuevos sectores de la población que antes se encontraban descuidados. De esta forma, por ejemplo, desde la década de los años treinta y con especial énfasis desde los cuarenta, los automovilistas estadounidenses se incorporan a la masa de radioreceptores del país. Así, de 1930 a 1975, el volumen de radioescuchas que reciben la señal en su automóvil aumenta del 1 al 95%⁶¹ (véase tabla 4.21).

Sin embargo, dicho crecimiento internacional no ha sido homogéneo, sino que ha presentado las disponibilidades naturales de la ley del desarrollo desigual que se da entre países industrializados, semiindustrializados y no industrializados. Así, observamos que de 1960 a 1979, América del Norte y Europa poseían más del 88% del número total de receptores en el mundo. Esta cifra había bajado a 75% en 1979. América del Sur, Asia y Oceanía han duplicado sus porcentajes en un periodo de 20 años. África ha triplicado su parte al

Tabla 4.20. Total de receptores de radio por continente de 1960 a 1979. (En millones)

<i>Continentes</i>	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968
África	4	5	6	7	8	10	12	13	14
América del Norte	184	193	201	211	246	265	288	312	317
América del Sur	14	16	18	19	20	21	21	23	24
Asia	22	29	32	35	37	42	45	48	52
Europa	136	152	167	174	179	184	190	197	203
Oceanía	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Total	363	398	428	449	493	525	559	597	614

<i>Continentes</i>	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1979
África	15	16	17	19	23	27	28	30	35
América del Norte	322	326	374	395	411	447	450	454	517
América del Sur	25	31	34	44	48	51	55	58	65
Asia	55	58	61	64	90	94	108	113	169
Europa	210	233	240	250	259	268	277	284	335
Oceanía	6	8	9	11	11	12	13	14	19
Total	633	672	735	783	842	899	931	953	1 140

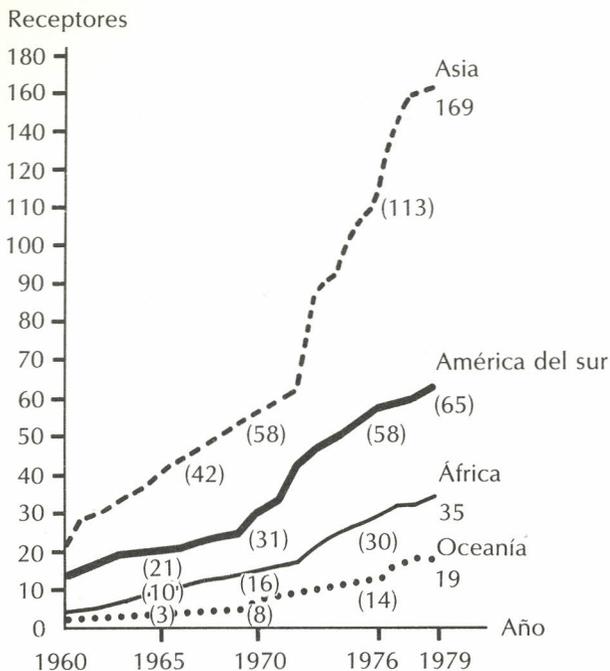


Fig. 4.10. Crecimiento de receptores de radio en América del Sur, Asia, África y Oceanía de 1960 a 1979. (En millones.)

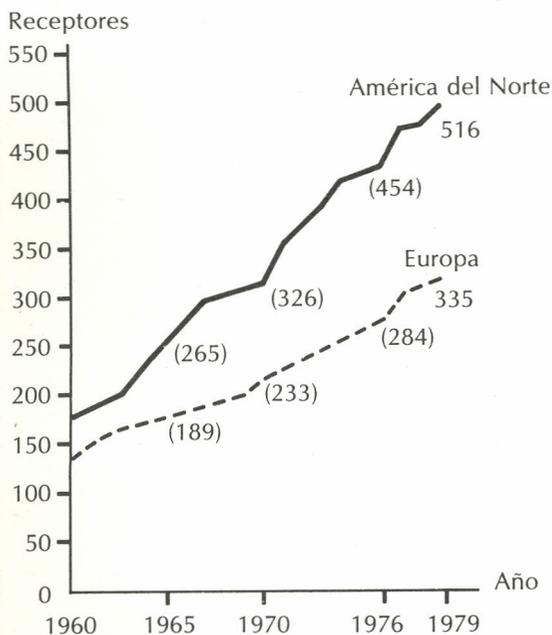


Fig. 4.11. Expansión de receptores de radio en América del Norte y Europa de 1960 a 1979. (En millones.)

Tabla 4.21. Número y porcentaje de hogares y automóviles con recepción de radio A.M. en los Estados Unidos de 1927 a 1977*

Año	Hogares con radio receptores	Porcentaje de todos los hogares estadounidenses	Costo promedio de los receptores domésticos (en dólares)	Automóviles con radio receptores	Porcentaje de todos los automóviles estadounidenses
1922 ^a	60.000	0.2	50		
1923	400.000	1.5	N/A		
1924	1 250.000	4.7	N/A		
1925	2 750.000	10.1	83		
1926	4 500.000	16.0	N/A		
1927	6 750.000	23.6	N/A		
1928	8 000.000	27.3	N/A		
1929	10 250.000	34.6	N/A		
1930	13 750.000	45.8	78	80.000	.1
1931	16 700.000	55.2	N/A	100.000	.4
1932	18 450.000	60.6	N/A	250.000	1.2
1933	19 250.000	62.5	N/A	500.000	2.4
1934	20 400.000	65.2	N/A	1 250.000	5.8
1935	21 456.000	67.3	55	2 000.000	8.9
1936	22 869.000	68.4	N/A	3 500.000	14.5
1937	24 500.000	74.0	N/A	5 000.000	19.7
1938	26 667.000	79.2	N/A	6 000.000	23.8
1939	27 500.000	79.9	N/A	6 500.000	24.9
1940	28 500.000	81.1	38	7 500.000	27.4
1941	29 300.000	81.5	N/A	8 750.000	29.6
1942	30 600.000	84.0	N/A	9 000.000	32.3
1943	30 800.000	83.6	N/A	8 000.000	30.9
1944	32 500.000	87.6	N/A	7 000.000	27.5
1945	33 100.000	88.0	40	6 000.000	23.4
1946	33 998.000	89.9	N/A	7 000.000	24.9
1947	35 900.000	93.1	N/A	9 000.000	29.3
1948	37 623.000	94.2	N/A	11 000.000	33.1
1949	39 300.000	94.8	N/A	14 000.000	38.6
1950	40 700.000	94.7	26	18 000.000	49.6

Tabla 4.21. (Continuación)

Año	Hogares con radiorreceptores	Porcentaje de todos los hogares estadounidenses	Costo promedio de los receptores domésticos (en dólares)	automóviles con radiorreceptores	Porcentaje de todos los automóviles estadounidenses
1951	41 900.000	95.5	N/A	21 000.000	52.3
1952	42 800.000	95.6	N/A	23 500.000	55.3
1953	44 800.000	98.2	N/A	25 000.000	57.3
1954	45 100.000	96.7	N/A	26 100.000	56.4
1955	45 900.000	96.4	20	29 000.000	60.0
1956	46 800.000	96.3	N/A	30 100.000	57.9
1957	47 600.000	96.2	N/A	35 000.000	64.6
1958	48 500.000	96.3	N/A	36 500.000	65.5
1959	49 450.000	96.7	N/A	37 200.000	65.7
1960	50 193.000	95.6	20	40 387.000	68.1
1961	50 695.000	95.3	N/A	42 616.000	69.5
1962	51 305.000	94.5	N/A	46 900.000	74.4
1963	52 300.000	94.9	N/A	49 948.000	75.9
1964	54 000.000	96.6	N/A	58 308.000	77.7
1965	55 200.000	98.6	10	56 871.000	79.1
1966	57 000.000	98.6	N/A	60 000.000	79.9
1967	57 500.000	98.6	N/A	64 500.000	83.0
1968	58 500.000	98.6	N/A	69 000.000	85.8
1969	60 600.000	98.6	N/A	73 500.000	89.3
1970	62 000.000	98.6	11	80 500.000	92.5
1971	62 600.000	98.6	N/A	85 400.000	94.8
1972	64 100.000	98.6	N/A	91 700.000	95.0
1973	67 400.000	98.6	N/A	92 700.000	95.0
1974	68 500.000	98.6	N/A	94 500.000	95.0
1975	70 400.000	98.6	N/A	100 400.000	95.0
1976	71 400.000	98.6	N/A	N/A	N/A
1977	72 900.000	98.6	N/A	N/A	N/A

* Fuente: Radio Households data: 1922-1950, National Broadcasting Company; 1951-1977: U.S. Bureau of the Census, as reissued by the Radio Advertising Bureau. Average cost data: Lichty and Topping (1975), table 4, pág. 521. Los datos pertenecen al 1.º de enero de cada año.

pasar de 1% en 1960 a más del 3% en 1979, etcétera⁶² (véanse tabla 4.22, y figuras 4.12 y 4.13.)

Como es lógico, estos desequilibrios mundiales no sólo se presentan en la distribución desigual de los canales radiofónicos en el planeta, sino que también sobresalen en la inequitativa organización del potencial físico de transmisión electrónica. Así, observamos que, por ejemplo, a pesar de que América Latina cuenta con mayor número de transmisores de radio que Asia, África y Oceanía, la

Tabla 4.22. Número de receptores de radio en uso y de radioescuchas por cada 1 000 habitantes por continentes de 1960 a 1979

<i>Continente</i>	<i>Año</i>	<i>Total número (millones)</i>	<i>Porcentaje del total mundial</i>	<i>Número de receptores por 1 000 habitantes</i>
África	circa 1960	4	1.1	15
	1970	16	2.4	45
	1976	30	3.1	72
	1979	35	3.1	77
América del Norte	circa 1960	184	50.7	688
	1970	326	48.5	1 027
	1976	454	47.7	1 310
	1979	506	44.4	1 372
América del Sur	circa 1960	14	3.8	93
	1970	31	4.6	164
	1976	58	6.0	259
	1979	75	6.6	320
Asia	circa 1960	22	6.1	23
	1970	58	8.1	48
	1976	113	11.8	81
	1979	170	14.9	108
Europa	circa 1960	136	37.5	213
	1970	233	34.7	332
	1976	284	30.0	387
	1979	335	29.3	450
Oceanía	circa 1960	3	0.8	184
	1970	8	1.2	428
	1976	14	1.4	632
	1979	19	1.7	863
Total mundial	circa 1960	363		122
	1970	672		241
	1976	953		305
	1979	1 140		336

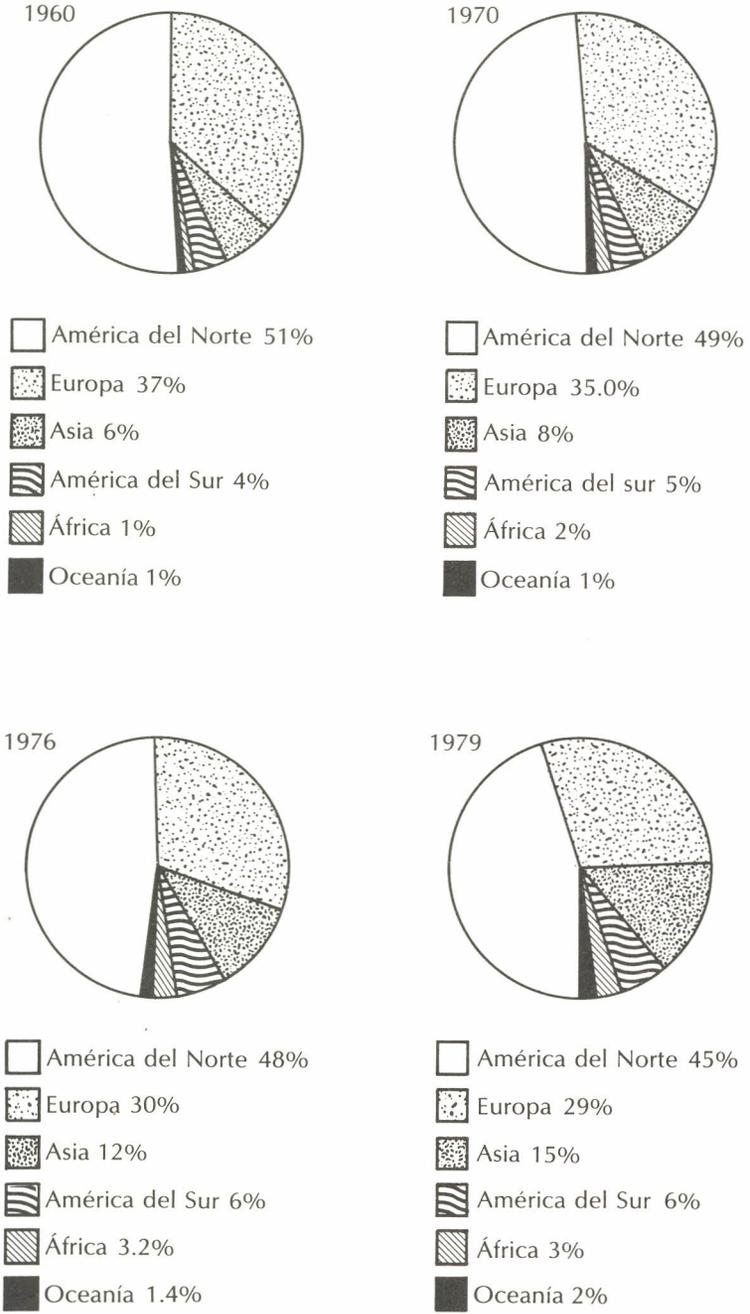


Fig. 4.12. Distribución porcentual de los receptores de radio por continentes de 1960 a 1979. (Porcentajes estimados.)

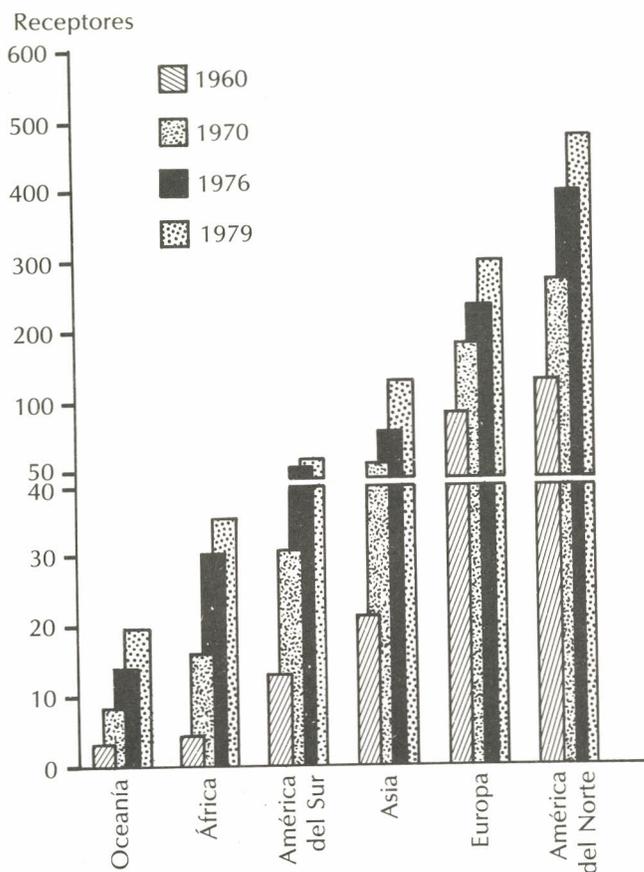


Fig. 4.13. Expansión mundial de los receptores radiofónicos de 1960 a 1979 por continentes.

capacidad de emisión de ellos, en promedio, está muy por debajo de las existentes en las demás regiones⁶³ (véase tabla 4.23).

De esta forma, en menos de 60 años la radio construye un nuevo tejido cultural que penetra con gran eficacia en todos los sectores de conciencia de las naciones. Con la presencia de este moderno aparato ideológico, el estado entra en una nueva etapa superior de organización ideológica de la sociedad.

La expansión de la televisión

Después de muchas experiencias acumuladas y del logro de grandes pasos ascendentes con la evolución de la prensa, el cine y la radio, la revolución de las tecnologías culturales llega a su madurez cuando aparece la televisión. Así, en 1929 la televisión despunta como medio de comunicación en las superestructuras ideológicas del capitalismo avanzado con las innovaciones de Henry de France y René Barthélemy, en Francia, y rápidamente se extiende por el mundo con las primeras transmisiones lucrativas de la BBC inglesa, en 1936.

Tabla 4.23. Capacidad de potencia radial promedio por transmisor*

Región	Potencia de trasmisores de baja y mediana frecuencia (Kw)	Potencia de trasmisores de baja y mediana frecuencia (Kw)	Potencia de trasmisores de muy alta y super alta frecuencia (ERP)**
África	57	44.23	5.6
América Latina	3.8	8.6	1.2
Asia (con Japón)	25.7	49.2	1.4
Asia (sin Japón)	39.3	50	8.2
Europa	37.6	100	8.3
Oceanía (con Australia)	6.5	8.6	10
Oceanía (sin Australia)	7.4	6.5	0.8

* Elaborado en el área de Estudios de la Comunicación, CEESTEM, con base en información aparecida en el Anuario Estadístico, UNESCO, 1980.

** Potencia efectiva radiada máxima.

De esta manera, la televisión obtiene el crecimiento más espectacular que ningún otro medio de comunicación social haya alcanzado. Pero su impresionante desarrollo no solamente es cuantitativo, sino también cualitativo pues, por una parte, multiplica inmensamente la cantidad de información y esparcimientos visuales que ofrece al público, y por otra proporciona sensaciones nuevas al hacer posible participar a los individuos como espectadores en los acontecimientos distantes de su experiencia personal. Por ello, más que ningún otro medio de comunicación, la televisión es la síntesis de los cambios que ha experimentado el mundo de la comunicación desde hace un cuarto de siglo.

Así, en 1950 había servicios fijos de televisión en cinco países. Cinco años más tarde, este número subió a 17, y en 1960 se había multiplicado por cuatro. Diez años más tarde, más de cien países tenían servicios audiovisuales. Hoy día, con excepción de algunos países de África y Asia, la televisión existe en todo el mundo: en más de 133 países, en comparación con 103 de hace diez años⁶⁴ (véase tabla 4.24).

Tabla 4.24. Expansión mundial de los transmisores de televisión de 1965 a 1977*

Regiones	1965	%	1970	%	1975	%	1977	%
Total mundial	8 550	100	17 700	100	29 000	100	32 900	100
América del Norte	2 820	33	3 850	21.7	4 360	15	4 420	13.4
Europa	3 550	41.5	7 900	44.6	14 900	51.3	16 300	49.5
Asia	1 100	12.9	3 780	21.3	6 700	23.1	9 000	27.3
América Latina	250	3	460	2.6	640	2.2	650	2
África	100	1.2	140	0.8	230	0.8	250	0.7
URSS	650	7.6	1 340	7.6	1 800	6.2	1 840	5.6
Oceanía	80	0.9	230	1.3	370	1.3	440	1.3

* Cuadro elaborado con base en los datos apreciados en el Anuario estadístico, UNESCO, 1980. (Fuente: La industria en América Latina, CEESTEM, op. cit., pág. 261).

Este rápido desarrollo fue provocado por las necesidades de modernización cultural, los intensos programas de comercialización de la tecnología audiovisual, el aumento del ingreso familiar, el perfeccionamiento electrónico del producto, etc., pero sobre todo por el descenso significativo del precio promedio de los aparatos receptores, generado por la producción en serie de los mismos, como se constata en el caso estadounidense (véase tabla 4.25).

Tabla 4.25. Costo promedio de los televisores estadounidenses de 1946 a 1953 (En dólares)

Año	Costo promedio
1946	500
1947	400
1948	350
1949	320
1950	360
1951	370
1952	370
1953	230

Además de lo anterior, hay que considerar que los televisores que en 1952 se vendían en Estados Unidos a 370 dólares, tenían pantallas mayores y eran de mejor calidad que los vendidos a 500 dólares en 1946. Por añadidura, entre 1946 y 1952, el ingreso medio por familia se había elevado de 3 940 a 5 122, de modo que el televisor de 1952 no sólo era mayor, más barato y superior en eficiencia, sino que, en lugar de significar el 13% del ingreso anual familiar medio, como ocurría en 1946, sólo representaba el 7%. En 1976, el precio medio al menudeo de un televisor en colores era de 525 dólares, y el ingreso familiar medio para esa época había aumentado a 8 700 dólares, lo que significaba que un aparato medio más complicado costaba menos del 7% de dicho ingreso.⁶⁵

Paralelamente a la expansión de esta tecnología audiovisual, surge un nuevo auditorio masivo que se forma, básicamente, por el desplazamiento de los viejos auditorios de las anteriores tecnologías de información. De esta forma, en este mismo periodo el número de receptores de televisión se multiplica por dos y crece a 366 millones, esto es, 117 por cada 1 000 habitantes. La distribución de estas cifras por regiones indica que existe un televidente por cada dos personas de América del Norte, cuatro en Europa y en la Unión Soviética, 12 en América Latina, 40 en los países árabes y en Asia y, por último, 500 en África. En la actualidad, el total mundial de receptores de televisión asciende a más de 400 millones⁶⁶ (véanse tabla 4.26 y figuras 4.14 y 4.15).

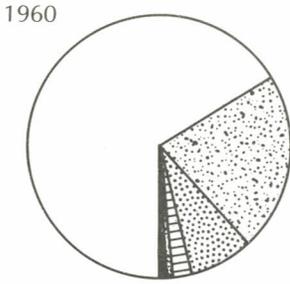
No obstante el gran desarrollo que ha alcanzado la televisión solamente en los países que están por encima de un cierto nivel de desarrollo, puede considerársele como un medio de comunicación de masas. Esto debido a que en los grupos de naciones menos privilegiadas hay todavía un gran número de países que no tienen comunicación televisiva, o se atiende únicamente a los centros urbanos sin cubrir más que a las clases socioeconómicas más altas

Tabla 4.26. Distribución de los países según el número de receptores de televisión por cada mil habitantes de 1960 a 1979

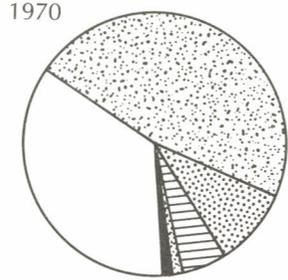
Continente	Año	Número total de países	Número de países con el número siguiente de receptores, por 1 000 habitantes							
			Al menos uno	2 a 10	11 a 20	21 a 50	51 a 100	101 a 200	Más de 200	
África	1960	5	3	2	3	6	2			
	1976	31	11	9	4	3	5	3	1	
	1979	36(9) ¹	1	9	3	3	5	3	1	2
América del Norte	1960	14	2	6	3	2	4	6	4	8
	1976	27	3	3	2	4	6	6	8	10
	1979	29	1	3	1	4	6	6	8	10
América del Sur	1960	8	2	2	2	2	2	2	3	
	1976	12	1	1	1	2	2	5	3	
	1979	12	2	1	2	2	1	1	7	
Asia	1960	17	7	9	4	6	6	4	7	2
	1976	30	2	6	4	4	4	4	5	5
	1979	30(3) ¹	1	3	2	4	4	4	2	1
Europa	1960	24		5	3	8	8	5	2	1
	1976	32		5	3	8	8	5	2	21
	1979	33	1	1	3	8	1	1	9	24
Oceanía	1960	2	1						1	3
	1976	6							2	3
	1979	8			1	1	1	1	3	3
Totales mundiales	1960	70	15	24	8	10	10	7	3	3
	1976	138	13	19	10	18	18	19	25	34
	1979	148	8	13	10	13	14	14	30	42

¹ El número entre paréntesis es el número de países que disponían de menos de un receptor por 1 000 habitantes.

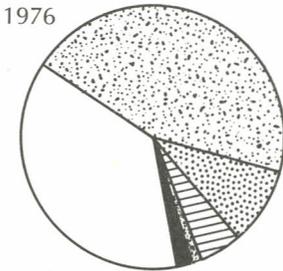
En 1979 no se disponía de información acerca de cuatro países de África de un total de 40; de tres países de América del Norte de un total de 32; de tres países de Asia de un total de 33; de un país de Europa de un total de 34.



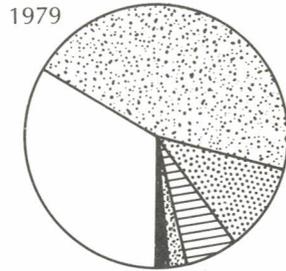
- América del Norte 65%
- ▤ Europa 23%
- ▥ Asia 8%
- ▧ América del Sur 2%
- ▨ África 1%
- Oceanía 1%



- América del Norte 36%
- ▤ Europa 47%
- ▥ Asia 10%
- ▧ América del Sur 5%
- ▨ África 0.5%
- Oceanía 1.3%



- América del Norte 37%
- ▤ Europa 45%
- ▥ Asia 10%
- ▧ América del Sur 5%
- ▨ África 1%
- Oceanía 2%



- América del Norte 34%
- ▤ Europa 46%
- ▥ Asia 11%
- ▧ América del Sur 6%
- ▨ África 2%
- Oceanía 1%

Fig. 4.14. Distribución mundial de receptores de televisión por continentes de 1960 a 1969.

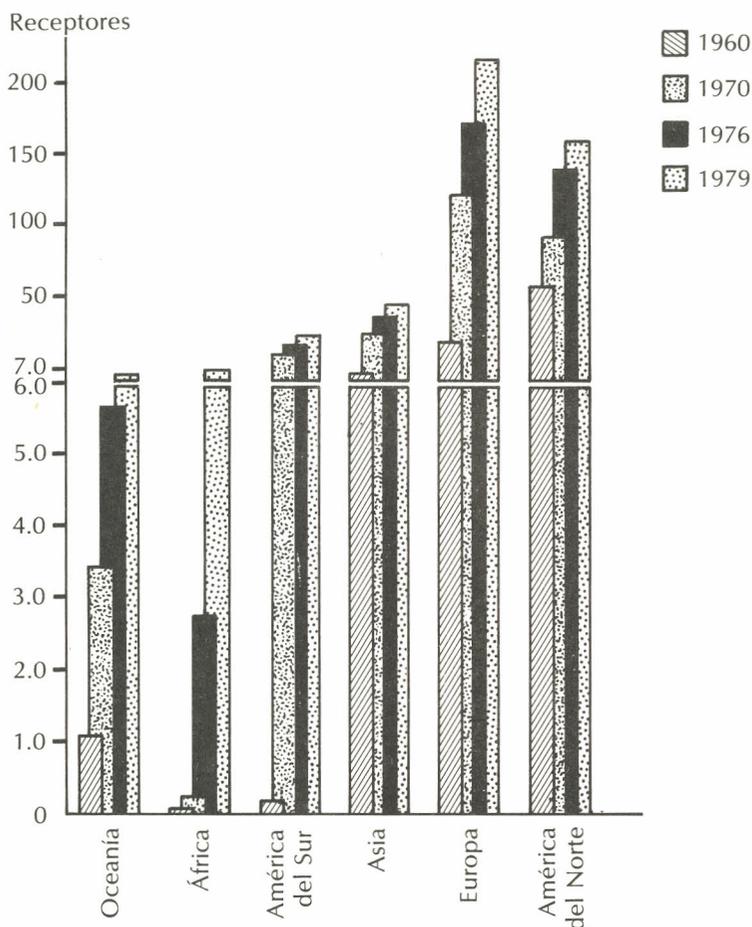


Fig. 4.15. Número total de receptores de televisión por continente de 1960 a 1979.

de la población. Por ello, casi la mitad de los países en desarrollo tienen un sólo estudio de televisión. En América Latina hay dos países que carecen de ella; en Asia existe en las tres cuartas partes del continente, y en África solamente un 60% de los países cuenta con este servicio. En cierta medida, esto es deliberado, pues ciertos países han decidido que la televisión, tanto en blanco y negro como en color, constituyen un gasto injustificado ya que hay otras necesidades más prioritarias⁶⁷ (véase tabla 4.27).

En esta forma, el nuevo tejido cultural que produce la tecnología televisiva, gradualmente altera la posición que ocupan las redes tradicionales de información y modifica los anteriores hábitos culturales que relacionan macrosocialmente a los ciudadanos, creando una nueva vinculación audiovisual entre los individuos. De esta manera, la televisión se consagra como el aparato cultural más perfeccionado en el capitalismo avanzado.

Tabla 4.27. Distribución mundial de la televisión por países de PNB modesto, medio y desarrollado en 1978*

País	Número de países	Países que tienen televisión	Países que tienen televisión en color
PNB modesto	45	28	3 (6% de los países)
PNB medio	56	56	33 (59% de los países)
Países desarrollados	27	27	24 (89% de los países)

* Fuente: *World Radio and T. V. Handbook*, 1979.

La penetración de la televisión por cable

Finalmente, el acelerado desarrollo que alcanza la televisión como moderno aparato cultural, es rápidamente complementado a principios de la década de los años cincuenta por la introducción de un nuevo sistema de televisión: la trasmisión por cable. Así, gradualmente aparece una novedosa red de comunicación de aspectos múltiples que, mediante una antena colectiva, cables coaxiales, fibras ópticas y otros materiales eléctricos perfeccionados, transmite en banda ancha (30 o 40 canales) gran variedad de informaciones y atiende a las demandas individualizadas en sentido dúplex.

Comparado con la multiplicación de otros medios de comunicación, la curva de crecimiento de la televisión por cable mantiene ciertas semejanzas con la de la expansión de la televisión convencional: un comienzo lento y un repentino salto ascendente en lo que parece ser el fenómeno de autoaceleración que caracteriza la rápida expansión de los medios de información de masas más modernos. En esta forma, encontramos que, por ejemplo, en Estados Unidos esta novedosa tecnología crece de 1952 a 1977 más de un 25% (véanse tabla 4.28 y figuras 4.16 y 4.17), y que en Canadá, de 1950 a 1973, esta nueva infraestructura de teledistribución de imágenes penetra en más del 16% de los hogares del país.

Hacia 1978, dicho sistema madura enormemente y propicia que los principales países desarrollados instrumenten ampliamente este nuevo complejo informativo a través de distintos modelos de organización. De esta manera, para estas fechas, en Estados Unidos existían casi 4 000 sistemas de cable que atendían a 19 millones de abonados, es decir, a un hogar estadounidense de cada cinco; y para 1985 la televisión por cable llegó a más del 30% del auditorio estadounidense. Canadá cubre el 48.5% de los hogares; Bélgica, el 60%, aproximadamente; Dinamarca, el 50%; Suiza, el 25%; El Reino Unido, 20%, con carácter experimental, y Austria, el 2.5%, en proyecto (véase tabla 4.29).

Ante el despertar de esta nueva tecnología de información, podemos pensar que el desarrollo de la televisión por cable, que se explota ya intensivamente en varios países y que constituye una posible solución a este problema, brinda la ocasión de utilizar un número prácticamente ilimitado de canales con múltiples

Tabla 4.28. Crecimiento del sistema de cablevisión en E.U.A. de 1952 a 1977*

Año	Número de sistema	Número de suscriptores (agregar 000)	Porcentaje de T.V. hogares con cable	Promedio de suscriptores por sistema
1952	70	14	0.1	200
1953	150	30	0.2	200
1954	300	65	0.3	217
1955	400	150	0.5	375
1956	450	300	0.9	667
1957	500	350	0.9	700
1958	525	450	1.1	857
1959	560	550	1.3	982
1960	640	650	1.4	1 016
1961	700	725	1.5	1 036
1962	800	850	1.7	1 063
1963	1 000	950	1.9	950
1964	1 200	1 085	2.1	904
1965	1 325	1 275	2.4	962
1966	1 570	1 575	2.9	1 003
1967	1 770	2 100	3.8	1 186
1968	2 000	2 800	4.4	1 400
1969	2 260	3 600	6.1	1 593
1970	2 490	4 500	7.6	1 807
1971	2 639	5 300	8.8	2 008
1972	2 841	6 000	9.6	2 112
1973	2 991	7 300	11.1	2 441
1974	3 158	8 700	13.0	2 755
1975	3 506	9 800	14.3	2 795
1976	3 651	10 800	15.5	2 958
1977	3 800	11 900	17.3	3 132

* Fuentes: Datos tomados por *Television Digest*, impresos en *Annual Issues of Television Factbook* and in *Statistical Trends*, en *Broadcasting Annual*.

Nota: Las cifras fueron estimadas a partir del primero de enero de cada año.

Fuente: *The Mass Media: Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends*, *op. cit.*, pág. 56

fin: programas muy diversificados de esparcimiento y cultura; mayor variedad de programas comerciales y públicos en el plano local; canales bidireccionales para los servicios comerciales, educativos y personales, y un sinnúmero de otras operaciones que comprenden, entre otras, la búsqueda y transmisión de información almacenada en la memoria de una computadora. Estos servicios ofrecen a los telespectadores nuevas aplicaciones para sus televisores: periódicos electrónicos, servicios de biblioteca, servicios postales y bancarios. La introducción de estas nuevas posibilidades, adaptables a la terminal video del telespectador, trae consigo nuevas formas de recepción individualizada, en vez de dirigirse a un público de masas. En ciertas circunstancias, esto puede traer consigo un peligro de fragmentación del auditorio.⁶⁸

Actualmente, si bien parece posible que el desarrollo intenso de los servicios de teledistribución por cable puede revolucionar la índole y la estructura de

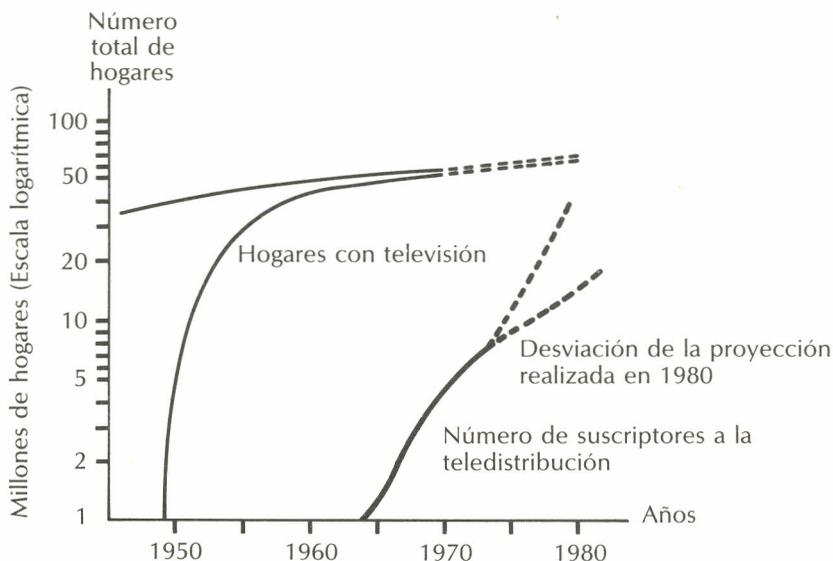


Fig. 4.16. Incremento del número de abonados a la teledistribución estadounidense de 1950 a 1980. (Walter S. Baer. "Les Récents Developpements de la Teledistribution Aux Etats Unis", en *Communications*, núm. 21, París, Francia, 1974, pág. 157.)

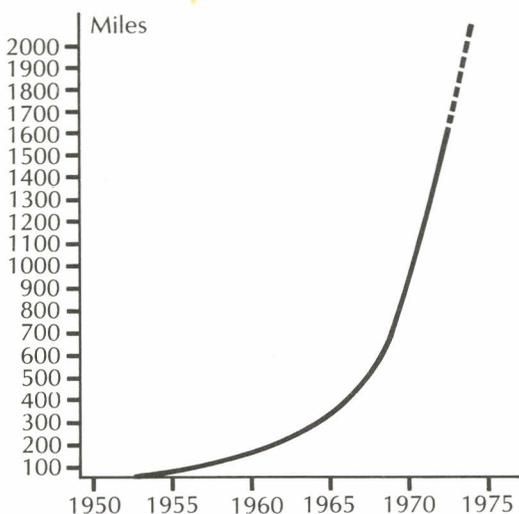


Fig. 4.17. Crecimiento de abonados a los sistemas canadienses de cablevisión de 1950 a 1975. (James R. Taylor. "Le Fédéralisme et la Cablodiffusion. L'Expérience Canadienne", en *Communications*, núm. 21, París, Francia, 1974, pág. 170.)

Tabla 4.29. La televisión por cable en los países desarrollados*

Países	Número de receptores de cable (en miles de unidades)	Porcentaje de receptores	Programas locales independientes
Estados Unidos de América ^a	19 397	17.1%	Sí
Canadá ^b	3 144	48.5% de los hogares	Sí
Bélgica ^d	1 674	60% aprox.	Algunos experimentos
Reino Unido ^c	2 000 en 1974 4 000 en 1979	20%	Con carácter experimental
Suiza ^c	445	25%	No
Austria ^c	50	2.5%	En proyecto
Dinamarca ^c	730	50%	Algunos experimentos

* Fuentes: ^a Statistical Abstracts of the United States 1979.

^b Centre Cultural Canadien, París.

^c Le financements des canaux communautaires et des canaux d' accès public des réseaux de télévision par câble dans les pays membres du Conseil de l'Europe -Publication du Conseil de l'Europe-1977.

^d Embajada de Bélgica en París.

Referencia: *Un solo mundo, voces múltiples, op. cit.*, pág. 160.

los sistemas de comunicación dando nuevas dimensiones a la libertad de recibir y difundir información, también es cierto que la televisión por cable plantea diversos problemas jurídicos, financieros, económicos y sociológicos que empiezan apenas a entrelazarse y resolverse. Por ello, el sistema por cable puede ser un buen ejemplo de la aplicación de un axioma relativo al desarrollo de la comunicación, según el cual hay que adaptar minuciosamente las innovaciones técnicas a las condiciones propias de la sociedad y del sector de que se trate.

En suma, podemos pensar que con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que alcanzan todas las tecnologías de comunicación, el estado capitalista estrena un nuevo sistema nervioso cultural que transforma el interior de la estructura de la sociedad civil tradicional. Con ello, el estado entra en una nueva etapa cultural que modifica todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales, y coloca a los medios de comunicación como los principales aparatos ideológicos del capitalismo avanzado.

LA METAMORFOSIS DE LA SOCIEDAD CIVIL

Con el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación, se genera un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias, y ya no primarias, de la

sociedad civil. Sin embargo, no obstante este interesante deslizamiento ideológico que se crea, el fenómeno más importante que se produce, ante todo, implica una radical transformación del interior de la estructura de la sociedad civil.

Esto significa que, antes de la emergencia de los medios de comunicación, la esfera cultural de las sociedades industrializadas poseía una sólida infraestructura material de producción, circulación e inculcación de las ideologías, basadas fundamentalmente en procedimientos mecánicos y grupales de elaboración de la cultura. Dichos apoyos técnicos fueron eficientes para formar una red de canales productores y distribuidores de las significaciones y, con ello, mantener adecuadamente cohesionada la dirección de la opinión pública de las sociedades premonopólicas, vía la acción hegemónica.

Sin embargo, con el advenimiento de la sociedad de masas a principios del siglo xx, la organización de la población en grandes centros urbanos, la necesidad de ampliar el mercado mundial, el requerimiento de alfabetizar y educar a los enormes conglomerados sociales, la necesidad de incrementar el patrón de concentración de capital, la obligación del estado de regular y conducir ideológicamente a los enormes grupos sociales, y la gran acumulación de conocimientos y experiencias tecnológicas que se heredan con las dos grandes guerras mundiales, dan origen a los medios de comunicación y a su correspondiente cultura de masas.

Estos nuevos mediadores tecnológicos de formación de la conciencia penetran, primero, en el escenario cultural de los países centrales a través del circuito comercial y, posteriormente, se irradian al espacio ideológico de las sociedades periféricas a través del mismo proceso. La introducción de estas modernas tecnologías productoras e insemadoras de símbolos en la esfera superestructural, convulsiona la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalencientes. Esto es, con el surgimiento de los medios de comunicación se revolucionan paulatinamente la base cultural y el conjunto de soportes institucionales de la sociedad civil al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucha perfección el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores. Con su incursión y operación se alteran radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido, en una idea de elaboración de la conciencia social. Su presencia representa el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se enclava, a tal grado, en las vísceras de la sociedad civil y, cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapa premonopolista, da origen a un nuevo "modo de comunicación" que se distingue por la forma ampliada de elaborar y distribuir las ideologías.

Es a partir de este instante que la sociedad civil experimenta un sustancial salto cualitativo, cuando las tecnologías de comunicación establecen una nueva relación macrosocial entre los hombres: la mediación informativa entre grupos e individuos. Desde este momento, la elaboración de la conciencia histórica de las personas y organizaciones sociales para depender en un alto grado de esta mediación cultural. Por ello, desde el instante en que se modifica esta relación informativa que se da entre las máquinas de producción de la conciencia y los individuos, se genera un cambio en la esfera ideológica. En resumen, podemos

decir que existe una relación de reciprocidad histórica entre los cambios operados en las tecnologías productoras del sentido y los cambios que se dan en la sociedad civil: a mayor revolución de las tecnologías de información, mayor transformación de la sociedad civil; y a menor modificación de las tecnologías de comunicación, menor alteración del equilibrio de la sociedad civil.

Ahora bien, si consideramos, por una parte, que a mayor modernización de las tecnologías de información se da una mayor convulsión de la sociedad civil, y por otra, que la línea de evolución tecnológica de los medios de comunicación muestra cada vez más un rápido y sostenido perfeccionamiento material, como se comprueba con la aparición de la prensa (1450), el cine (1880), la radio (1910), la televisión (1920), la televisión por cable (1940), las computadoras (1950), los satélites (1960), el rayo láser (1970), el teletexto (1975) y la macroelectrónica (1980), concluimos que la presencia de cada nueva tecnología cultural está cambiando la relación de esta mediación y, por lo tanto, la estructura de la sociedad civil está entrando con mayor fuerza y rapidez en etapas de profunda revolución interna.

Sin embargo, lo más importante en la creación de esta mediación cultural no es la rápida renovación o superación que logra cada reciente tecnología informativa que nace, sino que, detrás de la aparición de cada una de estas máquinas de producción del conocimiento, se inicia un nuevo proceso de educación hegemónica en la sociedad, que reestructura los anteriores procesos de instrucción colectiva que se heredan de antaño. Es decir, la incorporación de toda tecnología de información a un contexto o mapa ideológico, conlleva implícitamente la introducción de un nuevo proceso de aculturación cotidiana de los usuarios, la cual organiza socialmente su conciencia y sus hábitos diarios según sean las necesidades económicas y políticas del sector que los administra.

Por ello, observamos que esta mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímboles, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noción. Así, por ejemplo, los aparatos de comunicación vinculan la conciencia del campesino monolingüe con las conquistas espaciales de la nave "Columbia"; la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del estado nacional; la religión del indígena con el consumo multinacional; la visión del niño latinoamericano con los conflictos militares de Asia; la sensibilidad de la mujer del Tercer Mundo con los movimientos de liberación femenina de los países altamente industrializados, etcétera.

De esta manera, así como las anteriores tecnologías culturales que surgieron con la primera y segunda revoluciones industriales reestructuraron la sociedad civil de antaño, estas nuevas tecnologías comunicativas provocan una nueva reordenación de las entrañas de la sociedad civil contemporánea. Por ello, los procedimientos mecánicos de producción cultural que antaño sirvieron como soporte tecnológico a los anteriores aparatos de hegemonía, actualmente son rápidamente desplazados por la invasión de las nuevas tecnologías de comunicación electrónica que penetran las principales áreas de la esfera ideológica.

Esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación electrónicas y espaciales, han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el motor principal de esta transformación proviene del desarrollo extremadamen-

te intenso de las tecnologías de las comunicaciones. La generalización de la radiodifusión, el surgimiento avallador de la televisión, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, y la gran capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la tecnología de computación y de informática, han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea.⁶⁹

Esta nueva línea de desarrollo de la tecnología cultural alcanza su esplendor en la actualidad, cuando la tecnología electrónica crea la comunicación por semiconductores. Con estos dispositivos de estado sólido y de enorme potencia, se desplaza el empleo de diversas técnicas informativas que durante muchas décadas estuvieron dominadas por los tubos electrónicos. Esto abre camino al fomento de novedosos sistemas de comunicación de doble sentido mucho más eficaces que todos los anteriores y, en particular, a un material de comunicaciones y de control más ligero y menos voluminoso para los sectores de desarrollo estratégico y técnico más adelantados.

Este trascendental progreso avanza más cuando se utilizan circuitos integrados perfeccionados que condensan muchas funciones electrónicas en fragmentos microscópicos de silicio u otras materias, y que se prefabrican en serie para muchos tipos de productos electrónicos que oscilan desde las computadoras hasta las cámaras de televisión espacial. Dichos circuitos aportan gran flexibilidad a la tecnología numérica que, hoy día, está incursionando en el mundo de los sonidos y de las imágenes (análisis numérico). Este nuevo desarrollo tecnológico se está perfeccionando rápidamente por las exigencias que imponen la carrera armamentista, la industria informática y la exploración espacial, y se abre, cada vez más, un inmenso campo de aplicación para el sector de la comunicación, lo cual genera repercusiones insospechadas para la transformación del estado y la sociedad.⁷⁰

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más perfeccionados de las sociedades altamente industrializadas y en vías de desarrollo, las cuales retoman la dirección y el ensamble ideológico de la sociedad avanzada.

La incorporación de estas nuevas tecnologías culturales al terreno de la sociedad civil, modifica las bases tecnológicas que sustentan a los viejos aparatos ideológicos y genera una silenciosa revolución superestructural que desplaza a los principales aparatos de hegemonía a un plano secundario. Dicha revolución se caracteriza por crear una multitud de nuevos conductos o canales culturales por los que circulan las significaciones o mensajes sociales que repercuten en las conciencias y los hábitos culturales del pueblo. El conjunto de estos canales teje gradualmente una nueva red de relaciones ideológicas de distintas dimensiones (macro y microrredes) que articulan simbólica, afectiva y racionalmente a los distintos grupos sociales.

La proliferación y acumulación de estas redes crea un nuevo sistema nervioso informativo, el cual se cristaliza en la producción de un nuevo tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad civil. Este tejido cohesionada de manera distinta a la sociedad y produce una nueva cultura: la cultura de masas. Dicha cultura modifica sustancialmente el modo de vida imperante y produce un nuevo prototipo de ver, de sentir y de actuar colectivos, como nunca antes se había registrado en la historia mundial.⁷¹

Esta profunda transformación de las entrañas de la sociedad civil no se da con la sola reproducción esponjosa y acelerada de estos vasos comunicantes, sino, básicamente, se logra por medio de las nuevas conquistas físicas que éstos alcanzan en la infraestructura heredada por los anteriores aparatos de hegemonía. Es decir, el gran cambio que se gesta en el interior de la sociedad civil no se produce por la mera multiplicación tecnológica que experimentan como inventos modernos, sino por las siguientes cinco nuevas capacidades culturales que edifican sobre las facultades mecánicas que poseían los antiguos sistemas de hegemonía:

1. Su amplia cobertura de penetración ideológica.
2. Su constante habilidad para multisocializar la conciencia de manera temprana.
3. Su enorme poder de homogeneización cultural.
4. Su aguda energía para movilizar aceleradamente el auditorio.
5. Su gran potencia de legitimación continua sobre los receptores.

La conquista material de estas nuevas facultades sobre el tejido ideológico de la sociedad contemporánea altera sustancialmente el torrente cotidiano de producción y distribución de la conciencia. Esto modifica los hábitos, apetitos y conductas culturales tradicionales e introduce la presencia de otros nuevos. Con ello se inicia una nueva etapa histórica de la construcción transclasista de la conciencia de los individuos, desde el momento en que el corazón de la opinión pública cotidiana y de sus comportamientos prácticos derivados son elaborados, cada vez más, por las mediaciones simbólicas que producen las tecnologías de comunicación avanzadas, y no por los procesos ideológicos de otros aparatos de socialización.

Con la expansión y consolidación gradual de los medios de comunicación de su correlativa cultura de masas como nuevas fuentes de conocimiento, se relegan o sustituyen paulatinamente las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad tradicional.⁷² Este fenómeno prende a tal grado que el avance tecnológico de los medios desencadena una mutación en la estructura cultural. El cambio que genera dicho fenómeno tiene distintas facetas, pero descolla con toda energía cuando, por influencia de los medios, la sociedad civil pasa a ser un ámbito de formación de la hegemonía a través de acciones grupales, gremiales o de lenta cobertura institucional, a ser un espacio construido por un nuevo tejido tecnológico que produce un novedoso ecosistema cultural de la sociedad civil.

De esta manera, en el periodo más breve de toda la historia universal, los medios de información de masas desplazan las vías convencionales de comunicación que integran a la comunidad contemporánea, y se convierten rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica con que cuentan las sociedades presentes. Es a través de éstas que se crea el nuevo sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del estado moderno; es por mediación de ellos que la sociedad avanzada integra su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Este fenómeno da por resultado un nuevo entorno ideológico que altera el mapa cultural existente hasta el momento en las sociedades industrializa-

das, y ubica a las técnicas de información como las principales instituciones que articulan culturalmente la base económica con la superestructura social. Esta presencia incisiva de los medios de comunicación corrige profundamente la división del trabajo cultural que el estado monopolista ha creado entre el centro industrializado y el estado de industrialización tardía de la periferia. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soportan al estado, y esto genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan en el interior de la esfera cultural de las sociedades presentes.

El desplazamiento estratégico de los viejos centros hegemónicos por los medios de comunicación, no significa que dejen de existir y funcionar los otros sistemas de socialización secundarios, como son los del aparato religioso, jurídico, familiar, político, educativo, etc., sino que simplemente son reubicados históricamente en un nuevo espacio cultural con nuevas funciones estructurales dentro de la sociedad civil. Con este moderno tejido informativo, se crea un nuevo orden cultural en el interior de la superestructura ideológica de la sociedad. Dentro de este nuevo marco, los medios emergen como los nuevos intelectuales orgánicos de la sociedad industrial.

De esta forma, a partir de dicho desplazamiento, los medios de comunicación modifican la estructura de la sociedad civil heredada por la sociedad capitalista del siglo XIX, y pasan a constituir la instancia ideológica principal desde la que se subordina, y en gran parte se reemplaza, a la familia, la iglesia, la escuela y otros aparatos de socialización cultural. A partir de este momento, los aparatos de comunicación se convierten en el epicentro cultural que dirige y esculpe los marcos o referentes fundamentales de la sociedad civil.

LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO ESTADO AMPLIADO

La emergencia de los medios de comunicación dentro de las superestructuras ideológicas de las sociedades capitalistas, no sólo representa la radical transformación del interior de la sociedad civil, sino que, básicamente, el fenómeno más relevante que produce es la creación de una nueva dimensión ideológica de la sociedad. Esto es, en términos generales, que puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad en su conjunto sufre una gran dilatación cultural, desde el momento en que todos los individuos o grupos sociales pueden extender la realización de sus tareas o funciones específicas a través de las técnicas de información.⁷³

La sociedad entra, entonces, en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas. Sin embargo, debido a que los medios de comunicación no son entidades "autónomas" o "neutrales", como lo presentan las versiones funcionalistas de la comunicación,⁷⁴ sino intermediarios tecnicoindustriales de las relaciones sociales que se dan en el interior de la sociedad, solamente pueden participar a través de éstos aquellos grupos que tienen acceso al control y la dirección de los mismos.

Por consiguiente, ya que en la sociedad capitalista las grandes tecnologías de información (prensa, cine, radio, televisión, televisión por cable, satélites,

computadoras, redes de datos, etc.) están subordinadas por las fracciones gobernantes mediante factores primarios (propiedad de los medios, desempeño como industrias culturales, financiamiento institucional y marco jurídico) y factores secundarios de poder (control de la producción, circulación e infusión del sentido), únicamente pueden actuar por medio de éstos los estratos dirigentes.⁷⁵ Estas funciones dominantes son las que forman, en esencia, al estado en sentido amplio. En consecuencia, no son todos los sectores de la sociedad los que pueden intervenir socialmente por medio de estos aparatos de información, sino sólo el estado en sentido extenso.

Es por ello que, con la presencia de los medios de comunicación, lo que se transforma a corto plazo es el esqueleto ideológico del estado y, a largo plazo, el de toda la sociedad en su conjunto. De esta manera, mediante la acción de las tecnologías de información, el estado experimenta una gran transformación en el interior de su estructura cultural, ya que las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una nueva faceta del poder: el moderno estado ampliado.⁷⁶

Históricamente, esta dilatación del estado no se inicia con la presencia de las tecnologías de información, sino con la aparición de las primeras instituciones ideológicas, tales como la familia, la iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etc., que posibilitan las primeras expansiones culturales del gobierno. Sin embargo, con el desarrollo de estas nuevas herramientas intelectuales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufren un desplazamiento sustancial del lugar central que ocupan, para dar paso al surgimiento de una nueva ampliación del bloque en el poder, vía las modernas tecnologías de comunicación.⁷⁷

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del estado ampliado se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del estado ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del estado. Así, observamos que la emergencia y el desarrollo de todo medio de información provoca una nueva transformación o desdoblamiento del estado ampliado y de la sociedad. En efecto, al analizar grosso modo la expansión de los medios electrónicos, encontramos tres grandes rasgos de evolución que ha presentado el estado ampliado, según ha sido el grado de perfeccionamiento tecnológico y social que ha alcanzado cada uno de éstos.

Con el germinar de la primera generación de aparatos de comunicación, entre 1907 y 1920 (televisión en blanco y negro, radio de amplitud modulada, reducida cobertura radiofónica, bajo consumo televisivo del auditorio, etc.), aparece una primera cara embrionaria del estado ampliado, que se caracteriza por el refuerzo aislado y burocrático de las principales instituciones privadas y gubernamentales a través de éstas. En este periodo, los medios son empleados como meros portavoces de las tareas que ejerce cada aparato estatal, sin cristalizar en la elaboración de proyectos de cohesión nacional, sino simplemente de unión y extensión ministerial.

Con la presencia de la segunda generación de medios de comunicación electrónicos entre, 1920 y 1950 (televisión en color, aparatos portátiles, radio de frecuencia modulada, mayor cobertura radiodifusora, aumento del tiempo

del exposición a los medios, etc.), surge una segunda cara del estado ampliado, la cual se distingue por producir programas de integración y conducción nacional a través de éstos. Con ello, se amplía la base social de los regímenes democráticos o de otro corte, al proveer de mayor difusión de información a todos los sectores sociales, lo cual se traduce en una mayor participación social. En esta etapa, las tecnologías de información entran en estrecha coordinación con las industrias nacionales, con el fin de consolidar sus proyectos de concentración y acumulación de capital. Así, se elabora una nueva identidad del estado basada en los proyectos de homogeneización y masificación cultural de la población.

Finalmente, con el nacimiento de la tercera generación de medios de comunicación, de 1950 a 1985 (televisión por cable, satélites, videodisco, teletexto, computadoras, todos ellos con enorme cobertura y gran *rating* de audiencia, rápido flujo de programación, gran versatilidad de ubicación, etc.), aparece una nueva faceta del estado ampliado nacional, que entra en oposición con el estado ampliado transnacional. Se da así una cara híbrida del estado, provocada por la lucha y yuxtaposición cultural que libran el proyecto multinacional y el proyecto nacional, a través de los medios de comunicación.

La especificidad de este flamante estado ampliado se caracteriza por que, a través del nuevo tejido tecnológico que construyen los medios de comunicación en la superestructura social, éstos alcanzan una nueva inserción orgánica más profunda que la que obtienen la iglesia, la escuela, los partidos políticos, etc., como aparatos de hegemonía. Con estas nuevas herramientas culturales, el estado riega, abona y cultiva permanentemente el tejido social con las ideologías coyunturales que cotidianamente produce desde su base material. Con ello, en algunos casos, fortalece y alimenta las células económicas y políticas que le dan vida, y en otros, "cura" o "restituye" aquellos órganos que entran en la fase de "putrefacción social".

Esta nueva articulación estructural se efectúa de manera más integrada con los aparatos de comunicación que con las tradicionales instituciones de hegemonía, debido a las nuevas capacidades orgánicas que éstos conquistan para cohesionar a la población, y que son: su alto grado de penetración ideológica, el contacto permanente que establecen con el auditorio, y la saturación constante que alcanzan sobre los campos de conciencia de la mayoría de los grupos sociales.

De esta forma, mediante los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, el estado conquista una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Es decir, las funciones ideológicas que antaño el estado ejercía a través de pesados aparatos burocráticos administrativos, jurídicos, fiscales, pedagógicos, económicos, etc., ahora son realizadas con mayor ligereza o suavidad por medio de las tecnologías de información, sin que por ello deba entenderse que la infraestructura organizativa de los primeros desapareca, sino que, simplemente, se reforma.

Dichas funciones son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos por los que atraviesan, e impactan, de acuerdo con las funciones señaladas, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, por un lado, a través de sus prácticas ideológicas, las tecnologías de información influyen en las áreas polí-

ticas, económicas, morales, psíquicas, etc., del cuerpo social; por otro, mediante éstas realizan operaciones financieras, de modernización cultural, de reproducción de la energía laboral, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de secularización o desecularización masiva de la cultura, de participación o enmarcación social, de organización económica, de concentración de valor, etcétera.

Dentro de esta última gama, destacan por su importancia la realización de las siguientes 10 actividades ideológicas básicas para la reproducción de la sociedad, las cuales, a través de las tecnologías de información, se llevan a cabo de manera más rápida, extensa y continua:

1. La socialización e internalización de los valores y normas que fundamentan y posibilitan la producción y reproducción del sistema y el cambio del mismo.
2. La conservación y trasmisión del acervo histórico (tradición, cultura, formas organizativas y operativas), como factor de cohesión, equilibrio y continuidad de la sociedad.
3. La incorporación de las nuevas generaciones a la sociedad establecida por medio de la asimilación colectiva de la tradición heredada, de sistemas de valores predominantes, de la enseñanza de solidaridades entre individuos y grupos, y de éstos con la sociedad y el estado.
4. La integración y cohesión cultural de la población alrededor de un programa de identificación nacional.
5. La educación y organización política de la sociedad según los requerimientos de cada coyuntura social.
6. La regulación ideológica de los conflictos que amenazan la renovación hegemónica de la sociedad.
7. La elevación de la gran masa de la población a un determinado nivel de educación técnica, cultural y moral que corresponda a las necesidades de desarrollo del sistema y a los intereses de la fracción hegemónica.
8. La movilización colectiva de la sociedad en función de las necesidades económicas, políticas y culturales que exige cada coyuntura social.
9. La creación y consolidación del conformismo general, como refuerzo de la legitimidad y del consenso en favor del estado, y de la aceptación de la hegemonía de ciertas fracciones y clases sobre otras.
10. La contribución a la emergencia y el mantenimiento de un prototipo de personalidad básica.⁷⁸

Por medio de la ejecución de estas actividades ideológicas, el estado efectúa distintas tareas culturales de carácter orgánico y no orgánico en el conjunto de la población. Dentro de las misiones orgánicas, es decir, aquellas que contribuyen a reproducir la estructura principal del proyecto de desarrollo establecido, figuran, entre otras, la contribución al proceso de acumulación de capital, la renovación de la capacitación de la mano de obra, la producción cultural de la identidad nacional, la extensión del código lingüístico de relación básica entre los habitantes, la centralización del poder de la federación en las regiones y municipios, la reproducción psíquica de la fuerza de trabajo, la planificación de la natalidad, la educación política cotidiana, etcétera.

Dentro de las funciones no orgánicas, es decir, aquellas que no inciden relevantemente en la reproducción del esqueleto del proyecto histórico de sociedad, sino que simplemente contribuyen a resolver problemas aislados y coyunturales de la convivencia social, destacan los servicios urbanos de información múltiple, la asistencia civil para urgencias, la orientación vial, las campañas de prevención médica, los programas de racionalización del uso del agua y la energía.

De esta manera, mediante la realización más eficiente de estas tareas, las tecnologías de información se convierten en las principales instituciones productoras de hegemonía. Esta nueva posición estructural que conquistan la obtienen a partir de las actividades sociales que ejercen por vía de las ideologías que producen, circulan e inculcan.

Sin embargo, la primacía de las tecnologías de información en la articulación y consolidación de esta relación estructural la observamos, básicamente, entre otras, en la múltiple inserción orgánica que éstas efectúan en el proceso de reproducción fundamental de la formación capitalista. Es decir, por medio de las prácticas simbolicoculturales que operan las instituciones de difusión de masas se realizan simultáneamente, entre otras, las siguientes cinco funciones vertebrales que la estructura global del sistema capitalista requiere para existir y reinstalarse como relación dominante dentro del conjunto de relaciones sociales que comprenden la formación economicosocial:

1. La aceleración del proceso de circulación material de las mercancías.
2. La inculcación de la ideología dominante.
3. Su contribución a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.
4. La formación cultural del estado nación.
5. La expansión de la lengua.

Con la realización ampliada de estas tareas culturales a través de las más modernas tecnologías de información, el estado queda facultado para organizar y cohesionar a la población en función del proyecto de desarrollo que instaura desde sus relaciones sociales de producción. Mediante ello, se amplían sus bases de legalidad y se incrementa su poder para coordinar y cohesionar coyunturalmente a la población. Con esto, se obtiene la forma más segura del consentimiento activo o pasivo que requiere la conducción del conjunto social. Así, se reduce la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales orgánicos y masa de individuos, lo que, a su vez, repercute en la creación de un estado más sólido. En una idea, el estado conquista la dirección intelectual y moral del conjunto social.

De esta forma, con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el estado ampliado alcanza una nueva capacidad para ordenar y restaurar permanentemente el tejido social; asimismo, realiza de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi imperceptible, la articulación consensual de la base económica de la formación histórica, de acuerdo con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social. Por otra, cohesionan culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil; es decir, vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales, etc.) con los

aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.), y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del estado se distinguen porque, a diferencia de la conducción represiva, que es clara y brutalmente coercitiva, estas nuevas direcciones son pedagógicas y sutiles.

A partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama "privada de la sociedad", y se da la expansión molecular de la clase dominante sobre el conjunto de la vida social.⁷⁹

De esta forma, se incrementan notablemente las facultades prácticas del estado para integrar culturalmente a los distintos grupos sociales alrededor del programa de desarrollo que requiere dirigir. En una idea, con la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información al aparato gubernamental, aumenta sustancialmente el potencial del estado para producir y conservar su hegemonía.

Por ello, podemos decir que en las formaciones capitalistas contemporáneas, y en particular en las formaciones dependientes de América Latina, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema.

De aquí la enorme importancia de descubrir de dónde parte la lógica de producción y expansión de las tecnologías de información. Determinarlo será comprender el punto de partida que da vida a este nuevo estado ampliado contemporáneo.

5

Medios de comunicación y capacitación de la fuerza de trabajo

EL ANÁLISIS EDUCATIVO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La producción de la conciencia científica sobre las funciones históricas que desempeñan los aparatos de comunicación de masas en el interior de la sociedad moderna, ha sido fruto de diversos esfuerzos teóricos, metodológicos y prácticos de la investigación contemporánea. Dentro de estos distintos intentos destaca, por una parte, la influencia que ha logrado la investigación académica para modificar y ampliar el entorno conceptual con el que se relaciona la teoría clásica de la comunicación colectiva, a través de la acumulación creciente de diversos conocimientos, especialmente, provenientes de las ciencias sociales. Por otra parte, resalta también la contribución que ha generado la constante tarea de autocrítica y reinterpretación de la misma, desde distintas perspectivas epistemologicopolíticas, particularmente de las dimensiones funcionalistas, estructuralistas y materialistas.

No obstante haberse avanzado en forma significativa en este quehacer intelectual, existen muchos aspectos sobre la investigación de los medios de comunicación y su relación con la sociedad que aún no han sido abordados. Dentro de esta amplia cobertura de matrices de interpretación sobre el desempeño social de los medios, destaca relevantemente la concepción materialista de la comunicación por su esfuerzo teórico sin precedente, de intentar comprender y transformar la práctica cotidiana de éstos desde una óptica totalizadora de interpretación histórica.

Aun así, debido al notable retraso histórico que ha sufrido y arrastrado el análisis de la superestructura cultural (y sus correspondientes aparatos ideológicos de estado), y al impacto correlativo que esto ha provocado en el estudio de los aparatos de difusión de masas, únicamente han sido descubiertas y abordadas, desde la concepción materialista de la historia, dos funciones estructurales que ejercen éstos en el interior de la formación capitalista: su función de producción, circulación e inculcación de las ideologías, y su función de contribución al

proceso global de la acumulación de capital, vía el discurso publicitario, esta última menos desarrollada que la primera.

Sin embargo, otra tercera y nueva función, que actualmente desempeña una tarea todavía poco estructural pero que cada día adquiere una posición más orgánica dentro del proceso de reproducción capitalista y de la dinámica de cohesión de la estructura social, es la que ejercen los aparatos de difusión de masas al contribuir a reproducir la formación de la calificación de la fuerza de trabajo, o de la capacitación de la mano de obra.

Aunque, hasta el momento, han sido estudiadas de manera insuficiente la función económica y politicocultural que practican dichos aparatos, puede decirse que, en la actualidad, ya se empieza a adquirir, en los niveles nacional y mundial de las formaciones capitalistas contemporáneas, una conciencia global, cada vez más clara, que permite enfrentar la transformación y utilización reconvertida de ambas operaciones estructurales desde una perspectiva crítica.

Si bien es cierto lo anterior, también es verdad que esto último no puede afirmarse acerca de la función más reciente que han empezado a ejercer los aparatos de difusión colectiva, al contribuir a reproducir la calificación de la fuerza de trabajo desde la década de los cuarenta en el capitalismo central, y desde la década de los años sesenta en las zonas de la periferia. Esto debido a que, pese a que en otras circunstancias, ha sido estudiada por corrientes de corte netamente empírico, historicista o funcionalista, que no han rebasado el nivel del mero registro descriptivo del fenómeno; hasta el momento, dicha función no ha sido explorada ni desarrollada o incorporada por ninguno de los trabajos de la sociología crítica de la comunicación colectiva¹ con la dimensión cuestionante que le corresponde.

Es decir, el avance teórico que ha mostrado el actual estado de desarrollo y de madurez de la teoría crítica de la comunicación colectiva, no ha contemplado, en ningún momento, que en el presente los aparatos de difusión de masas² desempeñan una nueva tarea histórica al contribuir a reproducir la capacitación de la fuerza de trabajo, con las diversas modalidades propias de cada formación social donde actúan. Esto se observa especialmente en aquellos trabajos que, al intentar efectuar una síntesis conceptual sobre el grado de conciencia global que será producido sobre el funcionamiento de los medios de comunicación y de su cultura de masas, reconocen una diversidad de operaciones que éstos realizan, excepto aquella dirigida a la reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo contemporánea.

Así, por ejemplo, a principios de 1978 la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, de la UNESCO, elabora un breve resumen interdisciplinario sobre el campo de conocimientos que se han producido en materia de comunicación.³ En éste, se expone la relación que existe entre la comunicación, la realidad y los modelos de desarrollo, el acceso, el derecho, los códigos éticos y la libre circulación de comunicación; pero no se contempla, en ninguna instancia, esta nueva tarea estructural que actualmente ejercen los medios de masas. En 1979, Armand Mattelart y Seth Sieglaub realizan la mejor síntesis existente sobre la conciencia totalizadora que las ciencias sociales han elaborado sobre el funcionamiento histórico de los aparatos de comunicación colectiva.⁴ Incluyen las aportaciones de los clásicos marxistas para estudiar los medios de información, el modelo de ideología de la clase

dominante, la formación del modo de comunicación capitalista y la función cultural que ejercen en la fase del capitalismo monopolista, pero, tampoco, en ningún momento formulan la nueva tarea pedagógica que realizan éstos al contribuir a reproducir la calificación de la fuerza de trabajo.

A mediados de 1979, Nicholas Garnham analiza cómo deben ser estudiados éstos desde la perspectiva de la economía política.⁵ Explica qué función económica desarrollan en el interior de la sociedad, cómo el capital les imprime su lógica mercantil, cómo se distribuye la plusvalía cultural, y cómo operan como industrias culturales, pero nunca formula la nueva inserción de los aparatos de comunicación en el proceso de reproducción de las fuerzas productivas. Finalmente, a mediados de 1980, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) presenta ante la Comisión Especializada sobre Medios de Comunicación de la Cámara de Diputados de México un valioso documento que expone detalladamente cuál es la situación general de los medios de información en el país.⁶ Se presenta la historia, el desarrollo, los determinantes nacionales y transnacionales, y las distintas funciones que desarrollan la televisión, la radio, el cine, la prensa, los satélites y las revistas e historietas en México, pero, una vez más, tampoco se registra la nueva función ideológico-instructiva que operan a partir de su consolidación como aparatos de hegemonía.

Cuando más, la mayor aproximación crítica que conocemos sobre la forma en que el aparato de difusión de masas realiza su tarea educativa, la encontramos tangencialmente en algunos de los valiosos trabajos del sociólogo belga Armand Mattelart sobre la teleeducación infantil en las metrópolis imperialistas y su exportación a la periferia.⁷ Pero aun éstos están distantes de concebir que la nueva función, que a partir de los años cincuenta han empezado a realizar los aparatos de difusión de masas, ha sido la de contribuir gradualmente a la formación de la calificación de la fuerza de trabajo.

Por el contrario, siguiendo las dos líneas directrices que ha desarrollado la tradición crítica de estudio de los fenómenos de la comunicación, las investigaciones aludidas plantean que, en efecto, éstos sí ejecutan una labor pedagógico-cultural, pero enfocada primeramente a la inculcación de una nueva ideología en el sector educativo, y segundo, orientada a la venta de un nuevo tipo de “mercancías educativas” que incrementan la tasa de acumulación de capital del sector monopólico que los controla.

Así, en el primer caso, al concebir que el aparato global de la cultura de masas inicia su función educativa por la urgencia politicoideológica que enfrenta el sector dominante, para inculcar un nuevo consenso que soporte las recientes contradicciones que genera las nuevas readaptaciones del capitalismo mundial, Mattelart indica que el slogan “Aprender Riendo” es la nueva forma de penetración cultural imperialista con ropaje de entretenimiento que se da a través de los teleprogramas educativos.⁸

Ante esta novedosa operación ideológica, “muchos partidarios de esta nueva ola educativa de la televisión estadounidense siguen argumentando a ciegas, en favor de estos productos. Y todo ello seguramente porque, en comparación con las series corrientes y embrutecedoras como *Misión imposible* y *Patrulla juvenil*, provocan una desclimatación y aportan algo más que las anteriores. Seguir pensando en esto términos, significa no ver que detrás de estos programas también opera la enorme computadora del imperialismo que no tiene una

sola programación y un solo circuito. Implica no ver las consecuencias del desarrollo de las nuevas tecnologías en el reordenamiento de las bases de su 'ofensiva ideológica mundial'".⁹

En el segundo caso, al abordar la tarea pedagógica que desempeña el aparato de la cultura de masas como una nueva actividad económica que pretende aumentar el nivel de acumulación del sector transnacional, vía la incorporación de la industria electrónica al terreno de la educación colectiva, Mattelart expresa que "el deslizamiento de un entretenimiento masivo hacia una educación masiva, va a la par con un desplazamiento de los centros de elaboración de los mensajes hacia los fabricantes de las nuevas tecnologías. La función educacional se convierte en un servicio lógico de las grandes corporaciones que manejan la tecnología que permite fabricar los aparatos electrónicos que llevarán los nuevos mensajes... Estas redefiniciones originan un nuevo tipo de empresario cultural que intenta fusionar la producción de series comerciales con la elaboración de material pedagógico donde se aplican 'las nuevas técnicas educacionales'".¹⁰

El planteamiento materialista más reciente, que también se aproxima a comprender que esta función que desarrolla el aparato de la cultura de masas es algo más que su tradicional operación ideológica, pero que tampoco supera el enfoque que lo asimila como una mera función de legitimación política, es una de las últimas formulaciones conceptuales que efectuó Nicos Poulantzas antes de su muerte.

Después de haber desarrollado durante sus etapas anteriores como sociólogo que, en coyunturas de hegemonía, la escuela es el principal aparato de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, es solamente antes de morir cuando, al analizar la crisis de la hegemonía de los partidos políticos contemporáneos, modifica su pensamiento. Así, en esta última base reconoce en el nivel simplemente anunciativo que, en la actualidad, la "reorganización del contenido del discurso dominante, responde a una modificación de los canales y aparatos que lo elaboran y difunden". Por ello, los procedimientos de legitimación del estado tienden a escapar de los partidos políticos en beneficio de la administración.

Esta evolución corresponde al movimiento que *traspasa a los medios de comunicación de masas la función ideológica principal de la escuela y la universidad*. Desplazamiento fundamentado en lo anterior, porque el redespigue de los medios de comunicación de masas va a la par con su control creciente por la administración del estado, en tanto que la lógica y la simbólica, a las que se recurre en el discurso de dichos medios, reproducen las usadas por la administración. Estos fenómenos se sitúan en la base de una crisis y una declinación de los partidos políticos...¹¹

No obstante la presencia de estas dos últimas e importantes aproximaciones al problema, ninguna de ellas logra rebasar la perspectiva de la joven tradición crítica que pesa sobre la corta trayectoria de investigación de la comunicación. Ambas siguen oscilando dentro de la doble óptica teórica que sólo concibe la realización estructural de dos funciones únicas por el aparato de la cultura de masas: su colaboración en el proceso de creación del consenso colectivo, vía inculcación de las ideologías, y su participación en el proceso de acumulación de capital, vía la circulación cultural de las mercancías.

En este sentido, nos proponemos demostrar, desde la perspectiva de la eco-

nomía política de los medios de comunicación, que éstos han empezado a ejercer una nueva función estructural al contribuir a reproducir la calificación de la fuerza de trabajo contemporánea. Con ello, aportaremos a la teoría crítica de los aparatos de comunicación colectiva un nuevo capítulo que hasta el momento ha sido abandonado teórica e históricamente, y que únicamente ha sido retomado de manera acrítica por corrientes empiricistas, cuyas explicaciones no rebasan la apariencia del problema.

HACIA UNA NUEVA FUNCIÓN ESTRUCTURAL DEL APARATO DE LA CULTURA DE MASAS

A diferencia de la creencia general que sostiene la tradición marxista, en la cual se presenta a la escuela como el único aparato relevante que produce la calificación de la fuerza de trabajo, nosotros pensamos que, debido al desarrollo tecnológico, especialmente de carácter electrónico, que ha sufrido el sistema de aparatos de información de masas, la reproducción de ésta también está siendo efectuada cada vez más por el aparato global de la comunicación colectiva, sin que hasta el momento éste haya logrado suplir la tarea pedagógica que ejerce el aparato escolar en el periodo 1970-1980.

Esto significa que, debido a las necesidades de adaptación que la dinámica de la reproducción capitalista ha exigido constantemente al aparato escolar, a partir del nuevo proyecto de reestructuración global del modo de reproducción capitalista aplicado después de la Segunda Guerra Mundial, éste ha tenido que modernizarse para, por una parte, responder a las nuevas exigencias de la acumulación de capital que requiere la moderna fase de concentración de valor por la que atraviesa el capitalismo internacional; y por otra, para atenuar las crisis politicoculturales que periódicamente provoca el principio de desarrollo desigual de la formación capitalista. Por ello, además de los constantes esfuerzos de renovación interna del contenido del capital cultural que inculca el aparato de enseñanza, uno de los afanes de refuncionalización más relevantes que en las últimas décadas ha desarrollado destaca la tendencia a elegir al aparato global de difusión de masas como su principal prolongación tecnicoinstitucional. Mediante éste, el estado y los sectores de poder ejecutan en escala ampliada las dos funciones concretas que le corresponden a la escuela capitalista: la inculcación de la ideología dominante y la formación de la capacitación de la fuerza de trabajo.

Pero, ¿cuáles han sido las principales causas, en el modo de producción capitalista contemporáneo, que han obligado a que el aparato escolar evolucione y se modernice en tal dirección histórica? En términos generales, podemos decir que han sido dos demandas fundamentales: por una parte, el incremento de calificación de la fuerza de trabajo que ha exigido la gran revolución tecnológica e industrial capitalista, y por otra, la contradicción que ha surgido entre el aumento demográfico de la población y la capacidad restringida de atención del sistema educativo tradicional.

La Revolución Industrial y el incremento de la calificación de la fuerza de trabajo

A partir de la consolidación de la Primera y Segunda Revoluciones Industriales o Revoluciones Cientificotecnológicas, la dinámica de funcionamiento del modo de producción capitalista se desplaza tendencialmente de la modalidad absoluta de extracción de plusvalor, a la forma relativa de obtención de plusvalía. Esto significa que, en términos generales, desde estos periodos históricos, la vía de extracción de plusvalor ya no se centra en los recursos salvajes de explotación de la fuerza de trabajo, como eran la prolongación ilimitada de la jornada de trabajo o la drástica reducción del nivel del salario del trabajador en la fase de la manufactura, sino que actualmente se basa en la alta tecnificación de las fuerzas productivas, puesto que es la forma más rentable de incrementar su tasa de acumulación de capital.

Esta tendencia contemporánea del modo de producción capitalista se renueva y emerge con mayor fuerza a finales de la Segunda Guerra Mundial, cuando, una vez más, el capital monopólico se reparte el mundo en nuevas zonas de influencia. Con ello, gradualmente se afirma la base de la gran producción industrial, en la cual la estructura de explotación de la sociedad capitalista se apoya básicamente en la alta tecnificación y automatización del proceso económico. De esta forma, en este periodo, la producción capitalista alcanza, por una parte, el mayor grado histórico de producción y concentración de la riqueza; y por otro, paralelamente, enfrenta el mayor grado de concentración de contradicciones estructurales que haya alcanzado en toda su historia.

Ahora bien, con la adopción histórica de esta nueva vía de extracción de plusvalor, no únicamente se transforma el nivel económico de la sociedad, sino que, como todo cambio practicado en el interior de la esfera material de la misma, a largo plazo, repercute correlativamente sobre el funcionamiento y la organización superestructural del sistema social. Esto significa que, para que el sistema capitalista se afirme en su nueva fase de producción industrial, además de modernizar la infraestructura tecnológica que lo soporta, requiere también modificar todos aquellos elementos que, directa o indirectamente, participan en el proceso económico de la sociedad.

Uno de los elementos fundamentales que deben ser reestructurados es el nivel de capacitación que alcanza la fuerza de trabajo que participa en el sistema productivo. Esto se debe a que, una vez que el capital introduce en su esfera económica un proceso tecnológico cada vez más desarrollado, el grado de calificación de la mano de obra que lo dirige y opera, para funcionar, requiere guardar, en el nivel superestructural, la misma relación de perfeccionamiento profesional que alcanza el desarrollo de las fuerzas productoras en el nivel material. De lo contrario, la fuerza de trabajo se muestra incompetente para operar un proceso económico altamente perfeccionado, y éste se paraliza y entra en su correspondiente crisis productiva.

Ante esta contradicción estructural, la dinámica económica del sistema capitalista, a través del estado y de sus aparatos de regulación social (especialmente instituciones educativas), produce, paulatinamente, una relación histórica de reciprocidad funcional entre el grado de desarrollo que alcanzan las fuer-

zas productivas y el nivel de calificación que obtiene la fuerza de trabajo. Así, encontramos que a un mayor nivel de desarrollo tecnológico de las fuerzas productivas, el estado crea un mayor nivel de capacitación de la mano de obra; y a menor grado de desarrollo material de los instrumentos de trabajo, el estado permite un menor grado de calificación de la misma. Con ello, se genera una relación de mutua correspondencia entre el nivel de perfeccionamiento de los medios de trabajo y el grado de calificación de la energía laboral.

De esta manera, se observa que según transcurren los diversos momentos del desarrollo tecnológico del capital, varían las características de la calificación de la fuerza de trabajo. Así, para la fase de la manufactura en la que la división de tareas se encuentra poco desarrollada (pues las operaciones básicas son golpear, cortar, apretar, mover, etc.), el nivel de calificación de la mano de obra implica el simple aprendizaje del uso de los instrumentos de trabajo rudimentarios y la adquisición de ciertas destrezas. Podemos decir que, en este periodo, la educación básicamente evita el embrutecimiento de los trabajadores.

En la etapa de la gran industria, en la que la división del trabajo alcanza grados extremos, pues se multiplica el empleo de las máquinas especializadas que reducen las tareas complejas a operaciones cada vez más simples, el nivel de preparación de la fuerza de trabajo exige asimilación obligatoria de conocimientos generales para leer y escribir, realizar operaciones aritméticas y adquirir otras destrezas propias según las exigencias técnicas de cada rama de la producción. Finalmente, en la etapa de la producción automática, en donde la división interna del trabajo alcanza su mayor expresión puesto que crea fuertes jerarquías de trabajadores y unifica todo el proceso de producción en los instrumentos de trabajo, la calificación de la mano de obra requiere conocimientos técnicos altamente especializados, como son la programación, el mantenimiento y la alta administración productiva.¹²

De este fenómeno se desprende una clara tendencia histórica de la economía capitalista: a mayor desarrollo tecnológico del capital, se requiere un alto nivel de desarrollo de la calificación de la mano de obra; y viceversa: a menor desarrollo técnico del sistema productivo, menor grado de perfección de la fuerza laboral.

Esta relación bilateral y proporcional entre instrumentos de trabajo y fuerza de trabajo, puede expresarse en la siguiente matriz de prototipos de calificación por periodos del desarrollo histórico.¹³

Por esta razón, en los países altamente industrializados con marcado empleo de procesos productivos fuertemente automatizados, dicha tendencia aflora con claridad. Éste es el caso de Estados Unidos, donde de 1920 a 1964 se observa que la principal estructura de calificación de los trabajadores nacionales se inclina, por una parte, a desplazar a los sectores no calificados, y por otra, tiende a incrementar los cuadros altamente especializados como se muestra en la tabla 5.2.¹⁴

Ante esta nueva exigencia histórica que impone la trayectoria económica del desarrollo de las fuerzas productivas, el estado y algunas de las instituciones especializadas de su sociedad civil se ven forzados a responder constantemente ante estas nuevas demandas de la economía capitalista. Para ello, tanto en el centro como en la periferia, el estado, a través del aparato escolar, emprende la tarea de reestructurar los niveles culturales que componen los promedios bási-

Tabla 5.1. Modelo de evolución de la estructura de calificación de la fuerza de trabajo para la etapa del desarrollo tecnológico (en porcentajes)*

Categorías según el nivel de calificación	Etapas de desarrollo tecnológico									
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
	(+) Mecanización					Automatización				
No calificados	15	7				11	3			
Semicalificados	20	65	57	58		60	55	40	21	
Calificados	60	20	33	45		21	30	40	50	60
Con educación media completa	4	6.5	8	12.5						
Con educación superior	1					7	10	17	25	34
Con perfeccionamiento científico		1.5	2	4						
				0.5		1	2	3	4	6

3(+) Las etapas 1 y 2 de desarrollo tecnológico se refieren a la producción manual.

* Las etapas 1 y 2 de desarrollo tecnológico se refieren a la producción manual.

Etapa 3: máquina universal;

Etapa 4: máquina semiautomática;

Etapa 5: etapa de acabado mecanizado;

Etapa 6: máquina automática;

Etapa 7: fábrica automática;

Etapa 8: fábrica automática con autorregulación

Etapa 9: fábrica automática con supervisión automática de parámetros característicos de los procesos de producción;

Etapa 10: fábrica automática de auto-optimación;

Etapa 11: unidad de producción completamente automática.

Fuente: J. Auerhan, *Technika, Kavalifikace, Uzdeláni* (Tecnología, calificación y educación), Praga, 1965.

Tabla 5.2. Estructura de calificación de los trabajadores norteamericanos con excepción de la agricultura y los servicios (en porcentajes)*

	1920	1930	1940	1950	1960
Sectores	Fase final de la industrialización			Inicios de la revolución científico-tecnológica	
Trabajadores especializados y maestros	32.3	32.3	30.1	34.4	36.0
Aprendices	38.8	40.0	46.2	49.6	50.1
No calificados	28.9	27.7	23.7	16.0	13.9

* Fuente: Economic Report of the President ("Informe Económico del Presidente"), 1965; Historical Statistics of the U.S. Colonial Times to 1957 ("Estadísticas históricas de E.U.A. de los tiempos coloniales hasta 1957") Washington, 1960.

cos de calificación de la fuerza de trabajo y que tienden a elevar sustantivamente la curva de competencia especializada de la mano de obra. Ésta es la gran tarea histórica que, complementada con la función de inculcación de las ideologías dominantes de las nuevas clases en ascenso, va a desempeñar el aparato pedagógico durante todo el siglo xx.

De esta forma, el grado de escolarización mínima que requiere la fuerza de trabajo para su competencia productiva se incrementa notablemente conforme avanza la gran revolución científicotecnológica. Esto se constata con gran precisión cuando se trata de trabajadores altamente capacitados, cuya competencia laboral requiere necesariamente de la educación especializada, como lo revela la siguiente panorámica (véase tabla 5.3) sobre el desarrollo de la educación superior en los países capitalistas fuertemente desarrollados de 1920 a 1964.¹⁵

Esto mismo se comprueba en la periferia capitalista con una modalidad de realización más lenta y atrasada. Así, por ejemplo, en el caso de la economía mexicana, se observa que para 1970 la estratificación de sus fuerzas productivas contó con un 4.29 por ciento de cuadros superiores altamente especializados, 2.47 por ciento de cuadros intermedios técnicamente bien capacitados, 47 por ciento de trabajadores calificados y semicalificados y, finalmente, todavía mantiene un 45 por ciento de trabajadores no calificados en las ramas industriales, artesanales, burocráticas y agrícolas¹⁶ (véase tabla 5.4).

De esta manera, conducido por las demandas que le impone la evolución material de la sociedad, el aparato escolar entra en una etapa de refuncionalización histórica. Adopta la dirección que le impone la esfera económica del capitalismo industrial emergente, y responde superestructuralmente a éste con su particular discurso pedagógico, que contribuye a construir la nueva articulación histórica que se requiere establecer entre los instrumentos de trabajo y la calificación de la fuerza de trabajo. Una vez más, el aparato instruccional, desde su posición superestructural, colabora a cerrar el bloque histórico en su dimensión económica, para propiciar el funcionamiento armónico de la sociedad en una de sus facetas fundamentales: la reproducción del proceso económico.

No obstante este notable esfuerzo de acoplamiento que realiza el aparato escolar tradicional para amoldarse a las recientes necesidades estructurales que fija el proyecto monopólico de acumulación de capital, el acelerado ritmo de exigencias económicas y la gran concentración de mano de obra potencial que debe capacitar, rebasan sus límites tradicionales de capacidad de operación, y éste lentamente entra en una fuerte crisis institucional. Para contrarrestar esta tendencia destructiva, el estado instrumenta nuevos proyectos culturales de apoyo emergente a su modelo ancestral de reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo. Así, se acepta y promueve el vertiginoso desarrollo de los medios informales de educación (relegados durante mucho tiempo), y surge, en toda forma, la educación a distancia, la universidad de masas, la enseñanza abierta, la tecnología instruccional, etcétera.

Es dentro de este contexto histórico como emerge la nueva educación formal que realizan los aparatos de difusión de masas, como respuesta a la crisis orgánica que atraviesa el aparato educativo conservador; y es en el interior de dicho proceso social que debe ser comprendida, estudiada y transformada la nueva función histórica que éstos han empezado a desempeñar en la sociedad capitalista contemporánea.

Tabla 5.3. Crecimiento de la educación superior en los principales países industrializados de 1930 a 1964*

País	1930- 1934	1935- 1939	1940- 1944	1945- 1949	1950- 1954	1955- 1959	1960- 1964
a	1	2	3	4	5	6	7
Bulgaria		174 ¹	408 ²	580 ³	509	590	886 ⁴
Checoslovaquia	201	182 ⁵		450	450	563	877
Francia	201	172	237	319	348	409	785 ⁶
Japón	260	263	410	539	549	687	863 ⁷
Yugoslavia	109	106 ⁸		349	355	472	832 ⁹
Canadá	318	319	311	594	493	537	934 ¹⁰
Hungría	164	138		249	350	269	409 ¹¹
RDA					227	390	407 ¹²
RFA ¹³					325	418	587 ¹⁴
Noruega	177	195	154	256	184	192	327 ¹⁵
Polonia				380	538	571	688 ¹⁶
Austria	331	214	158	416	281	366	627 ¹⁷
Rumania				304 ¹⁸	414	417	548 ¹⁹
URSS					789	1 024	1 389 ²⁰
Suecia	166	183	188	215	265	384	654 ²¹
Suiza	238	261	320	377	329	345	467 ²²
E.U.A.	884 ²³	1 046 ²⁴	947 ²⁵	1 608 ²⁶	1 617 ²⁷	1 738 ²⁸	2 264 ²⁹

¹ 1939

² 1944

³ Promedio de los años 1948 y 1949

⁴ Promedio de los años 1960, 1963, 1964

⁵ Promedio de los años 1935-36

⁶ Promedio de los años 1960, 1962, 1963

⁷ Promedio de los años 1935 a 1938

⁸ Promedio de los años 1960, 1962, 1963

⁹ Incluyendo Berlín-oeste

¹⁰ Promedio de los años 1960, 1961, 1962, 1963

¹¹ Promedio de los años 1931, 1933

¹² Promedio de los años 1935, 1937, 1939

¹³ Promedio de los años 1941, 1943

¹⁴ Promedio de los años 1945, 1947, 1949

¹⁵ Promedio de los años 1951, 1953, 1954

¹⁶ Promedio de los años 1955, 1957, 1958, 1959

¹⁷ Promedio de los años 1960, 1961, 1963, 1964

* Fuentes: *World Survey of Education, IV. Higher Education* ("Examen mundial de la educación", "IV. Educación superior"), UNESCO, 1966. *Statistical Yearbook* ("Anuario estadístico"), 1965, UNESCO, París, 1966; *Demographic Yearbook* (Anuario demográfico), 1965, Nueva York, 1966; *Statistika Školství a kultury* (Estadística de la educación y la cultura), Praga, 1964. Arreglado por I. Coufalíková, del Instituto de Economía de la Academia Checoslovaca de Ciencias.

Tabla 5.4. Estructura por categorías ocupacionales de la población económicamente activa de México en 1970*

<i>Categorías ocupacionales</i>	1970
A. Cuadros superiores	4.29
1. Personal en categorías de nivel técnico superior	1.29
2. Personal en categorías administrativas de alto nivel (directores, gerentes, funcionarios, jefes de oficina.)	1.19
3. Personal médico	0.40
4. Personal docente	1.41
B. Cuadros intermedios	2.47
1. Personal en categorías técnicas de nivel medio	1.01
2. Personal especializado de nivel medio en puestos administrativos	1.32
3. Personal técnico auxiliar en actividades asistenciales	0.11
4. Personal técnico en actividades de turismo	0.03
C. Trabajadores calificados y semicalificados	47.02
1. Trabajadores calificados y semicalificados en actividades de producción	32.91
2. Empleados y vendedores, calificados y semicalificados en puestos administrativos	14.13
D. Trabajadores no calificados	45.38
1. Obreros, artesanos y jornaleros no calificados	43.70
2. Trabajadores de oficina no calificados	1.68
E. Otras categorías	0.87
1. Profesionales de espectáculos	0.40
2. Miembros de las fuerzas armadas y los cuerpos de policía y bomberos	0.47

* Fuente: *La reforma educativa y el planeamiento integral de la educación en México*, Comisión Nacional de Planeamiento Integral de la Educación, Secretaría de Educación Pública, noviembre, 1970, mimeografiado, información estadística.

El crecimiento de la población y la capacidad de atención del sistema educativo tradicional

El desarrollo del proyecto de extracción de plusvalía, por vía de la modalidad relativa o de la gran transformación tecnológica del proceso de producción capitalista, le hereda al aparato pedagógico tradicional la enorme presión y necesidad estructural de incrementar rápida y masivamente los niveles de calificación de la fuerza de trabajo. Ésta es la primera causa que fuerza y condiciona el apresurado proceso de modernización y adaptación institucional que sufre el aparato educativo durante el siglo xx. Sin embargo, otra segunda causa que, igual que la anterior, sobredetermina los motivos y la dirección en la que

el sistema de enseñanza tradicional debe transformarse para responder a las nuevas exigencias históricas del desarrollo social, es el vertiginoso aumento de la población mundial, que automáticamente repercute sobre el incremento de la fuerza de trabajo que debe ser capacitada por el mismo.

Esto significa que, durante el siglo xx, no sólo las exigencias económicas del nuevo modelo de acumulación de capital impactan y modifican el viejo funcionamiento del aparato educativo, sino que un segundo factor que, aunado al primero, violenta y modifica radicalmente la forma como éste debe efectuar su tarea superestructural, es el enorme desarrollo cuantitativo que alcanza la fuerza de trabajo para este periodo. Simplemente, en un lapso de menos de 60 años se constata que la población mundial casi se triplica, y en un periodo de 20 años casi se duplica, como lo refleja la siguiente presentación de la UNES-CO¹⁷ (véase tabla 5.5).

Al mantener esta velocidad de evolución, la tendencia irracional del desarrollo poblacional parece no sólo presionar el pasado del aparato escolar, sino también su futuro, puesto que para los próximos años el ritmo de crecimiento demográfico seguirá aumentando notablemente. Éste es el caso en el que se ven los países desarrollados y del Tercer Mundo de 1975 al año 2000, cuando de forma diferenciada, la población aumentará para los primeros el 8%, y para los segundos 39%, (véase tabla 5.6).¹⁸

Esta misma trayectoria no sólo se conserva, sino que se incrementa geométricamente para América Latina, en donde se calcula que de 1950 al año 2000, la población de la región casi se cuadruplicará, como lo muestra la aproximación del Centro Latinoamericano de Demografía (CELADE).¹⁹

Ante esta expansión de la variable demográfica, el aparato de enseñanza intenta atender a todas las nuevas masas que arroja el incesante proceso humano de reproducción de la fuerza de trabajo. Para ello, a través del estado y de sus órganos de poder, se emplaza un conjunto de reformas educativas tendientes a "democratizar la cultura" y a facilitar el acceso a la instrucción a los grandes sectores sociales.

Así, el estado expande y multiplica el sistema de enseñanza en todos sus niveles, disminuye los costos sociales de la educación, crea nuevas profesiones liberales que responden a las modernas demandas económicas, simplifica y aglutina los conocimientos en nuevos paquetes educativos, versatiliza el lenguaje educativo para incorporar a los sectores marginados e indígenas dentro de dicho proceso de socialización, etcétera.

Sin embargo, no obstante estos esfuerzos extraordinarios que ejecuta el sector dirigente para integrar y cualificar a todos los sectores sociales por medio del aparato educativo, una vez más se muestra la incapacidad de dicho aparato tradicional de capacitación para atender a la creciente masa humana que lo rodea. En esta forma, el rezago educativo se acumula y las cifras del marginamiento institucional se asoman críticamente en el panorama de la cultura mundial.

Una de estas situaciones se refleja en los censos del Banco Mundial, los cuales, para 1975, revelan que en el mundo en desarrollo el número de adultos analfabetos alcanza el extremo de 865 millones de personas, y estiman que la matrícula escolar sólo aumentó entre 250 y 350 millones; mientras que, a la vez, permanecen ausentes del aula entre 290 y 375 millones de individuos en edad escolar. De este total de marginados, el 68%, es decir 468 millones, está com-

Tabla 5.5. Población mundial de 1950 a 1970

País	Estimaciones de la población a mitad del año					Superficie en kms ² (A)	Habitantes por km ² 1970 (B)
	1950	1960	1965	1969	1970		
Total mundial	2 486 000	2 982 000	3 289 000	3 561 000	3 632 000	135 781 000	27
África	217 000	270 000	303 000	335 000	344 000	30 319 000	11
América del Norte (C)	218 000	268 000	294 000	314 000	321 000	24 247 000	13
América del Sur	111 000	145 000	166 000	185 000	190 000	17 833 000	11
Asia (D)	1 355 000	1 645 000	1 833 000	2 009 000	2 056 000	27 532 000	75
Europa (E)	392 000	425 000	455 000	458 000	462 000	4 936 000	94
Oceanía (C)	12 600	15 800	17 500	19 000	19 400	8 511 000	2
U.R.S.S.	180 000	214 800	231 000	240 000	243 000	22 402 000	11

A. Superficie de tierras y de aguas interiores, no comprende las zonas polares ni algunas islas inhabitadas.

B. La densidad no está indicada ya que la superficie es inferior a 1 000 kms.

C. Hawaii y Estados Unidos de América, están comprendidos en América del Norte más que en Oceanía.

D. No comprende la URSS que fue objeto de una rúbrica distinta, pero sí comprende la parte asiática y europea de Turquía.

E. No comprende la URSS que fue objeto de una rúbrica distinta, ni comprende la parte europea de Turquía que está comprendida en Asia.

Tabla 5.6. Incremento de la población de los países desarrollados y del Tercer Mundo de 1975 al año 2000 (En millones)

Año	Países desarrollados	Tercer Mundo	Total mundial
1975	1 330	2 782	4 112
1980	1 195	3 074	4 269
1990	1 316	3 750	5 066
2000	1 441	4 524	5 965

puesto por mujeres en edad productiva.²⁰ Este panorama se conserva para 1980, cuando los indicadores de la Conferencia Mundial muestran que, para dicho año, la cifra de iletrados es de 859 millones de individuos. De este conjunto, 600 millones corresponden a los países en desarrollo, pese a que se ha logrado un extraordinario adelanto en materia de educación durante las tres últimas décadas.²¹ Finalmente, para el año 2000 la UNESCO calcula que el promedio de analfabetos en el mundo ascenderá a mil millones de personas²²(véase tabla 5.7).

Tabla 5.7. Población total de América Latina de 1950 al año 2000. Hipótesis media (cifras en millones)

País	1950	1980	1990	2000
América Latina	157.303	358.005	466.295	594.466
Argentina	17.150	27.064	30.189	32.861
Bolivia	2.703	5.566	7.211	9.299
Brasil	52.901	126.389	165.757	212.507
Colombia	11.597	26.894	34.298	42.441
Costa Rica	858	2.213	2.776	3.377
Cuba	5.838	9.970	11.377	12.717
Chile	6.091	11.104	13.061	14.934
Ecuador	3.307	8.021	10.949	14.596
El Salvador	1.940	4.797	6.484	8.708
Guatemala	2.962	7.262	9.676	12.739
Haití	3.097	5.809	7.509	9.860
Honduras	1.401	3.691	5.105	6.978
México	26.606	69.965	97.585	135.244
Nicaragua	1.169	2.733	3.773	5.154
Panamá	825	1.896	2.346	2.823
Paraguay	1.371	3.062	4.074	3.274
Perú	7.832	17.773	23.214	29.463
R. Dominicana	2.361	5.942	7.530	9.333
Uruguay	2.494	2.924	3.166	3.448
Venezuela	5.145	14.930	20.210	25.705
Caribe, otros países y territorios	6.385	10.133	11.643	12.998
Total región	163.643	368.138	477.938	607.464

En el Tercer Mundo, este panorama adquiere las mayores proporciones del planeta pues, para 1975, el analfabetismo en los países árabes asciende al 73% de la población total; en África (excepto las naciones árabes), al 79%; en Asia, al 46%, y en América Latina, al 23.6%. Igualmente, la relación entre población y distribución de la cultura impresa sufre un asombroso atraso en los países en desarrollo, ya que, para 1964, los países africanos editan un texto por cada 86 mil 220 habitantes, los países asiáticos un libro por cada 30 mil 120 habitantes, y los países latinoamericanos uno por cada 9 mil 706 habitantes.²³

Esto significa que, en 1970, en el Tercer Mundo, el total de niños de 6 a 11 años que no recibieron los beneficios del servicio escolar fue de 113 millones de personas; y el total de niños marginados de 12 a 17 años fue de 161 millones, como se muestra en tabla 5.8.²⁴

Tabla 5.8. Total de niños no atendidos por el sistema educativo en el Tercer Mundo en 1970 (En millones)

<i>Edad</i>	<i>Asia Meridional</i>	<i>África</i>	<i>América Latina</i>	<i>Total de la Zona</i>
de 6 a 11	70	31	12	113
de 12 a 17	108	33	20	161

Esta misma realidad se observa, con modalidades propias de la región, en América Latina, en donde, por ejemplo, en 1973 la Declaración de Popayan, Colombia, sobre el estado de la educación en Latinoamérica, demuestra la sola existencia de 80 millones de analfabetas en el área. Igualmente, hacia 1979, el Centro Regional de Estudios para América Latina (CREFAL), revela que la masa social marginada de los servicios educativos en Latinoamérica se acerca a los 70 millones, es decir, cantidad equivalente a las poblaciones totales de Bolivia, Colombia, Ecuador, Chile, Perú y Venezuela. De este total, 42 millones corresponden a los analfabetos mayores de 15 años, y 28 millones, a los niños marginados de entre 5 y 14 años. Este mismo panorama es reconocido, en 1980, por el Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura (CIEC), el cual afirma que en este año se han registrado 70 millones de iletrados en la región.²⁵ Finalmente, la UNESCO señala optimistamente que, para el año 2000, el analfabetismo disminuirá al 7 por ciento en América Latina, y al 10 por ciento en el Caribe, pero aún así persistirá sensiblemente, como se muestra en la siguiente aproximación estadística de la institución²⁶ (véase tabla 5.9).

De esta manera, debido a la gran presión que el factor demográfico ejerce sobre el aparato pedagógico tradicional, su estructura y funcionamiento van experimentando una nueva crisis orgánica que atenta no sólo contra el equilibrio de la cultura dominante, sino contra toda la marcha armónica de la formación capitalista. Ante ello, el estado capitalista y sus diversos aparatos de regulación social realizan múltiples programas de reestructuración educativa que permiten enfrentar las crisis orgánicas en que se ha sumido su aparato pedagógico convencional. Para esto, desarrolla nuevos métodos de enseñanza didáctica; acepta y alienta la introducción de la moderna tecnología educativa; reba-

Tabla 5.9. Analfabetismo en América Latina y el Caribe de 1970 al año 2000. (Estimaciones y proyecciones para la población de 15 a 19 años)*

Región	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000
América Latina							
Población	295.279	343.541	392.635	441.136	498.311	563.863	641.226
Alfabetas	241.544	302.136	364.154	618.614	481.535	554.060	627.754
Analfabetas	53.735	41.405	28.481	22.522	16.976	14.803	13.466
% Analfabetas	18.2	12.1	7.3	5.1	3.4	2.6	2.1
Caribe							
Población	24.444	28.443	33.463	35.562	37.194	40.600	44.568
Alfabetas	19.652	23.537	28.928	31.381	33.119	36.314	44.107
Analfabetas	4.792	4.906	4.535	4.181	4.075	4.286	4.480
% Analfabetas	19.6	17.2	13.6	11.8	11.0	10.6	10.0

* Fuente: UNESCO, 1978

+ Población en miles.

sa el ámbito de la educación formal tradicional e impulsa notoriamente el marco de la educación no formal; inaugura la enseñanza a distancia, inicia la primaria, la secundaria, el nivel técnico y la universidad abierta; genera la instrucción extraescolar y la educación continua; apoya e intensifica los proyectos de alfabetización de adultos; aprovecha la instrucción programada, actualiza y versatiliza el contenido del discurso pedagógico; realiza campañas de culturización masiva en el medio rural; implementa todo tipo de extensiones de apoyo cultural y, finalmente, mediante las cualidades y los avances físico-materiales que han alcanzado los medios de comunicación social, acelera la expansión curricular al continuar su tarea pedagógica a través de los aparatos de comunicación de masas. A largo plazo, esta última iniciativa se transforma en la principal reforma educativa practicada en el interior del aparato de enseñanza.²⁷

En esta forma, el aparato de la cultura de masas soporta una nueva reorientación de su potencial socializador e inicia una nueva función histórica dentro de la superestructura de la sociedad capitalista: contribuye a reproducir la calificación de la fuerza de trabajo.

EL SURGIMIENTO DE LOS NUEVOS SISTEMAS PEDAGÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

A partir de las modificaciones que va sufriendo la base económica de la fase avanzada del modo de producción capitalista, su superestructura social entra en nuevas etapas de refuncionalización y transformación histórica, para responder a las necesidades y contradicciones nacientes que provoca el moderno proyecto de desarrollo del capital. Por ello, a partir de los nuevos giros que introduce el patrón de acumulación de valor, los aparatos del estado, y en particular los aparatos ideológicos del estado, se ven obligados a experimentar nuevas mutaciones y adaptaciones históricas que les posibiliten continuar reglando a la sociedad, dentro de los márgenes que imponen las relaciones capitalistas de producción. De no realizar esto, el modelo de conducción de la sociedad que fija el estado dirigente es abortado, y con ello toda la estabilidad del desarrollo de la sociedad capitalista contemporánea.

De esta manera, debido a la creciente demanda de calificación que fija el cada vez más alto nivel de desarrollo tecnológico de las fuerzas productivas, así como a la insuficiente capacidad del aparato tradicional para cubrir el interesante volumen que impone el inmoderado crecimiento de población, a la periódica necesidad de inculcar de forma más ágil una nueva ideología funcional para con las distintas coyunturas sociales por las que atraviesa el proyecto de reestructuración del capital, y las necesidades del capital de invadir las áreas más rentables de la producción social, incluso cultural, para reproducirse como relación dominante que genera plusvalía, los intelectuales dirigentes encargados de vigilar la funcionalidad estructural de la sociedad civil, bajo muy distintas formas y grados de aplicación, paulatinamente, han prolongado las tareas de la escuela hacia el aparato global de difusión colectiva y, muy en especial, hacia la televisión.

Esto significa que la nueva inherencia histórica que a partir de 1940 se

observa en el interior del sistema escolar, demuestra que la escuela, sin abandonar su tradicional labor grupal de formación ideológica, se inclina cada vez más a efectuar la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, por medio del empleo de las propiedades superestructurales que le ofrecen el desarrollo y la organización de la actual tecnología comunicativa de masas: su amplio radio de acción ideológica, la temprana y asidua multisocialización de la conciencia de los agentes sociales, su gran capacidad de legitimación continua y acelerada, su enorme poder de formación del consenso y de movilización de los individuos, su permeabilidad de participación en el proyecto dominante, y su hermetismo de acción en el proyecto proletario.

En esta forma, ante la incapacidad del viejo aparato educativo para atender las nuevas exigencias del moderno proyecto de acumulación de capital y ante las ventajas materiales que aportan los nuevos soportes ideológicos del consenso de masas, el aparato pedagógico se prolonga bajo la modalidad de la tecnología comunicativa y de su particular forma de organización social, dando origen a través de la televisión, a la *Telesecundaria*, *Introducción a la Universidad*, *Telealfabetización de adultos*, *Telecapacitación obrera*, *Teleformación profesional*, etc. Mediante la radio, a *Radio institución técnica*, *Radio alfabetización campesina*, *Radio escuela*, etc. A través del cine, a la *Educación audiovisual*, *Video-capacitación rural*, etc., y mediante la prensa, al *Periódico didáctico*, *Periódico comunitario*, entre otros.

Con esta nueva operación pedagógica de masas, la superestructura cultural de la sociedad capitalista puede avanzar en la resolución de tres contradicciones que ahogan al actual proceso de reproducción de la fuerza de trabajo: por una parte, atiende colectivamente a la inmensa población creciente que demanda calificación básica para el trabajo; por otra, incorpora y eleva masivamente, a un costo social muy bajo, el nivel de cualificación de la mano de obra de la población económicamente activa, y, en particular, del ejército industrial de reserva que periódicamente se incorpora al sistema de extracción de plusvalor; y finalmente, por otra parte, inculca de forma más flexible y continua una ideología adecuada para la realización del trabajo de competencia capitalista que requiere el proceso productivo contemporáneo y la dinámica general de reproducción de la sociedad.

En el marco de la periferia capitalista, este nuevo fenómeno cultural se ha convertido en un ágil instrumento superestructural que permite que la nueva división internacional del trabajo se efectúe no sólo a partir del tipo de producción económica mundial que se fija, sino desde el momento de la formación de la calificación de la fuerza de trabajo. Es decir, dado que el proceso de producción y reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo que se realiza a través del aparato de la cultura de masas es más vulnerable a la participación de los intereses transnacionales por medio de los discursos pedagógicos, éstos tienden a crear una educación que produzca mano de obra barata para que se inserte en el modelo transnacional de la división mundial del trabajo: la periferia aporta el trabajo de transformación primaria de las mercancías, y el centro ofrece el trabajo de transformación industrializada y de comercialización de las mismas.

Con la reproducción de estas relaciones de capacitación productiva, el discurso pedagógico de los aparatos de difusión de masas se inserta orgánicamente en el nuevo patrón imperialista de acumulación de capital. Ésta es una realidad

más, que, además de exigirnos el estudio de la función cultural de los aparatos de difusión de masas desde la óptica de la reproducción de la división internacional del trabajo, nos obliga, nuevamente, a decodificar su análisis desde una matriz de interpretación totalizadora de la misma: la perspectiva de la reproducción económica de la sociedad.

Dentro de la multitud de instrumentaciones que progresivamente se realizan en este sentido, destacan en el capitalismo central los casos de Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Alemania y Japón, y en el capitalismo periférico los casos de Colombia, Puerto Rico, Brasil, Chile, Honduras, Guatemala, Venezuela, India, México, etc., en cada uno de los cuales se instrumenta con modalidades distintas las diversas prolongaciones del aparato escolar al terreno de la información de masas.

LA REPRODUCCIÓN DE LA CALIFICACIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO VÍA EL DISCURSO INSTRUCTIVO DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA

A raíz de las nuevas exigencias de refuncionalización histórica que la dinámica de reproducción contemporánea del modo de producción capitalista le ha impuesto al aparato escolar, ésta ha tenido que aprovechar los avances del aparato global de la cultura de masas para reproducir, a través del mismo, la capacitación de la fuerza de trabajo. De este modo, en forma lenta, pero cada vez más perfeccionada, el aparato de la cultura de masas ha iniciado la tarea de preparar masivamente a la fuerza de trabajo potencial para que responda, con energía y desempeño competentes, a los requerimientos que demanda el actual proceso productivo en su fase de creciente industrialización y automatización.

Dicha capacitación se efectúa a través de la producción, circulación e inculcación de diversos conocimientos especializados y calificados, sobre los múltiples campos de conciencia de los numerosos agentes sociales que transforman la formación economicosocial. Abarca desde los niveles ideológicos de los agentes más jóvenes, los niños, hasta las áreas de la inteligencia más desarrollada, como son los adultos; y oscila desde las enseñanzas más elementales, como la alfabetización o primera aculturación, hasta las instrucciones más elaboradas, como son las especializaciones técnicas y científicas.²⁸

Así, de acuerdo con el tipo y la forma de capacitación que recibe la fuerza de trabajo a través del aparato de la cultura de masas, ésta queda habilitada para ejercer una determinada transformación de las estructuras de la vida económica, política y cultural de la formación social donde se inscribe. Aunque no existen análisis muy precisos sobre las características con las que éste contribuye a formar y a reproducir la calificación de la mano de obra,²⁹ podemos decir que, debido a la estructura monopólica que priva sobre la organización de ésta, la calificación de la fuerza de trabajo por dicha vía queda básicamente orientada en dos sentidos: por una parte se destina hacia la incorporación de las nuevas masas de trabajadores al sistema de producción capitalista, y por otra se dirige hacia la actualización colectiva de la rentabilidad de la fuerza de trabajo en el proceso productivo.

De esta manera, con el fin de abarcar indiscriminadamente la calificación de la fuerza de trabajo en todos los sectores de la población, la tarea de capacitación del aparato de la cultura de masas atraviesa, hasta el momento, por las siguientes áreas de sistematización de la conciencia y aptitudes, las cuales delimitan la cobertura cultural que ya ha conquistado:

- a) Nivel de educación elemental o primera aculturación.
- b) Nivel de formación básica.
- c) Nivel de capacitación media.
- d) Nivel de preparación técnica.
- e) Nivel de educación superior.³⁰

La educación elemental

Si consideramos que todo proceso de calificación de la mano de obra no es el resultado de la simple asimilación de un solo y exclusivo nivel especializado de conocimientos, sino que es producto de la internalización de un conjunto de experiencias más amplias que se inician desde la primera aculturación o despertar social y llegan hasta las especialidades profesionales, podemos pensar que la dinámica de formación de la calificación de la fuerza de trabajo se inicia desde las fases más primarias de la educación infantil por la que atraviesan los individuos. Es decir, la creación de la capacitación de los agentes sociales no se logra con la mera exposición a un conjunto sistemático de conocimientos avanzados, sino se obtiene mediante la cristalización global de una serie de procesos de socialización graduales que permiten la posterior asimilación de los conocimientos crecientemente especializados.

Así, la capacitación de un obrero textil no se origina en el momento en que se le inculcan los principios del secado de fibras, de su anilación química, de su resistencia cerrada, etc., sino desde el instante en que éste aprende a hablar, leer, escribir, contar, obedecer, etc., para desempeñarse en la sociedad y especialmente en la fábrica. En otros términos, ¿cómo se va a capacitar técnicamente a un individuo, si éste no habla el mismo lenguaje, si no sabe leer, ni escribir, ni contar? El cubrir estas fases de la socialización elemental es asegurar las bases de la futura capacitación especializada. Es por esta razón por la que los orígenes de la reproducción de la capacitación de la mano de obra, que realizan los aparatos de difusión de masas a través de su discurso pedagógico, debe ser analizada desde las etapas más elementales en que éstos la empiezan a construir: los periodos de la infancia.

Aunque existen diversas experiencias de educación preescolar a distancia (*Hodgepodge Lodge*, *Misteroges Neighborhood*, *Out to lunch*, *Feeling Good*, etc.), los más elaborados son los proyectos que, de 1968 a 1975 realiza el Taller de televisión para niños (*Children's Television Workshop*) a través de sus teleseries infantiles *Plaza sésamo* (*Sesame Street*) y *La compañía eléctrica* (*The Electric Company*).

De entre ambos programas pedagógicos, es especialmente *Plaza sésamo* el que fue más rápidamente asimilado por las conciencias infantiles de Norteamérica y del mundo entero, pues a finales de 1977, solamente en E.U.A., más de nueve millones de niños estadounidenses (de un auditorio potencial de 12.5

millones) siguieron día a día las lecciones televisivas en sus cursos de tercer año y, algunos años después, el 80% de esta misma población infantil las asimiló como el nuevo maestro preescolar.³¹

En el capitalismo avanzado, esta nueva transformación del aparato educativo se ha convertido en un hecho tan cotidiano que, desde octubre de 1969, es natural observar cómo en el suburbio de Bethesda, en Maryland, Washington, los niños de cuatro años realizan una nueva rutina escolar. "Cada semana, poco antes de las nueve de la mañana, se ponen el abrigo y salen de su casa por la puerta principal avisando que van a la escuela (aunque todavía les falta un año para ingresar al jardín de niños). Minutos después regresan y se dirigen a la televisión y sintonizan el canal 26 en la estación local de los servicios de transmisiones públicas (Public Broadcasting Service). En ese instante, aparecen los números en caricaturas que se agigantan semejando pasarles rápidamente por enfrente como camiones de carga. Mientras tanto, un coro de niños canturrea "uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, siete, ocho, nueve...". Se inician los cursos... A las diez de la mañana, apagan el aparato y comunican a su madre que ya regresaron de la escuela".³²

A través de estas exposiciones se capacita al niño en actividades y habilidades de socialización primaria que oscilan desde las representaciones simbólicas (letras, palabras, sonidos, imágenes, objetos numéricos), la organización cognitiva (desenvolvimiento y orientación de la percepción, elementos de relación y clasificación), el razonamiento y la solución de los problemas (deducción, explicación y resolución de situaciones), hasta la ubicación del niño en su mundo (el yo, las interrelaciones sociales, el entorno creado por el hombre, el entorno natural, etcétera).³³

Ahora bien, el éxito de *Sesame Street* y de los programas restantes no proviene meramente del currículo cultural que ofrecen sus series, sino de sus muy atractivos resultados de aprovechamiento escolar. Al efectuar una sencilla evaluación se confirmó que, después de la primera temporada de difusión, los pequeños estadounidenses "menos aventajados" habían superado sus conocimientos en proporción de un 9% entre los que observaban el programa ocasionalmente; 15% los que lo veían dos o tres veces por semana; 19% quienes lo recibían cuatro o cinco veces, y 25% entre los que lo presenciaban más de cinco. Esto mismo se comprobó en otras áreas de Estados Unidos, en donde, después de registrar la asimilación que alcanzan los niños antes y después de presenciar *Plaza sésamo*, se concluye que los conocimientos infantiles se incrementan notablemente en la medida en que aumenta el contacto con la serie instructiva³⁴ (véase figura 5.1)

Después de los éxitos obtenidos en Estados Unidos, el proyecto pedagógico de *Plaza sésamo* se trasladó, en 1970, a más de 20 países; en 1971 a 37, en 1977 a 48, y en 1975 a una cobertura de más de 90 naciones. Por estas fechas, las proyecciones unilineales de los especialistas del Taller, establecen que solamente América Latina ofrece una clientela de 22 millones de niños de edad preescolar para la versión española, y de once millones para la versión portuguesa. Aunque, en estos casos, el tránsito de adaptación ideológica de la matriz original a los idiomas natales implicó la presencia de diversos desajustes culturales para su óptima asimilación, los resultados de aprendizaje también fueron altamente positivos: simplemente en el caso de México, se confirmó que la población

Mediante esta nueva práctica pedagógica, el moderno complejo de aparatos de la cultura de masas colabora a garantizar las condiciones de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo en el nivel de educación elemental. Con esto, asimismo, asienta las bases para la subsecuente formación de la competencia laboral en grados de calificación más especializados.

Así, el nuevo proyecto de trabajador que paulatinamente está creando la reciente función pedagógica de los aparatos de difusión de masas, surge y se inscribe desde los cimientos más primarios del antiguo aparato escolar. Es desde estos peldaños de la conciencia virgen que se inicia el remozamiento y la refuncionalización de las estructuras culturales de la nueva sociedad capitalista.

La formación básica

Las enormes posibilidades tecnológicas que han desarrollado los aparatos de comunicación de masas han permitido que su nueva función pedagógica no sólo sea empleada para la aculturación de los niveles preescolares, sino también ha posibilitado que sean canalizados para la instrucción de mano de obra en las etapas básicas de la reproducción de la fuerza de trabajo. Así, además de la función pedagógica que tradicionalmente ha ejercido el aparato escolar convencional para educar a la población en los primeros grados de escolarización primaria, a partir de su consolidación como aparatos ideológicos, las instituciones de comunicación colectiva también han contribuido notoriamente a impartir la educación básica sobre las grandes coberturas demográficas que demandan competencia profesional, especialmente sobre aquellos de carácter marginal.

Entre algunos de los casos que más han destacado en América Latina, a través de la capacitación radiofónica, figura el proyecto que en 1976 auspició la Dirección General Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública en México, para proporcionar el currículo académico de 4o., 5o. y 6o. de primaria en 39 escuelas rurales de "Organización Incompleta" de San Luis Potosí (escuelas en las que no se imparten los 6 grados escolares de educación primaria, sino que se estudia sólo del primero al tercero).³⁵

Dentro del amplio repertorio en el que ha sido utilizada la televisión para esta nueva función economicocultural, sobresalen los esfuerzos que en 1961 realizó la Fundación Joao Baptista de Amoral para inculcar los conocimientos formales de lenguaje, aritmética, educación sanitaria, educación cívica e historia de Brasil, en las capas populares del país, a través de un ciclo de 78 emisores de la Escuela Televisada. Para 1963, esta experiencia se amplía a 1 500 alumnos analfabetos y, para 1964, la población estudiantil aumentó a 2 700 miembros. Hacia 1968, las emisiones han penetrado el radio educativo de 15 estados y 1 250 ciudades.

Dos proyectos más que, tiempo después, continúan esta nueva tendencia histórica son los intentos que, en 1975, realizó el "Movimiento Brasileño de Alfabetización" para impulsar la instrucción primaria a 400 mil personas en Brasil, y el programa nacional que en 1973 realizó el Ministerio de Educación y Cultura y la Fundación Centro Brasileña de T.V. Educativa para proporcionar educación básica a quince millones de adolescentes y adultos que no habían cubierto el ciclo natural de estudios primarios. Dicha capacitación se impartió

dentro del formato del discurso telenovelado y contó con un financiamiento estatal de 2 millones 500 mil cruzeiros.³⁶

Entre los programas más sobresalientes para capacitar en el nivel básico en Brasil a través de los medios de comunicación, figuran los métodos PIPMO, MOBREAL, e Introducción Suplementaria, que alcanzan un éxito notorio de 1968 a 1972.³⁷ (Véase tabla 5.11.)

Otra experiencia de telecapacitación básica a gran escala descolla en Colombia, en 1960, cuando el Departamento de Televisión Educativa, con apoyo de la UNESCO, la Universidad Nacional, y ministro de educación, proporcionan instrucción primaria a más de 100 escuelas de diversas zonas del país. Mediante la coordinación de 500 teleaulas, el Departamento de Televisión Educativa del distrito especial de Bogotá y Cundinamarca, educa a 200 mil niños en los cinco grados de escolaridad primaria. En 1965, dichos servicios se amplían a los departamentos de Antioquía, Caldas y Atlántico, con una cobertura de más de 300 mil alumnos con 6 mil 200 maestros. Para 1966, el Instituto Nacional de Radio y TV se extiende al departamento de Bolivia y Santander, y la masa de telealumnos se incrementa a 400 mil con 9 mil docentes. Al finalizar 1968, 486 mil 144 estudiantes de los departamentos de Cundinamarca, Talima, Risaralda, Caldas, Antioquía, Bolívar, Atlántico, Santander, Boyacá y Quindío reciben las lecciones televisadas, coordinadas por 10 mil 346 maestros.³⁸

Entre algunos otros esfuerzos que los países latinoamericanos han realizado para reproducir el nivel básico de la calificación de la fuerza de trabajo, se cuenta el Proyecto general de Tele-educación Peruana, que en 1961 asiste a 5 mil niños impedidos de enseñanza primaria. Dicho proyecto evoluciona y se convierte, en 1962, en la Tele-escuela Popular Americana de Arequipa (TEPA), que se dedica

Tabla 5.11. Incremento de la enseñanza no formal y de los programas de adiestramiento en Brasil de 1968 a 1972 (en miles)

Año	PIPMO ^a	M O B R A L ^b		Instrucción suplementaria
		A	B	
1968	54.7			705.7
1969	72.3			719.7
1970	81.8	169.9		827.6 ^c
1971	146.1	1139.5	34	951.8 ^c
1972	143.4	2061.0	816	1 094.6 ^c

^a Fuente: Ministerio da Educação e Cultura. *Movimento Brasileiro de Alfabetização Educação Permanente de Adultos no Brasil*, c., 1973.

^b Columna A: Total de alumnos que han completado los 5 meses básicos del programa de alfabetización MOBREAL.

Columna B: Total inscrito en los 12 meses que integran el curso de educación.

Fuente: Ministerio de Educação. *Movimento Brasileiro de Alfabetização. Sistema MOBREAL*, 1973

^c Nivel Primario: Incluye el Curso de Educación Integrada MOBREAL.

^d Estimaciones

Fuente: ASSUP-MOBREAL, citado en: Arlindo Lopez Correa, *A Educação em Face da Evolução Científico-Tecnológica, Industria e Produtividade*, Año 6 (October, 1973), 8.

a impartir los conocimientos de lectura, escritura y cálculo elemental. Para 1969, el proyecto TEPA cuenta con 800 niños. En 1964 surge el Instituto Nacional de Tele-educación (INT), que promueve la institución primaria en Lima, Piura, Chicalayo, Trujillo, Tarma y Puerto Maldonado, e imparte conocimientos sobre cálculo, lenguaje, educación social, educación moral y religión, cantos escolares, industria casera y artes domésticas. En su primera etapa, enfrenta de golpe a 600 mil alumnos mediante la televisión y a 900 mil a través de la radio.

Otro caso más aparece en Uruguay, cuando de 1964 a 1967 opera la Televisión Educativa de Enseñanza Primaria, que complementa el curriculum de escolaridad primaria mediante la difusión de cursos sobre historia, matemáticas, física, ciencias naturales, lenguaje, geografía, etc. Lo mismo se confirma en Argentina, cuando de 1965 en adelante, el estado, a través del Consejo Nacional de Educación, crea la "Teleescuela primaria", dedicada a reforzar la enseñanza básica sobre la naturaleza, actividades manuales, dibujo, geografía, historia, moral y educación cívica para los niños de 6 a 12 años. Actualmente, el estado argentino atiende, solamente en la ciudad de Buenos Aires, 300 escuelas primarias, con más de 80 mil alumnos de las provincias de Salta, Corrientes y Santa Fe.³⁹ Venezuela también ha introducido la teleeducación primaria desde 1968 para impartir las asignaturas de castellano, matemáticas, geografía, civismo, literatura, matemáticas, fisiología, geografía, sociología, ciencias fisiconaturales y música.⁴⁰

Después de haber surgido Radio Sutatenza como la primera radioescuela a escala ampliada en América Latina y tener ampliaciones para la capacitación primaria, múltiples países de la región la toman como modelo para iniciar programas similares de educación a distancia. De esta forma, para 1973, 17 países latinoamericanos empleaban la radio educativa con más de 27 distintos proyectos de enseñanza.⁴¹ (Véase tabla 5.12.)

Uno de los últimos ejemplos que consolidan la teleinstrucción primaria, con base en el aprovechamiento de los avances técnicos y pedagógicos obtenidos en la etapa preescolar, son los frutos arrojados por la serie *The Electric Company* en Estados Unidos. Dirigida a un público escolar de 7 a 10 años, *The Electric Company* es utilizada dos meses después de su lanzamiento por más del 23 por ciento de las escuelas primarias de la Unión Americana, y para 1972 cuenta con un público infantil de más de cuatro millones de alumnos. Apoyada con fuertes recursos musicales, visuales, cómicos y emotivos, más elaborados que los empleados para *Plaza sésamo*, la serie desarrolla eficientes hábitos de lectura y socialización primaria en los estudiantes de grados básicos.⁴²

De esta forma, el nuevo proyecto pedagógico de los aparatos de difusión de masas contribuye a formar y reproducir la calificación de la fuerza de trabajo a nivel básico, y con ello permite, una vez más, que la cultura de masas responda a las exigencias que imponen las necesidades económicas de la preservación del capital.

La capacitación media

Ya abierta la brecha formativa en las dos etapas de educación más elementales, el empleo pedagógico de los aparatos de difusión de masas también es dirigido

Tabla 5.12. Expansión de las escuelas radiofónicas en América Latina en 1973*

País	Escuelas	Fecha de Iniciación	Audiencia	No. de Centros	No. de alumnos	Niveles educativos	Medios utilizados					Organización
							Radio	Libros	Noticias	Cuadros	Otros	
Argentina	INCUPO		AR		-	A	X	X	X	X	Libros semanales	MV/S
Bolivia	CAMCOS	1970	Aymara I	443	6 167	A	X		X	-		MV/S
	ERSAR	1967	AR	67	866	A	X	X	-			MV/s
	ACLO		Quechua I	126	1 890	A	X	X	X	-		MV/s
Brasil	FEPLAN	1965	AR	-	675	A	X	X	-	-	-	MV/s
	MEB	1961	AR	-	8 912 4 776	Equiv. Sec. 1o,2o ciclo	X	X	-	X	-	P(?)
Chile	Sta. Clara	1967	AR	-	-	1er. ciclo	X	X	-	X	Método Freire	-
Colombia	ACPO	1947	AR	22 212	167 451	A/1o,2o	X	X	X	X	Otros Mét. de Lect.	MV/SP
Costa Rica	ICECU	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-
República Dominicana	Sta. María	1964	AR		10 000	A equiv. Sec.	X	X	X	-	-	MP/S
Ecuador	ERPE		AR			A/1o.	X	X	X		Periódico mural	MV/S
	SEMA	1964	AR	65	1 000	A/Prim.	X	-	-	-	-	MV(?)
	SUCUA	1972(?)	Shuhar A	60	2 035	A/1o.	X	-	-	-	-	MV(?)
El Salvador	Escuelas Radiales		AR		-	A/1o,2o	X	-	-	-	-	

Honduras	Escuelas Radiales Rad. Progreso	1962 1969	AR AR	1			A A	X X	X X	- -	Método Freire Método Freire	MV/S
Guatemala'	Esc. Radiales		indio nat. Ladino				A	X	X	-		
México	Tarahumara	1957	Tara prim. niños	46	1 081		Primaria hasta 4o. grado	X	X	-	X	PP
	Huayacocotla	1964	AR indig.	80	2 000		A	X	X	-		MV/S
Nicaragua'	Rad. Católica	1966	AR	67	2 000		A	X	X	-		
Panamá	CEPAS Rad. Hogar	1969	AR AR	50 -	470 -		A A	X X	X X	- -	Método Freire -	- -
Paraguay'		-	-	-	-		-	X	-	-		-
Perú	Rad. Onda- Azul Rad. 800- Hullaya	-	-	-	-		-	X	-	-		- - -
Venezuela	IVT	Planeado para 1973	AR	-	-		A	X	X	-	Películas	MV/S

Clave: AR=Adulto rural; A=Alfabetización; M=Monitor; V=Voluntario; S=0 Supervisor; P=Pagado; PP=Profesor pagado.

Notas: (') White (1972), en su resumen, no da información sobre el número de centros y estudiantes. (') Guatemala tiene seis estaciones distintas con sus respectivos grupos de estudiantes; no existen cifras disponibles (Gómez, 1971). (') Información tomada de Musto (1971, 153)

Fuente: OSAL (1972)

do a la construcción de la capacitación de la fuerza de trabajo en los niveles de instrucción media.

Algunos de los casos más sobresalientes los encontramos de 1961 a 1965, en Chile, cuando el canal 9 de la Universidad Nacional inicia sus cursos en circuito abierto para algunos liceos de Santiago. Mediante éstos, se ofrece instrucción media sobre francés, alemán, español, historia del arte, música, biología, química, física, matemáticas y economía política.

A partir de 1965, la Dirección General de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública en México, inicia la enseñanza secundaria a través de la televisión. El éxito es tal que, para 1967, la telesecundaria mexicana imparte todas las materias del primer año por televisión, y para 1969 el ciclo completo de secundaria queda totalmente integrado e instrumentado por este medio. Se instruye sobre educación cívica, matemáticas, tecnología, español, educación física, biología, geografía, historia, química, inglés, etc. Para 1970, el Sistema Nacional de Telesecundaria cuenta con 50 mil alumnos, de los cuales 35 mil son directamente controlados por medio de listas de asistencia en cada teleaula, y el resto son estudiantes libres.

Meses después, la telesecundaria mexicana rebasa las fronteras urbanas y se dirige a las zonas rurales y a las áreas en proceso de industrialización, con el objeto de elevar la productividad del país. En un breve lapso, este nuevo proyecto formativo cuenta con una red nacional de 23 estaciones que abarcan 700 mil telehogares en el Distrito Federal, Colima, Estado de México, Morelos, Jalisco, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Aguascalientes, Querétaro, Guanajuato y Michoacán. En el futuro se espera ampliar la red nacional hasta cubrir 20 millones de habitantes.

Otro importante programa de reproducción de la fuerza de trabajo con especialidad media, aparece en Francia en 1962, a través de la Oficina de Cooperación Radiofónica (OCORA). Mediante esta institución se forman cuadros medios y cuadros de responsabilidad profesional, que son altamente demandados y absorbidos por las medianas y pequeñas industrias galas. Para 1963, esta organización ha ampliado su radio de acción, y cuenta ya con 23 centros en la metrópoli y 37 en el interior del país, con un total de 750 alumnos. Para 1970, los centros sobrepasan la cifra de 100 y esta modalidad instructiva es considerada por el gobierno francés como fundamental para educar. Más adelante, estos avances en el nivel de secundaria, preparatoria y liceo se refuerzan con la práctica de la televisión escolar que intenta atender a 70 mil alumnos marginados del bachillerato básico. Por mediación de este proyecto, el Ministerio de Educación atiende, en el ciclo escolar de 1965 a 1966, a 36 mil 900 alumnos, de los cuales el 63% aprueba excelentemente sus cursos correspondientes.

Un ejemplo más que ilustra este tipo de capacitación laboral aparece en la República Federal Alemana, con la fundación de los "TelleKolleges". Por medio de éstos, el gobierno alemán auxilia a las escuelas profesionales complementarias con conocimientos sobre contabilidad comercial, gestión de empresas, dietética, explotación agrícola, historia, educación cívica, sociología, álgebra, geometría, física, química, biología y geografía. Otra experiencia de capacitación media a distancia surge en Brasil, en 1968, cuando se inaugura la televisión de la Universidad del Pacífico, dedicada a la trasmisión de programas de educación para nivel medio suplementario y de carácter general. Esto mismo se observa en

Argentina, en 1969, cuando el canal 9 de televisión nacional inaugura la telesecundaria colectiva. A través de ésta se ofrecen cursos de matemáticas modernas, francés, castellano y otros más, que rápidamente incita al empleo masivo de nuevas tecnologías educativas en el campo de la instrucción media.⁴³

Por medio de esta práctica, el nuevo proyecto pedagógico del estado capitalista moderno redondea la formación de la competencia económica de las fuerzas productivas en el nivel medio. Con ello asienta un avance sustancial en la masificación de los sistemas educativos, pues rebasa más de la mitad del espectro de escolarización que imparte el sistema tradicional.

Además de cubrir el currículo académico convencional de la formación preescolar, elemental y media, la reciente tarea pedagógica de los medios de comunicación también prepara la especialización técnica. Por ello, en 1963, la televisión instructiva de Buenos Aires, Argentina, a través del Consejo Nacional de Educación Técnica, inicia la teleaula técnica para grupos marginados de educación básica. Mediante ésta, durante varios años brinda capacitación técnica acelerada a hombres y mujeres acerca de cálculo elemental, instalación de conexiones eléctricas, equipos de fuerza motriz, diseño y confección de vestidos, etc. Con el tiempo, la telesecundaria técnica se ha especializado más, y llega a cubrir tres niveles: los cursos de capacitación que distribuyen los conocimientos requeridos para el desempeño de un oficio; las clases de apoyo, que cumplen una función auxiliar en las escuelas técnicas, y los programas de interés general no especializado de la población. Al finalizar los ciclos, los estudiantes reciben un certificado oficial que los acredita como auxiliares en las especialidades respectivas.

Este mismo proceso cultural se innova en Uruguay en 1968, a través de la Universidad del Trabajo. Se imparten conocimientos sobre autoconstrucción de viviendas, reparaciones generales, mecánica elemental, servicios de electrónica, albañilería, carpintería, fontanería, etc. Con los años, esta modalidad educativa se extiende a otros países y, en 1975, surge en Bolivia y Paraguay con la fundación de las teleescuelas técnicas. En este año, la instrucción especializada abarca la ciudad de La Paz, en el primero, y Asunción, en el segundo. Se transmiten cursos sobre comunicación por transistores, química textil, mantenimiento de la vivienda, mecánica automotriz, reparaciones eléctricas, etc. Toda esta educación se refuerza con apuntes impresos que se distribuyen gratuitamente y, al concluir los cursos, se entregan diplomas con reconocimiento oficial sobre auxiliares en electrónica.⁴⁴

La formación técnica a distancia también se implanta en México en 1980, cuando el gobierno mexicano, por medio de su red de Televisión para la República Mexicana (TRM), inicia la capacitación industrial de 500 mil trabajadores y obreros especializados, para adecuarlos a los requerimientos de la acelerada expansión industrial del país.⁴⁵

Esta línea se refuerza en 1981 con el quehacer de la empresa radiofónica TELEREY, que ofrece educación especializada a profesionales de más de 200 empresas del país. Para estas fechas, la empresa ya ha compartido más de 11 mil servicios formativos para instituciones privadas y oficiales, que le han permitido acumular una enorme experiencia pedagógica en el campo teleeducativo. Una de estas facetas se refleja al aplicar el nuevo sistema de animación por computadora, que permite ilustrar sitios donde la cámara convencional no puede llegar.⁴⁶

Finalmente, con el objeto de incrementar la producción agrícola, desde 1959 se inicia la instrucción técnica a través de las teleaulas a campesinos en Francia, Italia, Japón y Birmingham (Reino Unido). En América Latina, resalta el caso de México, que a partir de mediados de 1980, a través del Sistema Alimentario Mexicano (SAM) y con el apoyo de 296 radiodifusoras, 195 mil historias y 20 millones de ejemplares de libros, imparte 17 mil cursos técnicos y auxiliares para capacitar a 13 mil especialistas agropecuarios y 517 mil campesinos productores, en los 127 distritos de riego del país. Mediante éstos, se informa a las comunidades rurales sobre las técnicas agropecuarias más adecuadas para la superación y conservación de los cultivos, el aprovechamiento óptimo de los recursos naturales, el mejoramiento de semillas, la sanidad vegetal, la fertilización, la conservación del suelo, el cultivo de frutas, los huertos familiares, la industrialización casera y la salud del ganado, aves, cerdos, ovinos, caprinos y otros. Con ello, el estado organiza una nueva forma de rentabilidad agraria, que incrementa notablemente la producción nacional de las cosechas de maíz y frijol para hacerle frente a la avanzada escasez de alimentos que mina las bases de estabilidad social del país. Los logros se extienden a tal grado que, para 1982, se amplió la cobertura de TRM a 48 millones de habitantes, que abarcan los estados de Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Sinaloa, Baja California y Sonora.⁴⁷

Con esta moderna tarea pedagógica de los aparatos de difusión de masas, el estado capitalista puede incorporar productivamente no sólo a las masas urbanas relegadas de la preparación profesional y técnica convencional, sino que incluso está en condiciones de penetrar en zonas más remotas que el antiguo aparato escolar no ha abordado. Mediante ello, además de ampliar la capacitación real del ejército industrial de reserva, consolida en la cobertura más amplia su proyecto de integración y dirección cultural de la sociedad.

La educación superior

El desarrollo de esta moderna tarea pedagógica de los aparatos de difusión de masas ha cubierto, así, todas las fases de la educación formal tradicional. El último peldaño que permanece pendiente, y que a partir de la década de los años sesenta se empieza a abordar, es la formación superior. Iniciada a finales de 1963 en Inglaterra, bajo el rubro de Universidad de las Ondas y posteriormente con el nombre de Universidad Abierta, esta nueva modalidad de instrucción superior ofrece conocimientos altamente especializados a la población que no tiene posibilidades de acudir al sistema avanzado de escolarización convencional. De esta forma, la Universidad Abierta permite que los estudiantes relegados cursen simultáneamente su formación profesional desde diversas zonas del país y, al concluir la misma, reciban diplomas académicos reconocidos por el estado.

La implantación de esta nueva vía pedagógica es tan rápidamente asimilada por la población joven que, para 1977, en Inglaterra, 25 mil alumnos fueron atendidos por este servicio educativo, mientras que en este mismo año, el total de las universidades inglesas sólo recibieron a 60 mil estudiantes. Esta tendencia se extendió rápidamente a todas las profesiones, y llegó a su culminación algunos años después, cuando la Universidad de Glasgow, en colaboración con el "Scottish Television LTD" inauguró la teleinstrucción de la profesión más pro-

longada: la medicina. Iniciada a través de la televisión, se difunde el "Post Graduate Medicine", que es recibido por el 67% de los médicos ingleses. Mediante éste, se conservan un avance y una actualización permanente en el campo de las ciencias médicas, lo cual permite al estado británico multiplicar en un porcentaje considerable la planta nacional de médicos.⁴⁸

El desarrollo de la televisión instructiva en circuito cerrado en Estados Unidos, también se aplica al caso de la formación de médicos estadounidenses. En 1939, se inicia su uso educativo en el Hospital Israel Zion de Brooklyn en Nueva York, para que grupos de 75 médicos y practicantes aprendieran las técnicas de la cirugía forense. Así, la pantalla de televisión sustituye la sala del anfiteatro como marco pedagógico. Para 1947, el Creighton Memorial St. Joseph's Hospital de Omaha, en Nebraska y la Universidad de Pennsylvania, utilizan dicho medio audiovisual para difundir constantemente el adiestramiento en técnicas quirúrgicas para pasantes en medicina. En 1979, el Centro Médico de la Universidad de Kansas instala su circuito cerrado para el empleo diario de la televisión en la educación médica; y para 1950, la Universidad de Pennsylvania adquiere su propio equipo audiovisual para ampliar la instrucción de los galenos. Para 1956, las escuelas de odontología, de la Universidad de Texas y de Pennsylvania, iniciaron sus matrículas escolares por televisión; y en 1962, 42 escuelas de medicina y 37 de odontología incorporan en sus programas de educación superior al nuevo docente electrónico: la televisión en circuito cerrado.

Algunos años después, la CBS, la NBC y la Universidad de Nueva York, inauguran sus programas universitarios dedicados a jóvenes de bajos recursos aspirantes a calificación profesional. En 1963, dichos cursos cubren una audiencia estimada de 300 mil alumnos, que poco a poco se multiplicó hasta contar con una red de más de 300 universidades norteamericanas distribuidas en toda la Unión. Con apoyo de la Universidad de San Diego y el gobierno norteamericano, estos programas alcanzan una nueva fase de modernización instructiva, que en breve tiempo fue retomada por la BBC y Time Life para distribuir masivamente, por prensa y televisión, conocimientos especializados de nivel superior. Aparece así una nueva red educativa que vincula más de 300 estaciones de televisión y más de 500 periódicos en E.U.A., Canadá, Puerto Rico, Guam, Europa Occidental y el Lejano Oriente, al tiempo que más de 300 universidades coordinaron y acreditaron los cursos, como si hubieran sido realizados en el aula. El auditorio está compuesto por tres tipos de pupilos: los lectores y televidentes que sólo desean aumentar sus conocimientos, los estudiantes que pretenden revalidar determinada materia y aquellos que necesitan proseguir con una formación más elaborada para aumentar su calificación laboral. El proyecto ya cuenta con sus imitadores en Alemania Occidental, donde se ha creado el "Zeitung Kolleg" (periódico-colegio), que funciona con carácter nacional.

El programa de la Universidad Abierta entra en una nueva dimensión histórica cuando los gerentes transnacionales proponen que la Universidad televisiva rebese las fronteras nacionales y se cree la "Universidad Mundial", a través de la televisión. Dicha organización debe ser un verdadero centro docente desnacionalizado cuyo principal objetivo sería la investigación, la enseñanza y el aprendizaje acerca de la manera de aprovechar los recursos mundiales de índole industrial, comercial, agrícola, social y cultural. La "Universidad Mundial" debe ser supranacional, técnica y práctica. Ofrecerá adiestramiento en materias aca-

démicas, así como otras tan importantes como las actividades policiacas. Las profesiones que desarrollará son: salud, regulación de la población, educación, criminología, protección ambiental, zoología, economía del medio ambiente, evacuación de desechos, comercio e industria, agricultura, minería, gobierno local y estatal, y adiestramiento.

Los planes de estudio se enfocarían de lleno a las necesidades del “mundo real”, es decir, a los requerimientos del centro comercial mundial en formación. Las críticas contra los valores y los supuestos subyacentes de la sociedad, serían silenciados. Las dudas, la búsqueda de otras concepciones y otras actividades intelectuales “ineficaces”, serían desalentadas. En resumen, la reforma mundial de la educación soñada por los “gerentes de la tierra” tiene por objeto integrar y racionalizar la producción mundial de conocimientos comercialmente útiles.

Esta tendencia teleuniversitaria en Norteamérica recibe un fuerte impulso en 1981, cuando el multimillonario Walter Annenberg, editor de TV Guía y ex embajador estadounidense en Londres, dona 150 millones de dólares a la red radiotelevisiva no comercial para crear la “Universidad Televisiva”. Impulsada así, la Corporation for Public Broadcasting (CPB) inaugura un nuevo nivel masivo de calificación del trabajo en escala superior, que posibilita que numerosos grupos marginados sean incorporados como cuadros técnicos a la estructura de producción nacional.⁴⁹

La acumulación de riqueza telepedagógica en el nivel superior lograda por el capitalismo avanzado, propicia que este modelo universitario también “prenda” en la periferia. Así, respaldada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Fundación Cultural Televisa inicia, a partir de 1976, la creación de su nueva tendencia pedagógica denominada “Universidad del Aire”. Aprovechando los recursos técnicos y culturales madurados en otras coordenadas geográficas, Televisa inaugura este moderno planteamiento educativo, que se desarrolla en tres fases: la primera, difunde la *Introducción a la Universidad*; la segunda presenta la *Extensión Universitaria*, y la tercera culmina con la trasmisión de la *Universidad Abierta*. A través de este modelo, el consorcio cultural más grande de Latinoamérica ofrece la oportunidad de “democratizar” la educación superior, pues permite que un enorme volumen de personas rechazadas por el sistema de instrucción superior alcancen acceso a ésta por medio de la televisión.

Para apoyar esta nueva modalidad de educación profesional, la empresa crea un Centro de Información y Datos Educativos que cuenta con filmoteca, videoteca, discoteca, museo y modernos sistemas de computación electrónica e informática, que permiten “investigar, estructurar y proyectar programas educativos destinados al mejoramiento de los grandes problemas nacionales”. De esta forma, se amplía la novedosa matriz pedagógica de masas que, de producir simples programas instructivos aislados, pasa a crear todo un nuevo proyecto de cultura formal. Su desarrollo es tan acelerado que, a un año de creada la experiencia, la UNAM difunde por televisión un currículo de 4 mil 79 cursos profesionales y 15 mesas redondas, en las cuales participan 1 mil 75 docentes universitarios. Para 1976, el Ministerio de Educación de Honduras autoriza la difusión de la “Universidad del Aire” en su territorio nacional y, para 1980, su acervo teleeducativo, único en su especie, cuenta con más de 8 mil 700 programas de media hora y 3 paquetes de una hora.

Entre algunas de las múltiples especialidades en que se capacita a los cua-

dros superiores figuran la introducción a la planctología, tectónica de placas, fronteras de la física nuclear, mecanismo de acción de las hormonas, resonancia magnética nuclear, matemáticas, diseño urbano, estructuras arquitectónicas, anatomía, bioquímica, biología, neurología, fisiología, cosmografía, derecho penal, derecho constitucional, técnicas de riego, ingeniería agrícola, procesos administrativos, economía y empresas, sociología, ciencia política, mineralogía, etcétera.⁵⁰

En 1962, destaca la aplicación de la televisión universitaria en la zona de la Gran Manila de Filipinas, coordinada por la Universidad de Mary Knoll y el Ateneo de Manila y apoyados por la Fundación Ford; se inician los cursos profesionales sobre química moderna y otras disciplinas en 17 universidades, que rápidamente se extiende a todo el territorio nacional. Con ello, la educación superior en Manila entra en una nueva fase de reproducción cultural ampliada.

Con este nuevo discurso pedagógico, que trasmite el aparato de la cultura de masas en todos los niveles de especialización laboral, el estado capitalista inicia un nuevo modelo educativo que abre nuevas dimensiones, cualitativas y cuantitativas, al proceso de reproducción de la fuerza de trabajo.

CONSIDERACIONES FINALES

El principio de desarrollo desigual que ha sostenido a la sociedad capitalista durante el siglo xx, ha generado crecientes contradicciones económicas, políticas y culturales, que han minado la experimentada capacidad de integración y dirección social del estado contemporáneo. Golpeados en sus estructuras reguladoras por la inequitativa distribución de la renta nacional y por la restringida participación política de las masas en los programas de conducción social, los aparatos del estado reaccionan creando nuevos proyectos moderados de participación alternativa o de endurecimiento de los mismos, para rescatar la función rectora y mediadora que los conserva como dominantes.

Frente a esta crisis de dirección y legitimación social, que se intensifica a mediados del siglo xx, los aparatos del estado capitalista responden de diversas maneras según la naturaleza que los caracteriza y la crisis que los enmarca. Dentro del conjunto de reacciones que arrojan los aparatos culturales destaca, especialmente, la respuesta que construye el aparato educativo convencional para superar la ruptura institucional que lo induce a convertirse en institución anacrónica e ineficiente. Acordonado por el desmesurado incremento de la población que demanda especialización productiva, la vertiginosa exigencia del sistema económico que solicita elevar masivamente los niveles de calificación laboral, y por la necesidad de distribuir el acceso a la riqueza nacional, vía la escolarización demográfica, el aparato educativo tradicional prepara diversos proyectos reformistas, dentro de los cuales el más sobresaliente es su prolongación o transustanciación institucional, a través del aparato global de la cultura de masas y, muy en particular, a través de la televisión

Esto significa que la nueva inercia histórica que a partir de 1940-1950 se observa en el interior del aparato escolar dominante, revela que la escuela convencional, sin abandonar su tradicional labor grupal de formación material e ideológica de la energía laboral, cada vez más se inclina a efectuar la reproduc-

ción de la calificación de la fuerza de trabajo a través del empleo de las propiedades superestructurales que le ofrece el desarrollo y la organización de la actual tecnología comunicativa de masas.

De esta forma, mediante la mera tarea instructiva de los medios de comunicación el estado capacita a grandes masas trabajadoras, habitualmente relegadas de los beneficios de la educación formal. Eleva así los niveles culturales básicos de la población, que exige su nueva fase de integración nacional, y facilita con ello una mejor adecuación de los conjuntos marginados a las pautas normativas del sistema establecido. Esto mismo posibilita el acceso a un cierto "bienestar social", pues produce una preparación laboral superior, que regularmente es mejor retribuida. En suma, esta reciente práctica educativa de los medios de comunicación coadyuva sustancialmente a incorporar, ideológica y materialmente, a los sectores desfavorecidos al nuevo proyecto de desarrollo que fija el estado-nación; y a su vez esto les permite gozar de algunos de los beneficios sociales que aporta esta etapa del desarrollo moderno del sistema capitalista.

No obstante, la presencia de esta nueva operación pedagógica de la cultura de masas no se explica por las inclinaciones democráticas del gobierno, los intereses humanitarios de la iglesia o por las ideologías filantrópicas del capital privado que intentan atender las necesidades apremiantes de la población, sino por las aceleradas y profundas modificaciones que sufre la base material del modo de producción capitalista, en su fase de creciente industrialización. Debemos recordar que, así como la enseñanza de la escritura, de la lectura y de la contabilidad surgen en forma masiva por las exigencias económicas y políticas que imponen la Primera y Segunda Revoluciones Industriales en los siglos XVIII y XIX, las actuales tendencias o movimientos de educación y capacitación a distancia, por intermedio de los aparatos de comunicación, también surgen motivados por las múltiples necesidades económicas y políticas de las distintas fases por las que atraviesa la reproducción del capital moderno.

En esta forma, proveniente de las mutaciones que se gestan en las entrañas de la sociedad capitalista, y que se reflejan a través de las reformulaciones y ampliaciones del aparato educativo por mediación de los aparatos de información colectiva, el estado inicia una nueva etapa de transformación histórica en el campo educativo y en el terreno de la materialización productiva de la fuerza de trabajo. Esta transformación del poder instructivo se distingue por encerrar una triple modificación.

En primer término, se caracteriza por elaborar y modernizar una nueva ideología formativa, que es funcional para con los rápidos cambios que experimentan las contradicciones económicas y políticas de la sociedad. En segundo término, se diferencia por romper con las viejas formas de atención grupal y personal del sistema pedagógico convencional, para adquirir una nueva modalidad de educación masiva y antipersonal, donde lo que predomina es la eficiente capacitación productiva para producir y acumular más. Finalmente, en tercer término, se distingue por aumentar su capacidad de poder y uniformación educativa, desde el momento en que, a través de la electrónica, los medios audiovisuales, la cibernética, los bancos de datos, la telemática, etc., concentran los conocimientos que capacitan a la fuerza de trabajo, en el mayor grado histórico de que se tenga registro en toda la historia universal.

El análisis histórico de las formaciones discursivas que transmiten los aparatos

tos de difusión de masas, demuestra que, además de la función educativa en sentido amplio que éstos ejercen, también desarrollan una nueva tarea formativa en sentido estricto, destinada a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo. Mediante ésta, se inicia una nueva dimensión educativa del poder pedagógico que cristaliza con el nuevo programa de educación masiva del estado coetáneo.

Experimentado primero en las zonas marginales del ejército industrial de reserva, y después, proyectado y afinado sobre los conjuntos de la fuerza de trabajo económicamente activa, el estado capitalista construye un nuevo proyecto pedagógico que responde a sus necesidades de afirmación y reproducción ampliada. Así, el estado pasa de ser una mera entidad instructiva de grupos y gremios, para convertirse en un estado pedagógico de masas y colectividad. Evoluciona de ser un órgano de poder educativo lento y fraccionado, para transformarse en una instancia con gran capacidad de movilización formativa, simultánea y colectiva.

Sin embargo, no obstante la asimilación de estos primeros rasgos que caracterizan la reciente función pedagógica de los aparatos de difusión de masas desde una perspectiva crítica premanecen pendientes multitud de interrogantes que deben ser esclarecidas para comprender la totalidad del problema. No se sabe, por ejemplo, qué impacto real provoca esta moderna práctica sobre las estructuras laborales que componen a las fuerzas productivas, o cómo altera los costos de reproducción material de la fuerza de trabajo; si contribuye a crear mejores condiciones de vida para el sector trabajador o acelera su depauperización; qué tipo de resistencias presta el aparato educativo tradicional para la abierta asimilación de dichas tecnologías, si estrictamente corresponde a una nueva función pedagógica de los aparatos de difusión de masas, o es una simple prolongación calcada del sistema educativo convencional; cuáles son las características que distinguen la matriz cultural de este nuevo discurso pedagógico; cuáles son las especificidades históricas de este moderno proyecto educativo del estado capitalista; qué tanto, mediante esta práctica instructiva, el estado pierde posiciones ya conquistadas en materia educativa, y las delega al capital privado, incluso para generar diversos modelos transnacionales de educación masiva.

De cualquier forma, lo que permanece claro es que el estado contemporáneo tiende a entrar en una nueva etapa de reestructuración educativa, que modifica las vías ordinarias de reproducción de la fuerza de trabajo, y de algunas de las relaciones sociales que los acompañan. De aquí la urgente necesidad de reforzar la investigación de este creciente acontecimiento cultural. Comprenderlo significa crear las bases de transformación del futuro proyecto pedagógico de las fases avanzadas de la sociedad capitalista.

Desarrollo paralelo entre la evolución de los aparatos de difusión de masas y la evolución de las fuerzas productivas del modo de producción capitalista (1450 - 1950).

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Hechos históricos sobresalientes	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
1450	<ul style="list-style-type: none"> • Constantinopla capturada por los Otomanos. • Díaz llega a Cabo Buena Esperanza. • Primer viaje de Cristóbal Colón. • Vasco de Gamma llega a la India. • Aparece el capital usurero • Primer viaje de en sus primeras manifestaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se introduce el alto horno (Europa Occidental). • Díaz llega a Cabo Buena Esperanza. • Primer viaje de Cristóbal Colón. • Vasco de Gamma llega a la India. • Aparece el capital usurero • Primer viaje de en sus primeras manifestaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desecación de las tierras inundadas en los Países Bajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prensa Manual de Lagar (Magucia, Alemania). • Prensa de Gutenberg. (Alemania). • Primera Biblia de Gutenberg. • La prensa se emplea para la alfabetización masiva del proletariado.
1450	<ul style="list-style-type: none"> • España conquista a los 	<ul style="list-style-type: none"> • España 	<ul style="list-style-type: none"> • Esclusas con compuertas 	<ul style="list-style-type: none"> • La prensa se emplea como
1500	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento de la manufactura 	<ul style="list-style-type: none"> • España conquista a los 	<ul style="list-style-type: none"> • Esclusas con compuertas 	<ul style="list-style-type: none"> • La prensa se emplea como

y el capital
 manufacturero.
 • El capital se
 empieza a
 introducir en
 la agricultura.

Aztecas de
 México y a los
 Incas de Perú.
 1522
 • Primera
 circunnave-
 gación del
 mundo por
 Magallanes.

de busco.
 • Se introduce la
 hojalata.
 • Yatroquímica
 (Paracelso).
 • Uso de raíles
 en las minas.

instrumento de
 capacitación
 cultural de
 la fuerza
 de trabajo
 proletario.
 1521-1789

• La prensa
 queda su-
 bordinada a la
 censura que
 imponen el
 estado y la
 iglesia.

1550-1700

• Se inicia la
 formación del
 mercado
 mundial

1550

• Frobister busca
 el paso del
 Norte.
 • Anexión de
 Portugal a
 España.

1550

• Uso corriente
 del carbón.
 • Sierra movida
 por un molino
 de viento.
 • Aparece el
 filibote.
 • Telar de Lee
 para géneros
 de punto.

1550

• Terminación
 del Canal de
 Bruselas.

1550-1600

• La prensa se
 expande a las
 principales
 metrópolis.
 • Sistema de
 correos a base
 de "postas".

1600

• Primera
 revolución
 industrial de la

1600

• Fundación de
 las compañías
 inglesas y

1600

• Telar para
 cintería.
 • Producción de

1600

• Canal Brujas
 Duncerque.
 • Terminación

1621

• Publicación de
 los primeros
 periódicos

1640

• Proyector
 luminoso de
 Athanasius

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
Hechos históricos sobresalientes	Desarrollo de la prensa	Desarrollo del cine radio
Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de la prensa	Desarrollo de la televisión
Formación Capitalista que utiliza el carbón y el vapor como fuerza motriz del proceso productivo. (1600 a 1870)	llamados "Cronatos" (Inglaterra). 1641 • El parlamento inglés impone a Carlos I la primera reglamentación de la libertad de prensa: la cámara estrellada. 1631 • 1789 Aparecen más de 350 periódicos en Francia.	Kirscher.
1650	1650	1662
• Surgen las	• Poder personal	• Apertura del
1650	1650	1662
• Primer alto	• Poder personal	• Apertura del
1650	1650	1662
• Surgen las	• Poder personal	• Apertura del

primeras instituciones de crédito.	de Luis XIV. • Fundación de la Royal Society. • Renovación del Edicto de Nantes; huida de los Hugonotes • Estalla la Rev. Inglesa.	homo para hierro que utiliza madera combustible. • Máquina de sumar de Blaise Pascal. • Bomba neumática de Von Guericke. • Máquina de "Fuego de Savery". • Máquina de vapor de Papin.	Canal de Languedoc. • Canal de OderSpres • Construcción del Pont-Royal.	sobre la prensa alcanza su apogeo con la expedición de la "Licensing Act".
------------------------------------	---	---	---	--

1700

• Surgen la gran industria y el capital industrial, y el modo de producción capitalista se consolida en la historia universal.

1700

• Guerra de sucesión española.
• Tratado de Utrecht.
• Guerra de sucesión Austriaca.
• Reinado de Federico el Grande.

1700

• Uso de cilindros de hierro colado por Polhem.
• Invento de la sembradora de Tull.
• Uso de coque en la fundición de hierro por Darby.
• Máquina de New Comen.
• Torcedora de seda de Lombe.
• Nuevo proceso de fabricación de hierro por Réamumur.

1700

• Se modernizan los sistemas postales.

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Hechos históricos sobresalientes	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
		<ul style="list-style-type: none">• Fundidora de cinc en Swansea.• Lanzadera volante de Kay.• Cardadora de lana.• Producción de ácido sulfúrico a partir de las cámaras de plomo: método de Roebuck.		Desarrollo de la prensa
				Desarrollo del cine
				Desarrollo de la radio
				Desarrollo de la televisión

- Rusia.
- Fundación de Eddystone.
- José II emperador de Habsburgo.
 - Método de Coalbrookdale.
 - Carruaje a vapor de Cugnot.
- Guerra de Independencia Norteamericana.
- Guerra de Gran Bretaña con Francia.
- Luis XVI Rey de Francia.
- Se firma la Paz de Versalles.
- Tratado Comercial Anglofrancés.
- Comienza colonización de Australia.
- Estallan las Guerras Napoleónicas.
- Intervención de Holanda en la guerra Marítima.
- Declaración Francesa de los derechos del hombre.
- Reinado del Terror.
- Hiladora de Arkwright.
- Torno de roscas de Ramsden.
- Torno de Wilkeson.
- Torpedo submarino de David Bushnell.
- Aplicación de máquina de vapor a industria carbonífera.
- Máquina trilladora de Meikle.
- Telar mecánico de Cartwright.
- Introducción en la industria de algodón de la máquina de vapor.
- Proceso de Leblanc para la fabricación de sosa.
- Puente de hierro en Coalbrookdale.
- Buque de vapor de CFD. de Jouffray.
- Se inaugura el vapor Pyroscaphe en el río Saona.
- Canal de Elder de Cristian VII de Dinamarca.
- Semáforo de Chape.
- Se introduce a la Constitución norteamericana la enmienda sobre la libertad de información.
- 1776
- Se afirma la "Libertad de prensa" en Estados Unidos
- 1791

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Hechos históricos sobresalientes	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
	<ul style="list-style-type: none"> • Francia conquista Bélgica. • Colonización británica del Canadá Superior. • Washington presidente de Estados Unidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se patenta el gas de hulla por Tebon. • Desmontadora de algodón de Whitney. • Se patenta la máquina de carpintería. 	Desarrollo de la prensa	Desarrollo del cine radio televisión
<ul style="list-style-type: none"> • Triunfo del imperialismo y surgimiento de los primeros monopolios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se firma la paz de Amiens. • Bloqueo comercial de Gran Bretaña. • Napoleón Bonaparte en el poder. • Bloqueo comercial de Europa. • Abolición de la servidumbre 	<ul style="list-style-type: none"> • Máquina de vapor de alta presión de Trevithick. • Máquina de mesa de Maudslay. • Máquina de hacer encajes de Heathcoat. • Pila voltaica en Europa. • Fábrica de 	<ul style="list-style-type: none"> • Carruaje de vapor de Trevithick. • Remolcador de vapor de Charlotte Dundas. • Construcción de los muelles de las Indias Occidentales. • Comienzo del Canal de 	<ul style="list-style-type: none"> • Prensa de hierro para imprimir de Stanhope. • Todas las constituciones del siglo XIX, (Brasil 1824; Bélgica, 1831; España, 1845; Cerdeña y Suiza 1848, y Australia

- en Prusia.
- Francia invade Portugal.
- Guerra de Independencia española.
- Canadá pasa a ser posesión inglesa.
- azúcar de remolacha de Achard.
- Conservas de carne de Appert.
- Máquina de vapor de alta presión de Evans.
- Comienza la iluminación con gas en las hilanderías de algodón.
- Calcedonia de Telford.
- Locomotora de Trevithick.
- Apertura del ferrocarril de Surrey.
- Apertura del Canal de San Quintín.
- Puente de cadenas patentado de Furley, Pensilvania.
- Barco de Vapor Clermont en el río Hudson.
- Barco de vapor Orleans en el río Ohio.

1810	1820	1810	1810
• Guerra de Gran Bretaña contra Estados Unidos.	• Lámpara de Davy.	• Faro de Bell Rock.	• Prensa de cilindro de vapor para la impresión de "The Times"
• Batalla de Waterloo. Ley del Grano.	• Se patenta en Francia la máquina de vapor de expansión doble de Eduardo.	• Túnel del Canal de Standedge.	
• Bombardeo de Argel.	• Torno de copiar de Blanchard para	• Buque de Vapor Canet.	1814
• Establecimiento del Patrón Oro.			
• Primera caída de Napoleón.			• Karin construye la primera prensa mecánica en

Nápoles.	carretera con suspensión de alambres de Seguin.	conjunto un tiraje de 44 000 ejemplares.
• Independencia de Grecia.	• Invencción de la hiladora continua de Danforth y de la hiladora continua de anillos de Therp.	
	• Primeras cerillas de fricción.	
	• Patente del puente de vigas de celosía de Ithiel Town.	
	• Terminación del Canal de Eric.	
1830	1830	1830
• Epidemia de cólera en Londres.	• Faraday demuestra la inducción electromagnética.	• 1870 Se desarrollan las grandes agencias de información.
• Epidemia de cólera en Rusia.	• Monarquía de Orleans en Francia.	1830
• Monarquía de Orleans en Francia.	• Medio de Seguridad de Bickford.	• Se inventa el Kiloscopio o Fantascopio de Joseph Plateau.
• Independencia de Bélgica.	• Método de contacto de Phillips para el ácido sulfúrico.	
• Emancipación de los Esclavos en el Imperio	• Rastrilladora de	1832
	de caballos en	• Surge el

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas	
Hechos históricos sobresalientes			Desarrollo de la prensa	Desarrollo del cine radio televisión
Británico. • Primera ley fabril efectiva en Gran Bretaña. • Apertura del comercio con China. • Sube al trono la reina Victoria. • Comienza el movimiento cartista. • Publicación del Manifiesto comunista.	lina de De Girard. • Procedimiento de Pattenson para la plata. • Marrillo pilón de vapor de Nasmyth. • Hierro galvanizado de Somet. • Horno de túnel en Dinamarca. • Patente de la fundición de hierro con antracita.	Nueva York. • Terminación del Canal de Morris en Estados Unidos. • El vapor Great Western inicia el tráfico regular del Atlántico. • Surgen los transportes movidos por propulsión de hélice. • Inauguración del ferrocarril Londres-Birmingham. • Ferrocarril Buselas-Malinas. • Se instalan las líneas férreas en Estados Unidos.	Fenasquistoscopio. 1835 • Surgimiento del New York Herald. • Aparece el Zootropo. 1835 • Charles Havas, funda en Francia la Agencia Habas de Traducción de Noticias. 1836 • Aparece el primer periódico francés moderno "La Presse". 1837	Desarrollo de la prensa Desarrollo del cine radio Desarrollo de la televisión

- El New York Sun tiraba 30 000 ejemplares.
- 1838

los primeros daguerrotipos en Estados Unidos e inicio de la fotografía comercial.

- Fundidora de tipos de Bruce.
- El gobierno francés adquiere las patentes del daguerrotipo y las hace públicas al mundo.

1840	1840	1840	1840	1840
• Colonización de Nueva Zelanda.	• Galvanoplastia de Elkington.	• Inauguración de túnel de Brunel bajo el Támesis.	• Se utiliza el telégrafo para transmitir noticias a los diversos periódicos.	• Se inventa el cable para la transmisión de señales.
• Bombardeo de Acre.	• Calotipo de Fox Talbot.	• Terminación de las regulaciones del río San Lorenzo, entre el lago Ontario y Montreal.	1848	1840
• Se legaliza la exportación de maquinaria en Gran Bretaña.	• Fábrica de superfosfatos de Lawes.	• Fabricación masiva de la segadora McCormick, Chicago.	• La revolución de 1848 devuelve la libertad de prensa a Francia.	• José Henry produce oscilaciones de alta frecuencia y muestra sus efectos a corta distancia.
• Abolición de las leyes del Grano.	• Máquina de vapor de expansión doble de Ma-Naught.	• Se establece el servicio de correos.	1849	1844
• Abolición de las leyes de Navegación (Navigation Acts).	• Comienza el molino de grano con muelas horizontales.	• Presa de arco		
• Época de la				• Se realiza la

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Hechos históricos sobresalientes	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
	revolución en Europa.	de Zola.		Desarrollo de la prensa
• Surgen las primeras sociedades por acciones que dan origen a una nueva modalidad del capital financiero.	• Presidencia de Polk, Estados Unidos.	• Peinadora de Heilmann.		Desarrollo del cine radio
	• Guerra de Estados Unidos con México.	• Hormigón armado de Monier.		Desarrollo de la radio
	• Fiebre de oro en California.	• Goodyear inventa el vulcanizado.	• Surgen en América Latina los periódicos "La Estrella de Panamá", "El Comercio"; en Lima, Perú; y "El Mercurio" en Valparaíso, Chile.	primera transmisión telegráfica entre Washington y Baltimore.
		• Telar mecánico de Bigelow para alfombras.		
		• Vertedera de arado de acero de Deare.		
1850	1850	1850	1850	1850
• Surgen las primeras sociedades por acciones que dan origen a una nueva modalidad del capital financiero.	• Sitio de Sebastopol.	• Máquina peinadora de Lester Morris Thrope.	• Puente de Britania de R. Stephenson.	Debido a la competencia entre Pulitzer y Hearst, aparece la prensa sensacionalista en EUA.
	• Guerra de Crimea.	• Acero Bessmer la India contra la Gran Bretaña.	• Tendido del cable Dover Calais.	
	• Tratado comercial	• Convertidor de acero de Kelly.	• Luz de arco voltaico en el faro de	1851

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista		Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad		Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales		Desarrollo de los aparatos de difusión de masas					
		Hechos históricos sobresalientes				Desarrollo de la prensa		Desarrollo del cine radio		Desarrollo de la televisión	
1860	Época de oro del imperialismo en Europa.	1860	presidente. • Guerra de Sección Norteamericana. • Bismark es nombrado primer ministro de Prusia y Alemania en guerra con Dinamarca. • Última gran epidemia de cólera en Inglaterra. • Guerra Austro- Prusiana. • Abolición de la esclavitud en Estados Unidos. • Conversión del Canadá en dominio inglés.	1860	• Acero de Solera Simens Martin. • Pozo de petróleo de Drake, Pensilvania. • Fresadora universal de Brown. • Conservas de carne de Armour, Chicago. • Freno Westinghouse.	1860	1860	1860	1860	1860	1860
1860	1870 punto culminante del desarrollo de la libre competencia.	1863	• Se suprime en Inglaterra el impuesto del papel.	1863	• Hipólito Marinone construye la primera prensa de 4 cilindros llamada rotativa que es 25 veces más rápida que las prensas anteriores.	1863	Kinema- toscopio.	1867	• 1873-Clerk Maxwell, desarrolla la teoría del electromag- netismo, que predice la existencia de las ondas de radio.		

- social alemana.
- Segunda Internacional.
- Legislación de la Reforma de 1884.
- Unidos.
- Método de cianuro para obtener plata y oro.
- Neumático de Dunlop.
- Central eléctrica de Ferranti en Deptford.
- Manguito de gas de Welsbach.
- Primer motor de gasolina de Daimler.
- Primer Automóvil Benz.
- Producción electrolítica del aluminio en Schaufhausen.
- Instalaciones hidroeléctricas en las cataratas del Niágara.
- Motor eléctrico de corriente alterna de Tesla.
- Estados Unidos.
- Europa la prensa
- "sensacionalista" y "amarillista", cuyo objetivo es vender a toda costa.
- 1881
- Alemania cuenta con 2 337 diarios y periódicos.
- 1880
- 1919-Se instala la red telegráfica y de cable submarino al servicio de prensa.
- 1886
- Se adecua la linotipia en toda forma a la prensa.

hierro. • Canal de Keel. 7 070 diarios y periódicos. • Primera proyección de cine masivo en París y Nueva York.*

1900	1900	1900	1900	1895-1905	1901
• 1980-El capital financiero subordina al capital comercial y agrícola.	• Muerte de la reina Victoria.	• Motor de alta y baja presión.	• Puesta en vuelo del primer Zeppelin.	• Se difunden las películas de los hermanos Lumière y Méliès.	• Marconi inventa la telegrafía sin hilos y transmite su primer mensaje a través del Atlántico.
• Se origina el capitalismo monopolista de estado: fusión creciente entre monopolios y estado.	• Conclusión del acuerdo anglofrancés.	• Locomotora de vapor con transmisión eléctrica.	• Orville Wright consigue volar con un aparato propulsado, más pesado que el aire.	1900	1904
1900	1904	• Samuel M. Vanclain crea la locomoción con base en 4 cilindros.	• Inauguración del Canal de Panamá.	• Surgen las salas de cine en Estados Unidos llamadas "Nikel Odeons".	• J.A. Fleming, fábrica su tubo de vacío con dos electrodos.
• El capitalismo se transforma en imperialismo.	1906	• Primera Revolución democrático-burguesa en Rusia.	• Salenios inventa el proceso para pasteurizar y refrigerar la leche.	1900	1906
		• Campbell convierte la leche líquida en polvo.	• El Daily Mail tira 800 000 ejemplares.	• El cine entra en crisis de producción interna.	• El tubo de vacío con tres electrodos (Audion) de Lee De Forest,
		• Fundación del Partido	1909-1960	1903-1909	

* Origen del cine de masas.

<ul style="list-style-type: none"> • Revolución Bolchevique en Rusia. 	1917	<ul style="list-style-type: none"> • L. Melamid, deodoriza y decoloriza los aceites de petróleo. • Standar Oil of New Jersey emplean el proceso de descomposición con un tubo y tanque termal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rudolf Diesel inventa la primera locomotora diesel de larga duración. 	<ul style="list-style-type: none"> • La prensa estadounidense evoluciona de 2 580 a 17 100 diarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • News Service. 1914-1967 	<ul style="list-style-type: none"> • revoluciona el arte y la técnica de la industria filmica norteamericana con su película "Nacimiento de una Nación". 	1920	1920	1920	1925
<ul style="list-style-type: none"> • Se originan los oligopolios capitalistas que consolidan el capitalismo monopolico: trust y carteles internacionales. 	1920	<ul style="list-style-type: none"> • Musolini asciende al poder. • Formación del Partido Nazi en Alemania. 	<ul style="list-style-type: none"> • H.E. Algelt fabrica el tractor de gasolina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Surge el código de prensa en Estados Unidos. 1927 	<ul style="list-style-type: none"> • Se realiza la conferencia de Expertos de Prensa en Ginebra, propiciada por la Sociedad de las Naciones. 1927 	<ul style="list-style-type: none"> • 1945-Flore-cimiento del cine europeo. 1922 • 1930-El cine alcanza en Estados Unidos, 4 680 000 espectadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Primera trasmisión radiofónica desde Pitsburg, Estados Unidos*. 1923 	<ul style="list-style-type: none"> • Charles Francis Jenkins y John L. Baird perfeccionan la transmisión de imágenes con tubos de vacío. 	1920	1925
<ul style="list-style-type: none"> • Pacto Kell Briand. • La dependencia de la periferia se acentúa. 	1925	<ul style="list-style-type: none"> • Primer sistema de aire acondicionado en Baltimore y Ohio. • T.T. Gray usa el yeso para presidente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La American Lomotome, Ingersoli Rand, General Electric creó la primera locomotora diesel eléctrica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen 556 estaciones de radio en Estados Unidos y 4 millones de receptores. 1923 	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento del cine sonoro. 1923 					
<ul style="list-style-type: none"> • Origen de la radio de masas. 	1919									

* Origen de la radio de masas.

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
Hechos históricos sobresalientes	Desarrollo de la prensa
Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo del cine radio
Gran depresión de la sociedad capitalista: Crack Económico.	Desarrollo de la televisión
remover las impurezas del aceite. • La Universal Oil Co. emplea el proceso de circulación para limpiar el aceite. • Petroleum Corporation, usa el más moderno sistema de descomposición del petróleo. • L.D. Jones canaliza la pulpa de madera o papel como filtro.	1923 1924 1929
1925	1924
James Raid y J. Macleod inventan el tubo-tren.	1926
1926	1926

- Se construyen los receptores paneléctricos que funcionan con corriente normal.

1927-1939

- La radio entra en su "edad de oro".

- W.H. Nissau crea el proceso para producir los pedazos de madera en pulpa.
- Pulp and Paper Division of US Forest Products Laboratorys inventa un proceso para la obtención de pulpa de madera dura.

1930	1931	1930	1930	1930	1930	1933	1933
• El imperialismo entra en su nueva fase contemporánea: apogeo capitalista.	• Se inicia guerra chino-japonesa.	• La Caterpillar Tractor Co. fabrica el primer tractor diesel.	• Se inventa la bomba atómica.	• Las cadenas de prensa norteamericanas controlan el 43% de los diarios y el 54% de los periódicos dominicales.	• 1945 Desarrollo del cine hablado.	• La Alemania Nazi emite su programación hacia América del Norte.	• La Radio Corporation of America ensaya entre Nueva York y Filadelfia un sistema de transmisión eléctrica con base en rayos catódicos.
1930-1979	1932	1935	1935	1937	1939	1937	1936
• El modo de producción capitalista entra en constante oposición con el modo de producción socialista.	• Estados Unidos padece una gran depresión económica.	• Estados Unidos introduce el sistema de comunicación para trenes.	• Unión Switch and Signal Co. introduce el sistema de comunicación para trenes.	• El tiraje de la prensa alemana llega a 19 000 000 de ejemplares.	• Aparece el código cinematográfico en Estados Unidos.	• Se establece el código para radio en Estados Unidos.	• Primera transmisión masiva de la
	1935	1935	1937	1937	1939	1938	1938
	• Estados Unidos reorganiza a Rusia.	• Máquina para fertilizar el suelo con anhídrido de amonía.	• El cine alemán alcanza 491 000 de	• El cine alemán alcanza 491 000 de			
	1936-1939						

(Continuación)

	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
<p>Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista</p> <p>Hechos históricos sobresalientes</p> <p>Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad</p> <p>Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales</p>	<p>Desarrollo de la prensa</p> <p>Desarrollo del cine</p> <p>Desarrollo de la radio</p> <p>Desarrollo de la televisión</p>
<ul style="list-style-type: none">• Segunda gran crisis del sistema capitalista internacional.• Guerra civil española. 1939-1945• Surge la Segunda Guerra Mundial: el mundo se divide en dos zonas de influencia: socialismo y capitalismo.• La Superheater Co. crea el primer calentador de presión múltiple.• Aplicación a los trenes de pasajeros del sistema.• Primer motor de cuatro cilindros no articulado.• Coloración de la madera a partir de una solución neutral.• Los laboratorios Cross and Bevan introducen en Inglaterra un método para	<p>espectadores.</p> <p>radiodifusión con fines pacíficos auspiciados por la Sociedad de Naciones.</p> <p>1939-1945</p> <p>La mayor parte de las estaciones radio emisoras son confiscadas por los no aliados.</p> <p>televisión a través de la BBC inglesa.*</p> <p>1939</p> <ul style="list-style-type: none">• Se inicia la televisión masiva en Estados Unidos.

detectar el contenido de celulosa en la madera.

1945	1940	1942	1940	1945-1960	1945	1941
<ul style="list-style-type: none"> • Aparece la Organización de Naciones Unidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se inventa el radar. • Westinghouse Aire Bruke Co. crea el sistema retardador del coche automático. • Se crea el aceite inhibidor de motor. • Se crea la gasolina de altos octanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se inaugura en España el tren de pasajeros con centro de gravedad baja. 	<ul style="list-style-type: none"> • El tiraje de la prensa americana es de 41 000 000. 	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento del neorrealismo italiano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los estados europeos liberados, redistribuyen nuevamente las concesiones de las radiodifusoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • La cadena N.B.C. crea el Pan American Network, compuesto por 92 estaciones que transmiten programas de televisión en América Latina.
<ul style="list-style-type: none"> • Aparece la hegemonía norteamericana sobre el mundo capitalista y el dólar se consagra como moneda mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> • General Electric and American Locomotive, crean la primera locomotora con turbina de gas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La Agencia France Press surge y establece una red mundial de información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apogeo del cine de Hollywood. 			<ul style="list-style-type: none"> • Se funda la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de la bomba atómica. 			<ul style="list-style-type: none"> • Se establece la Agencia Kyodo Kass en Japón. 			<ul style="list-style-type: none"> • Se inicia la producción en serie de aparatos de televisión.
<ul style="list-style-type: none"> • Guerra fría. 			<ul style="list-style-type: none"> • La Asamblea General de las Naciones Unidas aborda el tema de la información internacional. 			

(Continuación)

Fase por la que atraviesa el modo de producción capitalista	Innovaciones e introducciones técnicas en las fuerzas productivas que elevan su grado de productividad	Desarrollo de las vías de comunicación y de transporte de materiales	Desarrollo de los aparatos de difusión de masas
			Desarrollo de la prensa
			Desarrollo del cine
			radio
			Desarrollo de la televisión

1948

- Se incluye el Art. 19 sobre la libertad de información en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre.

1950

- Enfrentamiento de Mac Artur contra los socialistas: feroz campaña anticomunista.

1950

- Aparecen los movimientos de liberación

1954

- Se construye el primer submarino atómico.

1955

- Se emplea la energía atómica para la industria y la paz.

1950

- La Comisión Internacional de los Derechos del Hombre consagra la libertad de información y crea una jurisdicción internacional.

1956

- Surge la radio periférica en Europa.

1951

- Se transmiten las investigaciones del Senado Norteamericano bajo la dirección del Senador Estes Kefauver y el discurso de Douglas Mac Artur.

nacional.

- La Standar Oil Company introduce la hidrosulfuración en la producción de energéticos.

1957

- Locomotora diesel que funciona con doble corriente eléctrica.

1957

- Se pone en marcha el primer satélite artificial ruso.

1959

- Los norteamericanos lanzan su primer satélite espacial.

1953

- Surge el Congreso Británico de Prensa.

1956

- Aparece el Consejo Alemán de Prensa.

1952

- Se establece el Código para la televisión norteamericana.

Bibliografía y hemerografía

BIBLIOGRAFÍA

- Agudo Freites, Raúl, *La reglamentación legal de la comunicación en Venezuela*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1976.
- Althusser, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, 1a. ed., Ed. Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 1975.
- Álvarez Acosta, Miguel, *La radiodifusión*, en Primer Seminario para el Estudio de las Comunicaciones y los Transportes en México, Instituto de Estudios Políticos y Sociales (IEPES), México, D.F., octubre de 1974.
- América en cifras*, Secretaría General de los Estados Americanos, OEA, Washington, D.C., EUA, 1973.
- Anderson, Perry, *Las antinomias de Antonio Gramsci*, ERA, México, 1980.
- Annuaire Statistique 1971*, Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO), París, 1972.
- Argüello Zepeda, Luis Felipe, *Actitudes sobre la televisión instruccional en ocho empresas privadas del país*, Tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- Arias Ruiz, Aníbal, *El mundo de la televisión*, 1a. ed., Guadarrama, Madrid, España, 1971.
- Arriaga, Patricia y José Baldivia (coord.), *La industria cultural en América Latina*, documento preparado para la reunión El Estado y la Industria Cultural en América Latina, Centro de Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo, A.C., México, 9-11 de agosto de 1982.
- Assman, Hugo, "El cristianismo, su plusvalía ideológica y el costo social de la revolución socialista", en *Teología desde la praxis de la liberación*, 2a. ed., Sígueme, Salamanca, España, 1976.
- Assman, Hugo, *Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicaciones masivas*, XI Congreso Latinoamericano de Sociología, San José, Costa Rica, 1974.
- Assman, Hugo, "Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva", en *Teología desde la praxis de la liberación*, 2a. ed., Sígueme, Salamanca, España, 1976.
- Bagdikian Ben, H., *Las máquinas de la información*, F.C.E., México, 1975.
- Bairoch, Paul, *Revolución industrial y subdesarrollo*, 5a. ed., Siglo XXI, México, D.F.
- Baran, Paul, "Tesis sobre la publicidad", en *El socialismo: única salida*, 1a. ed., Nuestro Tiempo, México, 1969.

- Barnat, Richard J. y Ronald E. Muller, *Los dirigentes del mundo: el poder de las multinacionales*, Grijalbo, España, 1979.
- Baudrillard, Jean, "Requiem por los media", en *Crítica a la economía política del signo*, 1a. ed., Siglo XXI, México, 1974.
- Berlo, David K., *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Bernal Alarcón, Hernando, *Educación fundamental integral. Teoría y aplicación en el caso de ACPO*, Andes, Colombia, 1978.
- Bernal Sahagún, Víctor Manuel, *Antomía de la publicidad en México*, 1a. ed., Nuestro Tiempo, México, 1974.
- Bernal Sahagún, Víctor Manuel. *Las contribuciones de la economía al análisis de la comunicación masiva*, Ponencia presentada en el Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación (EIEC), Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (UAM-X), México, mayo de 1978.
- Boeing, Allen E. y Ruane B. Hill, "Televisión educativa, presente y futuro", en *Televisión educativa en América Latina: Problemas y perspectivas*, Troquel, Buenos Aires, Argentina, 1970.
- Braverman, Harry, *Trabajo y capital monopolista. La degradación del trabajo en el siglo xx*, 3a. ed., Nuestro Tiempo, México, 1980.
- Buci-Clucksmann, Christine, *Gramsci y el estado. Hacia una teoría materialista de la filosofía*, 1a. ed., Siglo XXI, México, D.F., 1978.
- Callezosa Aljamo, Alberto; Iván Botero Páramo et al, *Las políticas de comunicación en Colombia*, UNESCO, París, 1976
- Camargo, Nelly de, *Las políticas de comunicación en el Brasil*, UNESCO, París, 1975.
- Capriles, Oswaldo, "Política de comunicación y sistema de difusión masiva", en *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela*, 1a. ed., Suma, Instituto de Estudios de la Comunicación, ININCO, UCV, Caracas, Venezuela, 1976.
- Carmona, Fernando, "El subdesarrollo y la apertura", en varios autores. *Reforma educativa y apertura democrática*, Nuestro Tiempo, México, 1972.
- Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación, *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1978.
- Comisión Mc Bride, *Un solo mundo. Voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, 1a. ed., F.C.E., México, 1980.
- Coombs, Philip H. y Manzoor Ahmed, *Attacking Rural Poverty. How Nonformal Education can Help*, John Hopkins University Press, Baltimore y Londres, 1971.
- Cremoux, Raúl, *La legislación mexicana de radio y televisión*, prólogo de Armando Labra, UAM-X, México, 1982.
- Cremoux, Raúl, *La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal*, Centro de Estudios Educativos, A.C., México 1968.
- Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, 1a. ed., F.C.E., México, 1974(Archivos del Fondo, 12).
- Crespo Mendoza, J. Antonio, *El papel de los medios de socialización en la transformación de la cultura política japonesa: Panorama histórico*, Tesis de licenciatura, Departamento de Relaciones Internacionales, El Colegio de México, México, 1980.
- Damhoff, G.W., *¿Quién gobierna Estados Unidos?*, Siglo XXI, México, 1969.
- Díaz-Guerrero, Rogelio; Raúl Bianchi Agulla y Rosario Ahumada de Díaz, *Investigación formativa de Plaza Sésamo, una introducción a las técnicas de preparación de programas educativos televisados*, 1a. ed., Trillas, México, 1979.
- Documento diagnóstico de la comunicación social en México*, Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República, México, 1982.
- Dos Santos, Theotonio, "El nuevo carácter de la dependencia", en José Matos (comp.). *La crisis del desarrollismo y la nueva dependencia*, 1a. ed., Amorrortu, 1969.
- Dumazedier, Joffre, *Televisión y educación popular*, Solar-Hachet, Argentina, 1956.
- Enzenberger, Hans Magnus, "Integrantes de una teoría de los medios de comunica-

- ción", en Jaime Goded (comp.). *Los medios de comunicación colectiva*, 1a. ed., FCPS, UNAM, México, D.F., 1976, (Serie de lecturas, 1).
- Esparza, Luis, *Los aparatos de comunicación de masas en la historia del capitalismo*, mimeografiado, UAM-X, México, 1979
- Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, Mondiscult, División de Estadísticas de la Cultura y de la Comunicación, UNESCO, París, 1978.
- Esteinou Madrid, Javier, *El condicionamiento social de los medios de comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco (UAM-A), México, 1983 (Serie ensayos, 10).
- Esteinou Madrid, Javier, "El surgimiento histórico de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital", en *Memoria del Tercer Congreso Nacional de Economistas: Acumulación de Capital, Distribución del Ingreso y Empleo*, Colegio Nacional de Economistas, México, marzo de 1979.
- Esteinou Madrid, Javier, *Los medios de difusión masiva en la formación social capitalista*, Tesis de licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- Esteinou Madrid, Javier, *Los medios dominantes de difusión de masas como los principales aparatos de hegemonía del estado capitalista contemporáneo*, Ponencia presentada en el Coloquio Sobre el estado en el Capitalismo Contemporáneo, Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Investigaciones Sociales y Universidad Autónoma Metropolitana, Puebla, México, del 8 al 19 de octubre de 1979.
- Esteinou Madrid, Javier, *Sobre el estatuto teórico de los aparatos ideológicos del estado*, UAM-X, México, 1977.
- Fadul, Anamaria; Carlos Eduardo Lins da Silva y Luis Fernando Santero, *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomação*, (Documento Basico Do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação), Cortez, INTERCOM, São Paulo, Brasil, 1982.
- Fadul, Anamaria. *O Futuro no Presente. Perspectivas para una Teoría dos Meios de Comunicação de Massa*, Tesis de doctorado, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, São Paulo, 1980.
- Feldmann, Erich, *Teoría de los medios masivos de comunicación*, Kapelus, Buenos Aires, 1977.
- Fernández Espinosa de los Monteros, Joaquín Antonio, *Un análisis de la televisión educativa que pasa por los canales comerciales del Distrito Federal*, Tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1969.
- Fernández, Fátima; Alberto Montoya M. del Campo, Florence Toussaint et al., *Diagnóstico sobre los medios de comunicación de masas en México y proposiciones para el derecho a la información*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Cámara de Diputados, México, 1980.
- Fleur, M.L. de, "La Primera Guerra Mundial y la teoría mecanicista 'estímulo-respuesta'", en *Teorías de la comunicación masiva*, Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- Fonseca M., Jaime, *Las políticas de comunicación en Costa Rica*, UNESCO, París, 1976.
- Gálvez Cancino, Felipe, *Los felices del alba. La primera década de la radiodifusión mexicana*, Tesis de licenciatura, Escuela de Periodismo y Comunicación, FCPS, UNAM, México, D.F., 1975.
- García, Antonio, *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1980 (Intiyan).
- García Jiménez, Jesús, *Televisión educativa para América Latina*, Porrúa, México, 1970.
- Garnham, Nicholas, "Contribution to a Political Economy of Mass Communication", en *Media, Culture and Society*, vol. 1, núm. 2, abril de 1979.
- Garnham, Nicholas, *Towards a Political Economy of Mass Communication*, versión mimeografiada, Media Studies, P.C.L.
- Gauraleri, Gianpiero, *La galaxia de Mc Luhan*, ATE, España, 1981.
- Giménez, Gilberto; Jaime Goded y Rubén Jara, *Memorias del encuentro; tres enfoques para el*

- estudio de la comunicación: Funcionalismo, estructuralismo y marxismo*, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, octubre de 1976.
- Goldman, Lucien, *Investigaciones dialécticas*, 1a. ed., Gallimard, París, 1959.
- González Sánchez, Jorge y Sánchez Menchero, *El teatro popular campesino como instrumento de comunicación*, Tesis de licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- Gramsci, Antonio, "La opinión pública", en *Pasado y presente*, Granica, Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Gramsci, Antonio, "Problemas escolares y organización de la cultura", en *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Juan Pablos, México, 1975.
- Grawitz, Madeline, *Méthodes des Sciences Sociales*, Dallos, París, 1974.
- Grenholm, Lennart, H., *El empleo de la radio por los grupos de estudios en la República Unida de Tanzania*, UNESCO, París, 1975 (Experiencias e innovaciones en educación, 15).
- Guajardo, Horacio, *Teoría de la comunicación social*, Demoscopia, México, 1970.
- Guerin, Robert, *La publicidad es una violación*, Sagitario, Barcelona, España, 1964.
- Guinsberg, Enrique, *Los medios masivos de comunicación y la formación psicosocial*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1978.
- Gutiérrez Pérez, Francisco, *Hacia una pedagogía basada en los nuevos lenguajes de los medios de comunicación*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación y Educación (ILCE), México, 1972.
- Gutiérrez Vega, Hugo, *Información y sociedad*, F.C.E., México, 1974 (Archivos del Fondo, 13).
- Halzer, Horst, *Sociología de la comunicación*, Akal, Madrid, España, 1978.
- Harnecker, Marta, *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, 18a. ed., Siglo XXI, México.
- Heilbroner, Robert L., *La formación de la sociedad económica*, 1a. ed., F.C.E., México, 1974.
- Hinkelamert, Franz, *Dialéctica del desarrollo desigual*, 1a. ed., Universidad de Valparaíso-Universidad Autónoma de Chile, CEREN, 1970.
- Hunt, A., "The Film", en D. Thompson (comp.). *Discrimination and Popular Culture*, 1964.
- Hybels, Sandra y Richard L. Weaver, *La comunicación*, Ed. Litton Educational Publishing Inc., México, 1976.
- Investigación en teleeducación*, VII Seminario Latinoamericano para Profesores de Teleeducación, Fundación Konrad Adenauer (Alemania), Instituto de Solidaridad Internacional (Colombia), 1973.
- Janus, Noreene y Rafael Roncagliolo, *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, ILET, México, 1980.
- Jara, José Rubén, *Comunicación, población y desarrollo en América Latina*, Universidad Iberoamericana, México, 1981.
- Kaplan, Marcos, *estado y sociedad*, UNAM, México, 1980.
- Karsz, Saul, *Théorie et Politique: Louis Althusser*, Fayand, París, 1974.
- Kosik, Karel, "La totalidad concreta", en *Dialéctica de lo concreto*, 1a. ed., México, 1967.
- Labarca, Guillermo, *Economía política de la educación*, 1a. ed., Nueva Imagen, México, 1980.
- La Belle, Thomas J., *Educational Alternatives in Latin America. Social Change and Social Stratification*, UCLA, Los Ángeles, 1975.
- Lagrange, H., "A propósito de la escuela", en *Sobre el método marxista*, 1a. ed., México, 1973 (Teoría y praxis, 3).
- Lallez, Raymond, *El caso TEVEC: Una experiencia de educación de adultos por el sistema de múltiples medios*, UNESCO-OIE, 1970 (Experiencias de innovaciones de la educación, 1).

- Las noticias y la información*, Salvat Editores, Barcelona, España, 1973(Biblioteca Salvat de Grandes Temas, 9).
- La televisión por cable*, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, 1978.
- Lenin, V. Ilich, *El imperialismo, fase superior del capitalismo*, 1a. ed., Progreso, Moscú, 1966.
- Les Moyens D'Information Dans la Société. Nécessité de Développer la Recherche*, Études et Documents d'Information, UNESCO, 1970.
- Levitas, Maurice, *Marxismo y educación*, Siglo XXI, México, 1980.
- Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones*, UNESCO, 1975.
- Maletzke, G., *Psicología de la comunicación social*, Época, Quito, Ecuador, 1976(Intiyan-CIESPAL).
- Mandel, Ernest, *Trato de economía marxista*, tomos 1 y 2, 4a. ed., ERA, México, 1974.
- Martín Barbero, Jesús, *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, mimeografiado, Primer Foro Internacional de la Comunicación Social: Comunicación y Poder, Lima, Perú, 7 de junio de 1982.
- Martín Barbero, Jesús, *Comunicación masiva, discurso y poder*, 1a. ed., CIESPAL, Quito, Ecuador, 1978(Intiyan, 7).
- Martínez, J.M., "Para entender los medios: Medios de comunicación y relaciones sociales", en varios autores. *Ideología y medios de comunicación*, 1a. ed., Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.
- Marx, Carlos, *El capital. Crítica de la economía política*, vol. 1, F.C.E., México, 1973.
- Marx, Carlos, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador)*, 1857-1858, t. 1, 1a. ed., Siglo XXI, México, 1971.
- Marx, Carlos y Federico Engels, *La ideología alemana*, t.1, 1a. ed., Progreso, Moscú, 1973.
- Marx, Carlos y Federico Engels, *Manifiesto del Partido Comunista*, 1a. ed., Grijalbo, México, 1970(Colección 70, 63).
- Marxism and the Mass Media: Towards a Basic Bibliography*, núms. 1, 2, 3, 4, 5 y 6, International General, International Mass Media Center, Nueva York.
- Mattelart, Armand, *Agresión desde el espacio. Cultura y nalpalm en la era de los satélites*, 2a. ed., Siglo XXI, Argentina, 1972.
- Mattelart, Armand, *Comunicación y nueva hegemonía*, Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima, Perú, 1981.
- Mattelart, Armand, *Fuentes culturales y movilización de masas*, Anagrama, Barcelona, España, 1977(Elementos críticos, 3).
- Mattelart, Armand, *La comunicación de la crisis*, Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza de la Comunicación, Departamento de Comunicación, UAM-X, México, 1978.
- Mattelart, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, 1a. ed., Siglo XXI, Córdoba, Argentina, 1973.
- Mattelart, Armand, *La cultura como empresa multinacional*, 1a. ed., ERA, México, D.F., 1974(Serie popular, 25).
- Mattelart, Armand, *Mass Media, Idéologies et Mouvement Révolutionnaire*, Anthropos, París, 1974.
- Mattelart, Armand, *Multinacionales y sistemas de comunicación*, 1a. ed., Siglo XXI, México, D.F., 1977.
- Mattelart, Armand, "Notas sobre el "gremialismo" y la línea de masas de la burguesía chilena, en *Chile vencerá*, 1a. ed., Roca, México, 1974.
- Mattelart, Armand; C. Castillo y L. Castillo, *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente. La respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo*, 1a. ed., Signos, Argentina, 1972.
- Mattelart, Armand; Patricio Biedma y Santiago Funes, *Comunicación masiva y revolución socialista*, 1a. ed., Diógenes, México, 1972.

- Mattelart, Armand y A. Dorfman, *Para leer al Pato Donald*, 10a. ed., Siglo XXI, México, 1974.
- Mattelart, Armand y Michel Mattelart, *Frentes culturales y movilización de masas*, 1a. ed., Anagrama, Barcelona, España, 1977 (Elementos críticos, 3).
- Mattelart, Armand y Seth Siegelanb, *Communication and Class Struggle*, vol. 1, International General, International Mass Media Research Center, Nueva York, 1979.
- Mattelart, Michel, *La cultura de la opresión femenina*, 1a. ed., ERA, México, 1974 (Serie popular, 46).
- Mc Anany, Emile G., *Radio's Role in Nonformal Education. An overview*. Institute for Communication Research, Stanford University, 1976.
- Mc Anany, Emile G., Robert C. Hornik y John K. Mayo, *Studing Instructional Television: What Should Be Evaluated*, Division of Methods, Materials and Techniques, núm. 74, UNESCO, 1974.
- Mc Luhan, Marshall, "Classroom Without Walls", en Edmund Carpenter y Marshall Mc Luhan. *Exploration in Communication*, Beacon Press, Boston, 1960.
- Mc Luhan, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, 1a. ed., Diana, México, 1965.
- Mc Quail, Denis, *Sociología de los medios masivos de comunicación*, 1a. ed., Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1972.
- Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión en México*, Octavio Colmenares, México, 1972.
- Memorias del Primer Congreso Internacional de Educadores del Tercer Mundo*, Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación en México, México, 1975.
- Michel, Manuel, *Reflexiones sobre la televisión*, en Primer Seminario de Estudio de los Problemas de los Medios de Comunicación en México, Instituto de Estudios Políticos y sociales (IEPES), México, 1973.
- Miliband, Ralph, *El estado en la sociedad capitalista*, Siglo XXI, México, 1976.
- Monteforte Toledo, Mario, "Las ideologías", en varios autores. *Literatura, ideología y lenguaje*, 1a. ed., México, 1976 (Teoría y praxis, 28).
- Montoya, Alberto; Martín del C. y María Antonieta Rebeil, "El impacto educativo de la televisión comercial en los estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria", en *Televisión y enseñanza media en México: El Sistema Nacional de Telesecundaria*, vol. 2, SEP, México, 1981.
- Moragas Spa, Miguel de, "El trabajo teórico y las alternativas a las 'mass media'", en José Vidal Beneyto. *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, 1a. ed., Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1970.
- Muraro, Heriberto, *Neocapitalismo y medios de comunicación*, 1a. ed., Eudeba, Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Nualart Sánchez, Jaime Virgilio, *La telesecundaria mexicana, ¿éxito o fracaso?*, FCPS, UNAM, México, 1974.
- Obgen, Lancelot, *From Clave Painting to Comic Strip: A Kaleidoscope of Human Communication*, Londres, 1949.
- Olivares, Enrique, "Reforma educativa para la enajenación obrera", en *Reforma educativa y "apertura democrática"*, 1a. ed., Nuestro Tiempo, México, 1972.
- Pasquali, Antonio, *Comunicación y cultura de masas*, 2a. ed., Monte Ávila, Venezuela, 1972.
- Paz, Ida, *Medios masivos, ideología y propaganda política*, 1a. ed., Casa del Libro, La Habana, Cuba, 1977.
- Pérez Barreto, Samuel, *El caso de "Plaza Sésamo" en el Perú*, Quinto Sol México, 1979.
- Piccini, Mabel, *La investigación sobre medios de comunicación en América Latina*, Simposium Nacional de la Comunicación: La experiencia de América Latina Frente a la Experiencia de EUA, Universidad Iberoamericana, abril de 1978.
- Piccini, Mabel, *La situación de los medios de comunicación en Argentina*, Presentado en el

- simposium Comunicación y dependencia en América Latina, Cursos de invierno, FCPS, UNAM, México, 13-24 de febrero de 1978.
- Piccini, Mabel, *Sobre la producción discursiva, la comunicación y las ideologías*, UAM-X, México, agosto de 1981.
- Pinto Mazal, Jorge, *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva*, FCPS, UNAM, México, 1977 (Serie de lecturas, 5).
- Plan nacional de desarrollo 1983-1988*, 1a. ed., SPP, México, mayo de 1983.
- Pole, Jorge H., *Comunicación social*, PROLAM, Argentina, 1974.
- Portelli, Huges. *Gramsci y el bloque histórico*, 2a. ed., Siglo XXI, México, 1974.
- Poulantzas, Nicos, *Fascismo y dictadura*, 1a. ed., Siglo XXI, México, 1971.
- Poulantzas, Nicos, *Poder político y clases sociales en el estado capitalista*, 13a. ed., Siglo XXI, México, 1976.
- Prieto Castillo, Daniel, *Elementos para una teoría de la comunicación*, Instituto Latinoamericano de Estudios de la Comunicación, estudios superiores, México, 1977.
- Que Savons-Nous Sur la Communication?*, Commission Internationale Sur les Problèmes de la Communication, núm. 9, UNESCO, París, 1978.
- Ramos, Víctor, *El periódico como propagador, agitador y organizador colectivo: La prensa floresmagonista 1900-1911*, tesis de licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1979.
- Reyes Matta, Fernando y Rafael Roncagliolo, *Iglesia, prensa y militares: el caso de Riobamba y los obispos latinoamericanos*, ILET, México, 1978.
- Rivers, Williams L. y Wilbur Schramm, *Responsabilidad y comunicación de masas*, 1a. ed., Troquel, Buenos Aires, Argentina, 1973.
- Rojas, Alberto, *Televisa, sociedad y estado*, foro Un Año de Gobierno en Comunicación Social, Casa de la Paz, UAM-X, México, 7 de diciembre de 1983.
- Romero Rubio, A., *Teoría general de la información y de la comunicación*, Pirámide, Madrid, España.
- Romo Gil, María Cristina, *Posibilidades y obstáculos para la utilización de la red como medio educativo en México*, tesis de licenciatura, Escuela de Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana, México, 1975.
- Roncagliolo, Rafael, "Comunicación: Cambio social y necesidad de un nuevo marco conceptual", *Documentos ILET*, México, septiembre de 1972.
- Salomaó David Amorín, José, "El papel de la enseñanza y de la investigación en comunicaciones en América Latina", en *Actas del III Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación*, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1977.
- Sandoval, Miguel y Margarita González, *La importancia económica de la comunicación social*, foro de Consulta sobre Comunicación Social, Guadalajara, Jalisco, México, 8-12 de mayo de 1983.
- Schramm, Wilbur, *Big Media, Little Media. Tools and Technologies for Instruction*, Sage Publications, Beverly Hills, Londres, 1977.
- Schramm, Wilbur, "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo", en varios autores, *Evolución política y comunicación de masas*, 1a. ed., Princeton University Press, Princeton, 1965.
- Schramm, Wilbur, *Quality in Instructional Television*, The University Press of Hawaii, 1975.
- Seé, Henry, *Los orígenes del capitalismo moderno*, F.C.E., México, 1961.
- Servan-Schreiber, Jean Louis, *El poder de informar*, 1a. ed., DOPESA, México, 1973.
- Silva, Ludovico, *Teoría y práctica de la ideología*, Nuestro Tiempo, México, 1971.
- Spain, Peter L., *A Report on the System of Radioprimary in the State of San Luis Potosí*, Institute for Communication Research, Stanford University, 1975.
- Sterling, Christopher H. y Timothy R. Haight, *The Mass Media: Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends*, Praeger Publishers, Nueva York, 1978.

- Sweezy, Paul M., *Teoría del desarrollo capitalista*, F.C.E., México, 1974.
- Taufic, Camilo, *Periodismo y lucha de clases*, 1a. ed., La Flor, Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Television for Higher Technical Education of the Employed. A First Report on A Pilot Project in Poland*, Estudios y documentos de comunicación social, núm. 55, UNESCO, 1969.
- Terrou, Fernando, *La información*, 1a. ed., Monte Ávila, Caracas, Venezuela, 1969.
- Thoveron, Mr. G., *Sociologie des Moyens de Communication Sociale*, 1a. ed., Presses Universitaires de Bruxelles, París, 1972.
- Tinstall, Jeremy, *The Open University*, University of Massachusetts Press, Amherst, 1974.
- Vázquez Montealbán, M., *Informe sobre la información*, Fontanella, Madrid, España, 1971.
- Verni, Vicente, *El quinto poder*, Iberoamericana, México, 1955.
- Verón, Eliseo, "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", en varios autores, *Lenguaje y comunicación social*, 1a. ed., Nueva Visión, Argentina, 1967.
- Villamil Duarte, José A., *Publicidad mexicana. Su historia, sus instituciones, sus hombres: 1300-1970*, Demoscopia, y Medios Publicitarios Mexicanos, México, 1971.
- Villasmil, Xiomira, *Difusión masiva y hegemonía ideológica*, Vadell Hermanos, Valencia, España, 1980.
- Wagner, Fernando, *La televisión, técnica y expresión dramática*, Labor, Barcelona, España, 1972 (Nueva Colección Labor, 143).
- White, Robert, *An Evaluation of the Radio Schools and the Radio School Movement in Honduras*, (Summary Report), University of St. Louis Missouri, 1972.
- White, Robert, *New Methodologies in Adult Education: A Case Study and Evaluation of the Santa María Radiophonic Program*, Stanford University, 1976.
- Williams, Raymond, *Los medios de comunicación social*, 1a. ed., Península, Barcelona, España, 1974.
- World Communications. A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and Film*, Gramer Press, UNESCO, Cambridge, 1975.
- World Communications Facts. The International Conference and World Communications: Decisions for the 80's*, The Anneberg School of Communication, Universidad de Pennsylvania, Filadelfia, EUA, 12-14 de mayo de 1980.
- Wright, Charles R., *Comunicación de masas*, 3a. ed., Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1972.

HEMEROGRAFÍA

- Acosta, Leonardo, "Medios masivos e ideología imperialista", en *Casa de las Américas*, núm. 77, La Habana, Cuba, marzo-abril de 1973.
- Arrieta Endozain, Luis, "Notas para una semiótica estructuralista de la imagen cinematográfica", en *Cuadernos de comunicación*, Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Anáhuac, México, 1973.
- Bernal Sahagún, Víctor Manuel, "México: la publicidad", en *Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación*, núm. 2, FCPS, UNAM, México, 1978.
- Castillo, Heberto, "Un partido revolucionario mexicano", revista *Proceso*, núm. 295, 19 de octubre de 1981.
- Cremoux, Raúl, "Formas de manejo de la radio y la televisión", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 69, FCPS, UNAM, México, julio-septiembre de 1972.
- Cremoux, Raúl, "La experiencia italiana en radiodifusión", en *Excelsior*, 17 de agosto de 1981.

- Cremoux, Raúl, "La generación Xerox", en revista *Nueva política*, núm. 3, México, D.F., julio-septiembre de 1976.
- Duverger, Maurice, "Carta abierta a los socialistas", tomado de *Neocapitalismo contaminante, Excelsior*, 22 de abril de 1981.
- Esteinou Madrid, Javier, "El estudio materialista de la comunicación de masas", en *Cuadernos del TICOM*, núm. 1, Taller de Investigación de Comunicación Masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Departamento de Comunicación, México, marzo de 1979.
- Esteinou Madrid, Javier, "Los medios de comunicación y la capacitación de la fuerza de trabajo", *Cuadernos del TICOM*, núm. 23, UAM-X, México, 1983.
- Fadul, Anamaría, "Medios de Comunicação de Massa e Educação ne Brasil: Uma Perspectiva Crítica", en *Cuadernos INTERCOM*, núm. 4, Cortez Editora, Sociedad Brasileira de Estudios Interdisciplinarios de Comunicação, São Paulo, Brasil, octubre de 1982.
- Fajen, Stephen R., "Cómo hacer más rentables los medios de comunicación", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 263, FCPS, UNAM, México, 1979.
- Flores Salgado, José y Leobardo Conde Luna, "Televisión por cable... ¿Otro factor de integración regional de México?", en *Cuadernos del TICOM*, núm. 2, UAM-X, México, julio de 1979.
- Fox, Elizabeth, "Comunicación y sociedad civil: una temática incipiente", en *Comunicación y sociedad*, 7, Telemática y Sociedad, Buenos Aires, Argentina, 1982.
- Frug, Agmar, "Del telégrafo al satélite" (primera parte), en revista *Antena*, núm. 17, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, diciembre de 1972.
- Frug, Agmar, "Del telégrafo al satélite" (segunda parte), en *Antena*, núm. 23, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, junio de 1973.
- Gandasegui, Marcos A., "Estructura social y medios de comunicación masiva", en *Casa de las Américas*, La Habana, Cuba, mayo-junio de 1976.
- Goded, Jaime, "El enfoque marxista en el estudio de la comunicación", en *Comunicación e ideología*, núm. 4, 1a. ed., México, 1967.
- González Alonso, Carlos, "El mundo impreso" (I y II), *El día*, 4 de abril de 1979 y 5 de mayo de 1979, México.
- González Mayo, G., "La alfabetización funcional por la radio y la televisión", en *Educación y medios de comunicación masiva*, núm. 1, Fundación Friederich Ebert, México, 1973.
- Gordon Strasser, Alicia, "Chile: comunicación masiva y coyuntura política. (Comentario)", en Argentina, Cuba, Chile: Realidad política y medios masivos, *Cuadernos del Centro de Estudios de Comunicación*, núm. 4, UNAM, México, 1979.
- Granados Roldán, Otto, "Régimen legal de medios", en periódico *Los universitarios*, núms. 119 y 120, Dirección General de Difusión Cultural, UNAM, México, mayo de 1978.
- Gutiérrez Chavero, Rafael, "Los itinerarios de la comunicación", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 69, FCPS, UNAM, México, julio-septiembre de 1972.
- Gutiérrez Vega, Hugo, "Observaciones sobre el cine, la radio, la televisión y las historias cómicas", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 74, FCPS, UNAM, México, octubre-diciembre de 1973.
- King, María Elena, "La utilización de la radio y la televisión en la educación", en *Educación y medios de comunicación masiva*, núm. 1, Fundación Friederich Ebert, México, 1973.
- Lowry, Dennys T., "Radio y T.V. y alfabetización en México", en *Journal of Broadcasting*, vol. XIV, núm. 2, 1970.
- Margulis, Mario, "La cultura popular", en *Arte, ideología y sociedad*, núm. 2, México, agosto-septiembre de 1977.
- Martínez Terrero, Jesús, "Estructura de poder de los medios de masas", en *Economía*,

- comunicación y desarrollo, boletín *Radio DIENST UNDA-AL*, núm. 62, Montevideo, Uruguay, junio de 1975.
- Mattelart, Armand. "Appareils Idéologiques D'État et Lutttes de Classes, Chile 1970-1973, entretien avec A.M.". En *Cahier du Cinéma*, núms. 254-255, París, diciembre de 1974 y enero de 1975.
- Mattelart, Armand, "El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural", en *Comunicación y cultura*, núm. 1, Nueva Imagen, México, 1977.
- Mattelart, Armand, "El medio de comunicación de masas en la lucha de clases", en *Cine cubano*, núms. 61-70, La Habana, Cuba, 1970.
- Mattelart, Armand, "¿Hacia una cultura de la movilización cotidiana?", en *CEREN*, núm. 10, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, diciembre de 1971.
- Mattelart, Armand, "La debilidad de la izquierda ante las nuevas tecnologías del capitalismo", *El gallo ilustrado*, núm. 952, México, 14 de septiembre de 1980.
- Mattelart, Armand, "La industria cultural no es una industria ligera", en *Casa de las Américas*, núm. 77, La Habana, Cuba, marzo-abril de 1973.
- Mattelart, Armand, "La industria Sésamo", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 74, FCPS, UNAM, México, octubre-diciembre de 1974.
- Mattelart, Armand, "La prensa de izquierda y el 'poder popular'", en *Punto final*, Santiago de Chile, abril de 1971.
- Mattelart, Armand, "Los medios de comunicación de masas en un proceso revolucionario", en revista *Los libros*, Buenos Aires, Argentina, enero-febrero de 1971.
- Mattelart, Armand, "Los medios de comunicación en una situación prerrevolucionaria" en *Arte, sociedad e ideología*, núm 2, México, agosto-septiembre de 1977.
- Mattelart, Armand, "Lucha de clases, cultura socialista y medios de comunicación masiva", en *Cuadernos de la realidad nacional (CEREN)*, núm. 8, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, 1971.
- Mattelart, Armand, "Transnacionales y mercadería cultural", en *uno más uno*, México, 8 de julio de 1981.
- Mattelart, Armand, Michel Mattelart y Mabel Piccini, "Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile", en *CEREN*, núm.3, Universidad Católica de Chile, diciembre de 1970.
- Mattelart, Armand y Daniel Wacksman, "Plaza Sésamo y la coartada de la neutralidad", Suplemento cultural de *Siempre*, núm. 1038, 16 de mayo de 1973.
- Mc Anany, Emile G., "Impacto de las escuelas radiofónicas de América Latina en la educación: Una perspectiva evaluativa", *Revista del Centro de Estudios Educativos*, vol. V, núm. 2, México, 1975.
- Monsiváis, Carlos, "La izquierda no ha considerado prioritario el tema de la comunicación social", *Excélsior*, México, 8 de mayo de 1983.
- Monsiváis, Carlos, "Los de atrás se quedarán. (Notas sobre la cultura y sociedad de masas de los setenta)", *Nexos*, núm. 26, febrero de 1980.
- Nordenstreng, Kearle y Tapio Varis, "La no homogeneidad del estado nacional y la corriente internacional de la comunicación", en *Chasqui*, núm. 7, Quito, Ecuador, 1977.
- Pazos, Tzhaal y Natividad Vigueira R, "La iglesia como aparato ideológico de Estado en la Nueva España (1800-1815)", en *Cuadernos del TICOM*, núm. 17, UAM-X, México, 1983.
- Phillipoff, Robert, "Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media", en *Review Political Affairs*, julio de 1977.
- Pinto Mazal, Jorge, "Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México", *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 76, FCPS, UNAM, México, abril-junio de 1974.
- Poulantzas, Nicos, "La crisis de los partidos", en *Le Monde Diplomatique*, septiembre de 1979.

- "Privatização da TV Italiana", *Geraes*, núm 31, Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Geraes, Brasil, septiembre de 1981.
- Rabel, Malkah, "Historia del periodismo. Sus primeros pasos", en *El día*, 22 de abril de 1979.
- Rice, Morion, "La universidad abierta", en *Productividad y desarrollo*, núm. 4, México, enero-febrero de 1973.
- Rodríguez, Mauro, "Los medios de comunicación ¿están creando una nueva humanidad?", *Revista de revistas*, núm. 137, México, 15 de enero de 1975.
- Salazar Rovirosa, Alfonso, "Historia de la radiodifusión", en *Antena*, Cámara de la Industria de Radio y Televisión, México, julio de 1973.
- Sánchez Ayala, Fernando, "La telegrafía sin hilos fue el origen de la radio", en *Antena*, núm. 78, Cámara de la Industria de Radio y Televisión, México, mayo-junio de 1979.
- Silverman, Theresa y Emile G. Mc Anany, "Telé-Niger: Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context", *Information Bulletin*, núm. 8, The Clearing House and Development Communication, Washington, D.C.
- Solórzano Zinser, Javier, "Comunicación social y voluntad política", *El día*, México, 18 de junio de 1983.
- Somavia, Juan, "La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo", en *Nueva sociedad*, núm. 38, Venezuela, septiembre-octubre de 1978.
- Somavia, Juan, "La estructura transnacional de poder y la información internacional", en *Nueva sociedad*, núm. 25, San José, Costa Rica, julio-agosto de 1976.
- Tattenbach, Franz, "Análisis de los intereses del auditorio de un programa de educación radiofónica. (El caso de la 'escuela para todos', de Costa Rica)", *Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 4, México, 1974.
- UNESCO, "Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe. (Declaración de San José)", en *Nueva sociedad*, núm. 25, Venezuela, julio-agosto de 1976.
- Uribe, Hernán, "Los medios: armas de la guerra encubierta", en Argentina, Cuba, Chile: Realidad política y medios masivos, *Cuadernos del Centro de Estudios de Comunicación*, núm. 4, UNAM, México, 1979.
- Vázquez E., Marco A., "Con lucha y entrega se desarrolla la técnica de la radiodifusión", en *Antena*, núm. 74, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, 1978.
- Villagrán, Carlos, "Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación", en *Revista mexicana de ciencia política*, núms. 86 y 87, FCPS, UNAM, México, octubre-diciembre de 1977 y enero-marzo de 1978.

Notas

Introducción

¹Para obtener una visión sintética sobre la evolución de la comunicación en el mundo capitalista, consúltese Daniel Prieto Castillo. *Elementos para una teoría de la comunicación*, Instituto Latinoamericano de Estudios de la Comunicación, Estudios Superiores, México, 1977, págs. 129-136; Miguel de Moragas Spa. "El trabajo teórico y las alternativas a los 'mass media'", en José Vidal Beneyto, *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1970, págs. 63-66; Carlos Villagrán. "Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación", en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, núms. 86-87, FCPyS., UNAM, México, enero 1976, marzo 1977, págs. 75-84; Jesús Martín Barbero. *Comunicación masiva, Discurso y poder*, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1978 (Colección Intiyan, núm. 7), págs. 21-24, y Mabel Piccini. *La investigación sobre medios de comunicación en América Latina*, Simposium Nacional de la Comunicación: La Experiencia de América Latina frente a la Experiencia de Estados Unidos, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación, abril de 1978, págs. 10-16.

²Los criterios centrales para realizar esta producción de la historia de la investigación en América Latina han sido tomados de *Un solo mundo. Voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, págs. 383-385, y José Salomaó David Amorín. "El papel de la enseñanza y de la investigación en comunicaciones en América Latina", en *Actas del III encuentro nacional de Investigadores de la comunicación*, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1977, págs. 239-241.

³José Salomaó Amorín *Op. cit.*, pág. 239.

⁴Jesús Martín Barbero. *Op. cit.*, págs. 21-24

⁵José Salomaó Amorín. *Op. cit.*, pág. 240.

Capítulo 1

¹Para conocer algunos de los principales lineamientos teóricos y metodológicos que caracterizan el desarrollo de dichas corrientes, consúltese Gilberto Giménez, Jaime Goded, y Rubén Jara. *Memorias del encuentro; tres enfoques para el estudio de la comunicación: funcionalismo, reestructuralismo y marxismo*, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación, México, octubre de 1976.

²Acerca de este aspecto, es conveniente aclarar que aunque el estructuralismo sí recurre a un cierto principio de "totalidad" social para explicar la génesis y evolución de los fenómenos sociales, y en especial de la comunicación colectiva, este criterio es una categoría deformada puesto que concibe a la totalidad como un conjunto de "estructuras autónomas que se influyen reciprocamente.

El sujeto ha desaparecido o, más exactamente, el auténtico sujeto, el hombre como sujeto objetivamente práctico es sustituido por un sujeto fetichizado, mitologizado, cosificado por el movimiento autónomo de las estructuras. La totalidad, en un sentido materialista, es creación de la producción social del hombre, mientras que para el estructuralismo la totalidad surge de la acción recíproca de las conexiones y estructuras autónomas". Karel Kosik. "La totalidad concreta", en *Dialéctica de lo concreto*, Grijalbo, México, 1967, pág. 75. Dicha concepción de totalidad no aborda la explicación de la realidad desde una auténtica interpretación de la misma. Por el contrario, la fracciona y la concibe desde una óptica atomista que fetichiza su representación. En consecuencia, la interpretación estructuralista de la práctica de difusión de masas y de sus instrumentos de implantación merece la misma crítica aplicada al estructuralismo: es una ideología que, en las sociedades de clases, encubre el verdadero carácter estructural que desempeña el sistema de comunicación de masas, que impide su transformación en función de un nuevo proyecto de relaciones sociales, y que reproduce con ligeras variantes la relación de dominación cultural que se entabla entre emisor y receptor.

Asimismo, es necesario puntualizar que aunque diversos autores marxistas emplean la categoría de "totalidad" para interpretar los fenómenos sociales, ésta no corresponde al estatuto materialista de totalidad, sino a la concepción estructural de la misma. Nos referimos en especial a Marta Harnecker, quien delimita a la totalidad como "un todo que está formado por un conjunto de elementos yuxtapuestos que no tienen ninguna forma específica". Marta Harnecker. *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, Siglo XXI, México, págs. 79-80.

³ Oswaldo Capriles. "Política de comunicación y sistema de difusión masiva", en *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela*, Instituto de Estudios de la Comunicación (ININCO), UCV, Suma, Caracas, Venezuela, 1976, pág. 27.

⁴ Armand Mattelart. *La cultura como empresa multinacional*, ERA, México, 1974 (Serie popular, núm. 25), pág. 164.

⁵ *Loc. cit.*

⁶ El materialismo histórico o ciencia de la historia, tiene por objeto el concepto de historia, a través del estudio de los diversos modos de producción y formaciones sociales, de su estructura, de su constitución y de su funcionamiento, y de las formas de transición de una formación social a otra. Nicos Poulantzas. *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*, Siglo XXI, México, 1976, pág. 1.

⁷ El materialismo dialéctico o filosofía marxista tiene por objeto propio la producción de los conocimientos, es decir, la estructura y el funcionamiento del proceso de pensamiento. Propiamente hablando, el materialismo dialéctico tiene por objeto la teoría de la producción científica. En efecto, si el materialismo histórico fundó, en un mismo movimiento teórico, el materialismo dialéctico como disciplina distinta es porque la constitución de una ciencia de la historia, es decir, de una ciencia que define su objeto como constitución del concepto de historia-materialismo histórico-, condujo a la definición de una teoría de la ciencia, que comprende la historia como parte integrante de su objeto propio. *Loc. cit.*

⁸ Carlos Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador)*, 1857-1858, tomo I, Siglo XXI, 1971, México, 1971, pág. 21.

⁹ Karel Kosik. *Op. cit.*, pág. 62.

¹⁰ Madeline Grawitz. *Méthodes des Sciences Sociales*, Dallos, París, 1974, pág. 119.

¹¹ Karel Kosik. *Op. cit.*, pág. 56.

¹² *Ibid.*, pág. 61.

¹³ *Ibid.*, pág. 63.

¹⁴ La expresión "mala totalidad" proviene de Kurt Konrad, quien en una aguda polémica con el formalismo distingue la totalidad concreta del marxismo de la mala o falsa totalidad del estructuralismo. Cfr. Kurt Konrad. *Contraste del contenido y la forma*, Stredisko, 1934.

¹⁵ Karel Kosik. *Op. cit.*, págs. 74-75. Para abundar sobre la naturaleza y función de la pseudoconcreción, revisar "Dialéctica de la totalidad concreta", en *Dialéctica de lo concreto*. *Op. cit.*, págs. 25-82.

¹⁶ Véanse las críticas de A. Mattelart a la corriente funcionalista, especialmente en el ámbito de la "Communication Research", en Mattelart, Armand, Mattelarte, Michel; Piccini, Mabel. "Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile", en *Cuadernos de la realidad Nacional*, núm. 3, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, diciembre de 1970, págs. 11-23.

¹⁷ El desarrollo de esta actividad crítica en América Latina es tanto más urgente "cuanto que una de las concepciones que circula sobre la cultura de masas en varios medios críticos de esta cultura, tiene como resultado práctico aislar el análisis y el entendimiento de los productores culturales de la existencia concreta de los hombres en un sistema integrado de dominación. Una visión

idealista que tiende a enfocar los bienes de esta cultura como objetos y signos muertos o almacenados, que las corporaciones de la metrópoli emiten o emitieron, sin considerar las circunstancias históricas en que nacieron y se plasmaron". Armand Mattelart. *La cultura como empresa multinacional*, op. cit., pág. 164.

¹⁸Ibid., pág. 11.

¹⁹Es únicamente apoyados en esta norma de desciframiento de la comunicación de masas que podemos superar el conocimiento compartimentado de la misma y comprender "cuán cerca está el *mass-murder* de los *mass-media*. Está tan cerca como la película pornográfica, o el *sexhop* neoyorquino de Times Square lo están de los interrogatorios policiales y las torturas que practican en Bolivia, en Brasil, en Uruguay y en Laos los asesores norteamericanos y sus peones locales". Ibid., pág. 163.

En otras coordenadas superestructurales, gracias a este criterio de desmontaje de los hechos simbólicos podemos descubrir que "la mitología de supermán no ha surgido de la imaginación de su guionista. Como tampoco la nueva ola de teleseries educativas tipo *Sesame street* (*Plaza Sésamo*), brota de las buenas intenciones de un grupo de expertos en conducta infantil de la Fundación Ford. Todos estos mensajes culturales plasman necesidades concretas e históricas de la metrópoli, en un momento determinado, tanto en su empresa de pacificación interna como en su proyecto expansionista. El supermán de la preguerra no es el supermán de la época de la guerra de Vietnam. Sobre todo cuando la International Telegraph and Telephone (ITT) inventa aparatos de detección electrónica por rayos infrarrojos para que los vehículos del ejército sudvietnamita y sus asesores puedan localizar a los "vietcongs" en la obscuridad, pasando de hecho la supervista del popular superhombre al rango de juguete artesanal". Ibid., págs. 11-12.

Por último, es solamente basados en este modelo de observación crítico de los fenómenos culturales que podemos revelar cómo la iniciativa e implementación cultural del imperialismo en sus zonas periféricas de influencia está determinada por las necesidades de reproducción y expansión de su capital monopolístico. Por consiguiente, observamos que existe una relación proporcional de tipo cualitativo entre el desarrollo del imperialismo a nivel de la base material de las formaciones sociales latinoamericanas, y entre la penetración imperialista a nivel de la superestructura de conciencia de las mismas.

Sobre esta relación constatamos, en el caso del Cono Sur, que "el pacto ITT-CIA del que tanto se ha hablado en Chile, podía observarse en todos los niveles, y resultaba muy difícil continuar compartimentando lo cultural de lo político y lo económico. Al respecto, es interesante señalar como un dato más que tres meses después de la instalación de la junta en Santiago, las compañías electrónicas aeroespaciales estadounidenses (o brasileñas) comenzaron a proponer al gobierno la instalación de la televisión en colores. Cuando un país cae nuevamente en las garras del imperialismo, cae automáticamente en un modelo de desarrollo copiado del de las multinacionales". Armand Mattelart. "Aparatos ideológicos de estado y lucha de clases", en *Frentes culturales y movilización de masas*, Ed. Anagrama, 1a. ed., Barcelona, España, 1977 (Elementos críticos, 3) pág. 43.

²⁰Armand Mattelart. *La cultura como empresa multinacional*, op. cit., pág. 12.

²¹Al respecto, consúltese Camilo Taufic. *Periodismo y lucha de clases*, De La Flor, Buenos Aires, Argentina, 1974, pág. 17.

²²Armand Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973, pág. 74.

²³Hugo Assman. *Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicaciones masivas*, XI Congreso, Latinoamericano de Sociología, San José, Costa Rica, 1974, pág. 4.

²⁴Armand Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, op. cit., pág. 19.

²⁵Armand Mattelart. "Comunicación y cultura de masas", en Armand Mattelart y otros. *Comunicación masiva y revolución socialista*, Diógenes, México, 1972, pág. 66.

²⁶Al respecto, es útil revisar Jaime Goded. "El enfoque marxista en el estudio de la comunicación", en revista *Comunicación e ideología*, núm. 4, Comunicación e Ideología, México, 1967, pág. 16.

²⁷Entendemos por relaciones determinantes aquel tipo de operaciones sociales que se derivan de las estructuras determinantes de la sociedad, y que, obedeciendo a la naturaleza que les imprime su estructura genética, desempeñan la función de definir, en última instancia, el proceso y el carácter de la existencia y reproducción de la formación social. En la sociedad capitalista, es la estructura económica la que desempeña la tarea de estructura determinante; en consecuencia, son las relaciones económicas las que, en última instancia, modelan orgánicamente el proceso de la comunicación y difusión social.

Comprendemos por relaciones dominantes aquellos tipos de enlazamientos sociales destinados a efectuar la reproducción de la formación social, en función del modo de producción funda-

mental. En el sistema capitalista, a diferencia de otros modos de producción, la estructura económica y sus relaciones propias, son las que se encargan de reproducir las directrices fundamentales de la base material y en consecuencia de la estructura social.

Al respecto, es conveniente prever los errores de L. Althusser sobre el proceso de reproducción de la base material. Consúltese H. Langrange. "A propósito de la escuela", en *Sobre el método marxista*, Grijalbo, México, 1973 (Teoría y praxis, 3), págs. 185-204.

²⁸ Algunos buenos ejemplos de cómo abordar o intentar estudiar la difusión de masas desde una perspectiva totalizadora, los encontramos en A. Mattelart. "Lucha de clases, cultura socialista y medios de comunicación masiva", en *Cuadernos de la Realidad Nacional (CEREN)*, núm. 8, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, 1971; A. Mattelart. "La prensa de izquierda y el 'poder popular'", en rev. *Punto final*, Santiago de Chile, abril de 1971; A. Mattelart. *Mass Media, Ideologies et Mouvement Revolutionnaire*, Anthoropos, París, 1974; A. Mattelart. "Appareits ideologiques D'Etat et luttes de Classes, Chile, 1970-1973, Entretien avec A.M.", en *Cahier du Cinema*, núm. 254 255, París, dic. 1974- enero 1975, A. Mattelart. "La industria cultural no es una industria ligera", en rev. *Casa de las Américas*, núm. 77, La Habana, Cuba, marzo-abril, 1973; A. Mattelart. "¿Hacia una cultura de la movilización cotidiana", en *CEREN*, núm. 10, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, diciembre de 1971; A. Mattelart. *La Cultura como empresa multinacional*, op. cit.; A. Mattelart. "Los medios de comunicación en una situación prerrevolucionaria", en revista *Arte, sociedad, ideología*, núm. 2, México, agosto-sept., 1977; A. Mattelart. "El imperialismo en Busca de la contrarrevolución cultural", rev. *Comunicación y cultura*, núm. 1, Nueva Imagen, México, 1977; A. Mattelart. *Multinacionales y Sistemas de Comunicación*, Siglo XXI, 1a. ed., México, 1977.; A. Mattelart. *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*, Siglo XXI, 2a. ed., Argentina, 1972; A. Mattelart. "Notas sobre el 'gremialismo' y la línea de masas de la burguesía chilena", en varios autores, *Chile vencerá*, Roca S.A., México, 1974; A. Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973; A. Mattelart. "La industria Sésamo", en *Revista Mexicana de Ciencia Política*, núm. 74, (Cornies y Televisión), UNAM, F.C.P.S. México, octubre dic. 1974; A. Mattelart. "Los medios de comunicación de masas en un proceso revolucionario", en revista *Los libros*, Buenos Aires, Argentina, enero-febrero de 1971; A. Mattelart. El medio de comunicación de masas en la lucha de clases", en revista *Cine Cubano*, núms. 61-70, La Habana, Cuba, 1970; A. Mattelart, Biedma, P., y Funes, S. *Comunicación masiva y revolución socialista*, op. cit.; A. Mattelart; Castillo, C. y Castillo, L. *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente. La respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo*, Signos, Argentina, 1972; A. Mattelart, Mattelart, M. y Piccini, M. "Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile", en *CEREN*, núm. 3, Universidad Católica de Chile, 1970; A. Mattelart, Dorfman, A. *Para leer al Pato Donald*, Siglo XXI, México, 1974; Mattelart, M. *La cultura de la opresión femenina*, ERA, 1a. ed., México, 1974; Bernal Sahagún, Víctor M. *Anatomía de la publicidad en México*, Nuestro tiempo, 1a. ed., México, 1974; M. Piccini. *La situación de los medios de comunicación en Argentina*, trabajo presentado en el simposium Comunicación y Dependencia en América Latina, UNAM, FCPS, Cursos de invierno 1978, México, 13-24 de febrero de 1978; J. Somavía. "La estructura transnacional de poder y la información internacional", en revista *Nueva sociedad*, núm. 25 (Comunicación de Masas), San José, Costa Rica, julio-agosto de 1976; y otros más.

²⁹ Por ejemplo, el tipo de análisis de la revista *Nacla Newsletter*, núm. 9, 1969; o el capítulo "Jungsozialisten Zur Medienpolitik", en el *Libro de la juventud del SPD alemán*; Überwindet den Kapitalismus, orden, Was Wollen die Jungsozialisten, Reimberk kei Hamburg, 1971.

³⁰ Hugo Assman. "Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva", en *Teología desde la praxis de la liberación*, Sígueme, 2a. ed., Salamanca, España, 1976, pág. 251. Es igualmente necesario aclarar que "toda perspectiva socialista que no llegue más allá de un ataque a las actuales condiciones de propiedad, tendrá un carácter limitado". H. Magnus. Enzensberger. "Integrantes de una teoría de los medios masivos de información", en J. Goded (comp.), *Los medios de la comunicación colectiva*, UNAM, FCPS, México, 1976. (Lecturas, 1).

³¹ Hugo Assman. "Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva", op. cit., pág. 249.

³² Al Aplicar este criterio a la disimétrica estratificación social que se da en la sociedad capitalista, esto representa que es necesario "delinear el rostro general del poder ideológico del enemigo de clase, desde la especificidad de la comunicación masiva". Armand Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, op. cit. pág. 27. Sobre esta situación, es conveniente considerar los obstáculos culturales que presentan algunos sectores de la izquierda latinoamericana para concebir la lucha ideológica como parte integrante de la lucha de clases, lo que significa también una imposibilidad para comprender que es posible partir del fenómeno comunicativo para analizar un proceso

social global, sin que esto signifique "autonomizar una instancia superestructural". Consúltese la misma obra, págs. 11-13.

³³ Armand Mattelart. *Los medios de comunicación de masas...*, op. cit., pág. 23.

³⁴ Para comprender el concepto de aparatos ideológicos, consúltese, entre otros: Nicos Poulantzas. *Poder político y clases sociales en el estado capitalista*, op. cit., págs. 247-290; Nicos Poulantzas. *Fascismo y dictadura*, Siglo XXI, México, 1971, págs. 353-365; Louis Althusser. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 1975, págs. 26-42; Mario Monteforte Toledo. "Las ideologías", en varios autores, *Literatura, ideología y lenguaje*, Grijalbo, México, 1976, págs. 185-190; Saul Karsz. *Theorie et Politique: Louis Althusser*, Fayand, París, 1974, págs. 218-238; Christine Buci-Clucksmann. *Gramsci y el Estado. Hacia una teoría Materialista de la filosofía*, Siglo XXI, México, 1978, págs. 65-91; Javier Esteinou M. *Sobre el estatuto teórico de los aparatos ideológicos de estado*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Centro de Documentación e Investigación para la Comunicación Masiva (CEDICOM), México, D.F., septiembre de 1977, 22 pp.

³⁵ Al respecto, es conveniente revisar los planteamientos que propone Mabel Piccini para analizar la comunicación masiva dentro del terreno de las ideologías, en *La situación de los medios de comunicación en Argentina*, op. cit., pág. 2.

³⁶ Eliseo Verón. "Lenguaje y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", en varios autores, *Lenguaje y comunicación social*, Nueva Visión, Argentina, 1967, págs. 134-140.

³⁷ Heriberto Muraro. *Neocapitalismo y medios de comunicación* (Premio Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1974), Ed. Eudeba, 1a. ed., Buenos Aires, Argentina, 1974, pág. 13. Es conveniente destacar que la violencia y la pornografía no son los problemas más importantes. Sólo cobran importancia, desde un punto de vista heurístico, en la medida en que se encaran como productos de representaciones colectivas (éstas últimas en relación íntima con el sistema de valores de la clase dominante), y en la medida en que su enjuiciamiento cuestiona los privilegios y las estructuras de poder monopolizadas por dicha clase. Toda denuncia de los efectos de los medios de comunicación de masas acerca de incitación a la violencia, vulgaridad y pornografía que se aleje de este principio fundamental, corre el riesgo de hundirse en una tautología, puesto que se recurre al concepto burgués para condenar un subproducto necesario del orden burgués. La clase dominante, por lo demás, tiene un amplio interés en que su concepto de violencia y las bases de su actitud moralista sean las que sirvan de instrumentos para denuncia: *in foeto* está el fracaso de este profetismo denunciador que no puede superar el verbalismo. De hecho significa entrar en la lógica implacable del sistema de la clase dominante. Cfr. Armand Mattelart. *Los medios de comunicación de masas*, op. cit., pág. 70.

Por otra parte, es necesario considerar que los críticos culturalistas, aún los mejor intencionados, suelen olvidar que todos los medios de comunicación de masas de un país conforman un sistema de permanente interacción. Cualquier ataque a nivel cultural de un tipo de programa que considere a éste de manera atómica, sin relacionarlo con los otros medios, es científicamente falso. Así, por ejemplo, las respuestas de aquellos que entienden que sería necesario eliminar los "teleteatros" comunes debido a su carácter melodramático, irreal, represivo, etc., suelen olvidar que este género ha sido sustituido por las revistas de fotonovelas. Cfr. Heriberto Muraro. *Neocapitalismo y medios de comunicación*, op. cit., págs. 218-219.

³⁸ Armand Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, op. cit., pág. 23.

³⁹ *Ibid.*, pág. 34.

Capítulo 2

¹ Por Aparatos de Difusión de Masas (ADM) entendemos al conjunto de instituciones e instrumentos culturales que, derivados del vertiginoso desarrollo tecnológico que alcanzan las fuerzas productivas con la primera, segunda y tercera revoluciones industriales (tecnología especialmente de carácter electrónico), son capaces de producir, distribuir e inculcar la ideología de la clase o fracciones de clase que los detenta, en la proporción más voluminosa, en la cobertura más amplia, y con la incidencia más constante sobre los múltiples campos de conciencia de los diversos grupos sociales que componen la formación social en que se inscriben. Todo esto con el objeto de convalidar colectivamente sus intereses y necesidades de fracción de clase particular para reproducirse en la esfera de poder que le corresponde, según sean las necesidades de cada coyuntura histórica por la que atraviesa.

Entre las modalidades más sobresalientes de aparatos de difusión de masas reconocemos a la televisión, la radio, la prensa, el cine y su nuevo complejo tecnológico de prolongación física a través de satélites, comunicación axial, teleprensa, microondas, etcétera.

Para ampliar la perspectiva acerca de cuáles son los principales medios modernos de difusión de masas, consúltese J.M. Martínez. "Para entender los medios de comunicación y relaciones sociales", en *Ideología y medios de comunicación*, autores varios, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina, 1974, pág. 116; Hans Magnus Enzensberger. "Integrantes de una teoría de los medios de comunicación masiva", en Jaime Goded (comp.), *Los medios de comunicación colectiva*, op. cit., pág. 67; y Camilo Tauffic. *Periodismo y lucha de clases*, op. cit., pág. 30-32.

² Para conocer cuáles son algunos de los estudios empiristas que se desarrollan en este periodo, consúltese M.L. De Fleur, "La Primera Guerra Mundial y la teoría mecanicista 'estímulo-respuesta'", en *Teorías de la comunicación masiva*, Paidós (Mundo Moderno, 57), Buenos Aires, Argentina, págs. 165, 174.

³ Para una visión global sobre las principales características del funcionalismo al analizar la comunicación de masas, consúltese Javier Esteinou, *El estudio materialista de la comunicación de masas*, Centro de Documentación Para la Comunicación Masiva, (TICOM), Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1979, pág. 38.

⁴ Raymond Williams. *Los medios de comunicación social*, Península, Barcelona, España, 1974, pág. 33.

⁵ Marshall Mc Luhan. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México, 1965, pág. 28. Para comprobar cómo dicho autor analiza el origen de la prensa, los comics, el cine, la radio y la televisión como medios masivos de comunicación, revisar respectivamente en la segunda parte del mismo texto los siguientes capítulos: 21, 17, 29, 30 y 31.

⁶ Fernando Wagner. *La televisión, técnica y expresión dramática*, Labor, Barcelona, España, 1972 (Nueva colección labor, 143), pág. 14.

⁷ Wilbur Schramm. "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo, en varios autores, *Evolución política y comunicación de masas*, 1a. ed., Princeton University Press, 1965, págs. 30-57.

⁸ Denis Mc Quail. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1972, pág. 13.

⁹ David Riesman et al. *The Lonely Crowd*, Yale University Press, Nueva Haven, 1950. Especialmente consúltese el capítulo 1. (Hay traducción: *La muchedumbre solitaria*, Buenos Aires, Argentina, 1964.)

¹⁰ Williams L. Rivers y Wilbur Schramm. "El Impacto de las comunicaciones de masas", en *Responsabilidad y comunicación de masas*, Argentina, Troquel, Buenos Aires, 1973, págs. 14-15.

¹¹ Charles R. Wright. *Comunicación de masas*, Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1972, pág. 15.

¹² Williams L. Rivers y Wilbur Schramm. *El impacto de las comunicaciones de masas*, op. cit., pág. 15.

¹³ Hugo Gutiérrez Vega. "Observaciones sobre el cine, la radio, la televisión y las historias cómicas", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 74, Ed. Universidad de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Año XIX, Nueva época, México, octubre-diciembre de 1973, págs. 5-13. Aunque en esta primera fase de su producción el autor, construye una versión muy historicista de la transformación de los aparatos de difusión de masas, en una segunda época de su formación supera considerablemente estos planteamientos al interpretar la dinámica de transformación de los medios ligada con el proceso de reproducción de la formación capitalista contemporánea. Nos referimos al texto *Información y sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1974 (Archivos del Fondo, 13).

¹⁴ Rafael Gutiérrez Chavero. "Los itinerarios de la comunicación", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 69, Universidad Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Año XVIII, Nueva época, México, julio-septiembre de 1972, págs. 95-99.

¹⁵ Fernando Terrou. *La información*, Marte Ávila, 1a. ed. Caracas, Venezuela, 1969.

¹⁶ Mauro Rodríguez. "Los medios de comunicación ¿están creando una nueva humanidad?", *Revista de revistas*, núm. 137, México, 15 de enero de 1975, págs. 20-21.

¹⁷ Agmar Frug. "Del telégrafo al satélite" (primera parte), en revista *Antena*, núm. 17, órgano oficial de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México, diciembre de 1972, págs. 14-15, y "Del telégrafo al satélite", (segunda parte), en revista *Antena*, núm. 23, México, junio de 1973, pág. 5.

¹⁸ Alfonso Salazar Roviroso. "Historia de la radiodifusión", en revista *Antena*, núm. 24, órgano oficial de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión, México, julio de 1973, págs. 25-26.

¹⁹ José A. Villamil Duarte. *Publicidad mexicana. Su historia, sus instituciones, sus hombres: 1300-1970*, Demoscopia, y Medios Publicitarios Mexicanos, México, 1971, págs. 123-124 y 162-163.

²⁰ Malkah Rabell. "Historia del periodismo: sus primeros pasos", en *El día*, 22 de abril de 1979, pág. 10.

²¹ Nos referimos a las series de estudios descriptivos y atomizados elaborados por diversos grupos de asesores de la UNESCO, sobre las políticas de comunicación y cultura en América Latina, que no rebasan el ámbito tecnológico del problema, y pretenden aportar un patrón de objetividad histórica para analizar la comunicación de masas en cada país de la región. Cfr. las series: "Políticas de comunicación" y "Políticas culturales". Entre las más sobresalientes figuran, por su alto grado narrativo, Jaime Fonseca M. *Las políticas de comunicación en Costa Rica*, UNESCO, París, 1976, Nelly de Camargo, *Las políticas de comunicación en el Brasil*, UNESCO, París, 1975, pág. 83; Alberto Carrezo-Aljamo; Iván Botero Páramo, Luis Alberto Arenas y Alberto Umana. *Las políticas de comunicación en Colombia*, UNESCO, París, 1976, pág. 49; y muchas otras más.

Al parecer, todavía a finales de 1979, esta política de investigación de la más relevante institución cultural del mundo occidental no había cambiado, sino que, al contrario, sus programas de trabajo hablaban de un nuevo reforzamiento de esta tendencia. Es decir, las directrices de investigación de la UNESCO en materia de medios de comunicación, para los próximos años, reflejaban una fuerte inclinación para reproducir, en dimensión ampliada, la línea del historicismo funcionalista en el campo de la historia de los aparatos de masas. El caso más destacado lo encontramos en el ambicioso proyecto que, bajo los auspicios de la Cinemateca Búlgara y de la UNESCO, perseguía reconstruir cronológica y detalladamente la historia completa del cine mundial. Apoyado por un equipo de 15 países, cuya coordinación estaba en manos de Guido Aristarco (Italia), Roman Gubern (España) y Todor Andreykov (Bulgaria), se pretendía escribir 17 volúmenes de un millar de páginas cada uno, dividiendo la historia del cine en las siguientes zonas mayores: antecedentes y cine mudo (vols. 1 al 4), cine sonoro hasta 1939 (vols. 5 y 6), Segunda Guerra Mundial (vols. 7 y 8), periodo 1945 - 1960 (vols. 9 al 12) y periodo 1961 - 1980 (vols. 13 al 17). A esto se agregó un volumen 18, por el índice.

Los acuerdos metodológicos en este campo, nos hablan de una clara reconstrucción de un historia funcionalista del cine, tanto de corte lineal como de perfil tecnocrático. Los avances más destacados nos muestran que después de adoptar algunas medidas técnicas de trabajo, la comisión se preocupa, prioritariamente, por aspectos secundarios de la investigación, y no por el contenido científico de la misma. Así, envían a China a Jovis Ivens para que no quede fuera esa industria cinematográfica y para estudiar descriptivamente otras zonas de conflicto. Se acuerda también que la división por épocas y volúmenes será general para todos los países, pero que en cada uno de ellos se fijará el pormenor de otras divisiones. Para la cronología del cine español, por ejemplo, pueden importar las fechas de comienzo y fin de la Guerra Civil (1936-1939), o de la muerte de Franco (1975), mientras que a Estados Unidos le puede importar mucho el impacto de la televisión, con sus consecuencias de 1953 (cine en relieve, cinemascope, cinerama, etc.). Existió consenso en que el tema cinematográfico se amplía de varias maneras y que eso debe ser reflejado en su historia, como es el caso de manifestaciones marginales (cine amateur, cine independiente, cine pornográfico, cine para T.V.), el de la producción comercial de consumo, aunque no tenga interés artístico propio, y el de ciertas expresiones derivadas, como son el festival, la revista y el libro de cine. Se piensa llegar incluso a una historia comparada con otros medios de comunicación que se han vinculado con el cine: la historieta, la radio, la televisión.

Sin embargo, en opinión de Homero Alsina Thevenet estos acuerdos dejan pendientes enormes incógnitas sobre la metodología, que serán el trabajo del primer año, porque habrá que elegir entre opciones. La historia del cine se puede escribir con el énfasis en los creadores (Chaplin, Griffith, Eisenstein, Bergman), o en escuela, géneros o tendencias (comedia, aventura, neorealismo, documental inglés). Se la puede escribir año por año, juntando, por ejemplo, todo el cine mundial de 1938 o el de 1962, y eso dará ilustración sobre algunas coordenadas entre un país y otro, pero a su vez ese enfoque no permitirá ver claramente la evolución de personalidades y de industria. Y como el cine es un arte colectivo, deberá recordarse esa complejidad para que los escritores no queden oscurecidos por sus directores y para que se vea a Gregg Toland detrás de Samuel Goldwyn, de Orson Welles y de William Wyler. Para mayor información, consúltese "La UNESCO: carente una historia del cine", *Uno más uno*, México, 17 de abril de 1979, pág. 16.

²² Nos referimos a los textos: "La T.V. llega a Tierra de Fuego", revista *Radio y T.V.*, núm. 12, *Revista internacional de la industria radial*, vol. 5, abril de 1969, págs. 19-23; "Panorama de la televisión en Ecuador", revista *Radio y T.V.*, núm. 2, vol. 4, julio de 1967, págs. 18-20; "Ondas de Pacífico. Decana de las emisoras ecuatorianas", revista *Radio y T.V.*, núm. 11, vol. 4, págs. 8 y 10; y "Orígenes de la radiodifusión guayaliqueña", revista *Radio y T.V.*, núm. 3, vol. 6, agosto de 1969, págs. 12-15.

²³ Antonio Pasquali. *Comunicación y cultura de masas*, Monte Ávila, Venezuela, 1972, pág. 550.

²⁴ Fernando Sánchez Ayala. "La telegrafía sin hilos fue el origen de la radio", en revista *Antena*, núm. 78, Año 7, México, mayo-junio de 1979, págs. 14-19.

²⁵ Raúl Cremoux. *¿Televisión o prisión electrónica?*, Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., México,

1974, págs. 11-15. Aunque el planteamiento central en la primera parte del texto expresa una concepción lineal y tradicional de esta realidad comunicativa, en la última sección de la investigación se reevalúa ligeramente el carácter superestructural del texto al introducir marginalmente algunas variables económicas de la radio y la televisión en México (consúltese págs. 109-117).

²⁶ Felipe Gálvez Cancino. *Los felices del alba. La primera década de la radiodifusión mexicana*, tesis de licenciatura, Escuela de Periodismo y Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1975.

²⁷ Miguel Álvarez Acosta. *La radiodifusión*, en Primer Seminario Para el Estudio de las Comunicaciones y los Transportes en México, Instituto de Estudios Políticos y Sociales (IEPES), octubre de 1974.

²⁸ Marco A. Vázquez E. "Con lucha y entrega se desarrolla la técnica de la radiodifusión", en revista *Antena*, núm. 74, órgano oficial de la Cámara Nacional de Industria de Radio y T.V., año 6, México, 1978, págs. 21-22

²⁹ Jorge Mejía Prieto. *Historia de la radio y la televisión en México*, Octavio Colmenares, México, 1972, pág. 322.

³⁰ Nos referimos a los artículos "TELEvisa. Síntesis y proyección de la T.V. comercial mexicana", en revista *Antena*, núm. 64, año 6, marzo de 1974, págs. 14-18; y "XXV aniversario del canal 5. González Camarena, pionero genial", en *Ibid*, págs. 18-22.

³¹ Nos referimos a todos los textos sobre *La televisión mexicana* incluidos en el número 29 de la revista *Comunicaciones y Transportes*, III Época, México, julio-agosto de 1976. Al parecer, en el caso de la historia de la radiodifusión mexicana, esta tendencia historicista también se reforzó desde el momento en que se constituye oficialmente, en 1977, la Asociación de Iniciadores de la Televisión Mexicana, A.C. propuesta por Emilio Azcárraga Milmo, se constituye dicha asociación con 60 miembros pioneros de la radiodifusión, con objeto de realizar la historia de la T.V. mexicana con base en películas, cinecopios, *videotapes*, fotografías, etc., y elaboran un documento que, a juicio del Secretario de Gobernación, Lic. Jesús Reyes Heróles, debe formar parte del Archivo General de la Nación. "Quedó constituido el grupo 'Iniciadores de la Televisión Mexicana, A.C.'; harán la historia de nuestra T.V.", *El Heraldo de México*, 31 de mayo de 1977, págs. 3-D.

³² Leonardo Acosta. "Medios masivos e ideología imperialista", en revista *Casa de las Américas*, núm. 77, Imperialismo y medios de comunicación, Año XIII, marzo-abril de 1973, La Habana, Cuba pág. 7.

³³ Vicente Verni. *El quinto poder*, Iberomexicana, México, 1955, págs. 17-24.

³⁴ Anfbal Arias Ruiz. *El mundo de la televisión*, Guadarrama, 1a. ed., Madrid, España, 1971, págs. 27-43

³⁵ Manuel Michel. *Reflexiones sobre la T.V.*, en Primer Seminario de Estudio de los Problemas de los Medios de Comunicación en México, Instituto de Estudios Políticos y Sociales, IEPES, México, 1973, págs. 2-4.

³⁶ Carlos González Alonso. "El mundo impreso" (I y II), *El día*, 4 de abril de 1979 y 5 de mayo de 1979.

³⁷ Luis Arrieta Erdozain. "Notas para una semiótica estructuralista de la imagen cinematográfica", en *Cuadernos de comunicación*, núms. 37-38, julio-agosto de 1976, México, págs. 6-9.

³⁸ Lancelot Obgen. *From Clave Painting To Comic Strip: A Kaleidoscope of Human Communication*, Londres, 1949.

³⁹ Aurelio Pérez. "El origen de los medios masivos", en *Memorias del primer seminario de comunicación*, Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Anáhuac, México, 1973, págs. 147-161.

⁴⁰ Para alcanzar un conocimiento global sobre el tipo de desarrollo que ha alcanzado la corriente crítica de la comunicación, especialmente en América Latina, consúltese Mabel Piccini. *La investigación sobre los medios de comunicación en América Latina*, en Simposium Nacional de la Comunicación: La Experiencia de América Latina Frente a la Experiencia de E.U.A., México, Universidad Iberoamericana Departamento de Comunicación, 3 de abril de 1978, págs. 10-16; Hugo Assman. "Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva", en *Teología desde la praxis de la liberación*, Sígueme, Salamanca, España, 1976, págs. 247-248; y Jesús Martín Barbero. *Comunicación masiva: Discurso y poder*, CIESPAL, 1a. ed., Quito, Ecuador, 1978 (Colección Intiyan), págs. 18-24.

⁴¹ Hasta el momento, los únicos trabajos críticos que conocemos que plantean de manera muy aproximada el origen histórico de los aparatos de comunicación de masas en la formación capitalista, son: Marcos A. Gandasegui. "Estructura social y medios de comunicación masiva", en revista *Casa de las Américas*, La Habana, Cuba, mayo-junio de 1976, tomado del periódico *El día*, sección "Testi-

monios y documentos”, 6 sept. de 1976, pág. 19; Carlos Villagrán. “Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación”, en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, núms. 86-87, UNAM, FCPS, México, oct.-dic. de 1977, enero-marzo de 1978, págs. 73-84; *Periodismo y lucha de clases*, op. cit., págs. 43-45 y 63-65; y Kearle Nordenstreng; Tapio Varis. “La no homogeneidad del estado nacional y la corriente internacional de la comunicación”, en revista *Chasqui*, núm. 7, Quito, Ecuador, 1974, págs. 58-70; Ida Paz. *Medios masivos, ideología y propaganda imperialista*, Casa del Libro, La Habana, Cuba, 1977, págs. 109-116; Luis Esparza. *Los aparatos de comunicación de masas en la historia del capitalismo*, mimeografiado, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1979, pág. 33. Por último, para el caso del surgimiento de la publicidad y los medios en México, véase Víctor Bernal Sahagún. “México: la publicidad”, en *T.V. cine, historietas y publicidad, cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación*, núm. 2, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1978, págs. 54-66; y del mismo autor, *Anatomía de la publicidad en México*, op. cit., págs. 9-84.

⁴² Carlos Marx. *El Capital. Crítica de la Economía Política*, vol. 1, Fondo de Cultura Económica, México, 1973, pág. 302.

⁴³ Para obtener un panorama sobre el grado en que se incrementa la productividad de las fuerzas productivas en esta etapa del desarrollo capitalista, consúltese Henry Seé. *Los orígenes del capitalismo moderno*, Fondo de Cultura Económica, México, 1961, págs. 97-109; Paul Bairoch. *Revolución industrial y subdesarrollo*, Siglo XXI, México, págs. 239-303 y 312-390; Robert L. Heilbroner. *La formación de la sociedad económica*, Fondo de Cultura Económica, México, 1974, págs. 142-159; Ernest Mandel. *Tratado de economía marxista*, tomo I, ERA, México, 1974, págs. 109-117; y tomo II, págs. 11-56; y Carlos Marx. *El capital*, vol. 1.

⁴⁴ Carlos Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador) 1857-1858*, op. cit., pág. 24. Para comprender qué función desempeña el proceso de circulación de las mercancías en la consolidación del modo de producción capitalista, o más bien, para entender cómo el capitalismo se impone como modo de producción dominante a través de la dinámica de la circulación frente al modo de producción feudal, consúltese Luis Esparza. *Los aparatos de difusión de masas en la historia del capitalismo*, op. cit., págs. 1-7.

⁴⁵ *Ibid.*, págs. 26, 29.

⁴⁶ *Ibid.*, pág. 29.

⁴⁷ *Ibid.*, pág. 30.

⁴⁸ Carlos Marx. *El capital*, vol. II op. cit., pág. 111.

⁴⁹ Carlos Marx. *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política*, op. cit., pág. 35.

⁵⁰ *Ibid.*, pág. 13.

⁵¹ *Ibidem.*

⁵² Desde el punto de vista económico, distinguimos entre medios de comunicación material, que son aquellas obras infraestructurales que permiten la circulación física de las mercancías desde su centro de producción a su centro de consumo; y medios de difusión masiva, que más adelante definiremos como las instituciones culturales dedicadas a la producción, transmisión e inculcación simbólica de la existencia de las mercancías con objeto de que, lo antes posible, éstas sean consumidas masivamente en el mercado.

⁵³ Carlos Marx y Federico Engels. *Manifiesto del Partido Comunista*, op. cit., pág. 35, Citado por Luis Esparza en *Los aparatos de difusión de masas en la historia del capitalismo*, op. cit., pág. 4.

⁵⁴ *Ibid.*, pág. 6.

⁵⁵ Carlos Marx y Federico Engels. *Manifiesto del Partido Comunista*, Grijalbo, 1a. ed., México, 1970 (Colección 70, 63), pág. 24.

⁵⁶ Carlos Marx y Federico Engels, *La ideología alemana*, Progreso, Obras Escogidas, Tomo I, Moscú, 1973, pág. 60.

⁵⁷ Carlos Marx y Federico Engels. *Manifiesto del Partido Comunista*, op. cit., pág. 27. Se observa, así, que “el triunfo del capitalismo en la segunda mitad del siglo XIX fue preparado por la transformación de los medios de comunicación, la navegación a vapor y los ferrocarriles. Las consecuencias económicas de la revolución provocada por el desarrollo de los ferrocarriles no se hicieron sentir en la primera mitad del siglo, excepción hecha de Inglaterra, en donde los efectos se sintieron aunque moderadamente. En Francia, las grandes líneas de ferrocarriles se comenzaron a construir a partir de 1842. El desarrollo en Alemania fue también lento: en 1851 sólo existían 3 000 millas de vías férreas y en Francia, apenas 2 000. La influencia de los nuevos medios de comunicación fue más marcada en Alemania que en Francia. Los cambios provocados por la transformación de los transportes fueron mucho más tardíos en Rusia y en toda Europa Oriental”. Henry Seé. *Los orígenes del capitalismo moderno*, op. cit., págs. 120-121. Igualmente, presenciamos que en esta misma época, en

aspecto consúltese Javier Esteinou. “El surgimiento histórico de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital”, *Memoria del Tercer Congreso Nacional de Economistas: Acumulación de Capital, Distribución del Ingreso y Empleo*, Colegio Nacional de Economistas, México, marzo de 1979, págs. 114-144.

⁶ Para comprender por qué los medios de transmisión colectiva son los aparatos de hegemonía más relevantes con que cuenta la clase dominante moderna, consúltese Javier Esteinou. *Los medios dominantes de difusión de masas como los principales aparatos de hegemonía del Estado capitalista contemporáneo*, ponencia presentada en el Coloquio Sobre el Estado en el Capitalismo Contemporáneo, Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Investigaciones Sociales y Universidad Autónoma Metropolitana, Puebla, México, del 8 al 19 de octubre de 1979.

⁷ Para comprender cómo el proceso general de la comunicación y sus instrumentos de materialización han sido históricamente controlados por la clase en el poder, revisar J.M. Martínez. “Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales”, *op. cit.*, pág. 114 y sigs.; y Camilo Taufic. *Periodismo y lucha de clases*, *op. cit.*, págs. 17-18, 29-30 y 63.

⁸ Citado por Hugues Portelli. *A. Gramsci pasado e presente*, Torino, Einaudi, 1954, pág. 158, en *Gramsci y el bloque histórico*, Siglo XXI, México, 1974, pág. 31.

⁹ *Ibid.*, pág. 31. Ya que desconocía la existencia y el impacto de los modernos medios de difusión, Gramsci expresa que, en el seno de la sociedad civil, son esencialmente “la prensa amarilla y la radio (en los lugares que está muy difundida)..., las que aseguran este servicio, especialmente por la creación de “explosiones de pánico o de entusiasmo ficticio que permiten el logro de determinados objetivos, en las elecciones, por ejemplo”. En la actualidad, dicha síntesis debe ser aplicada al sistema global de comunicación electrónica y, muy en particular, a la televisión.

¹⁰ Lucien Goldman. *Investigaciones dialécticas*, Ediciones Gallimard, París, 1959, pág. 46. Por otra parte, es importante precisar que, para el sector gobernante, el control de los medios masivos de difusión no significa únicamente la posibilidad de enfrentar ideológicamente la crisis estructural que se produce, sino que a la vez representa la oportunidad permanente de cohesionar culturalmente a sus diversas fracciones de clases en el poder alrededor de un mismo proyecto de acumulación de capital y de subordinamiento social. Esto sucede en tal forma debido a que los medios son al mismo tiempo “instrumentos de las relaciones de clase y de las relaciones internas, horizontales, de cada clase”. J.M. Martínez. “Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales”, *op. cit.*, pág. 20.

¹¹ Theotonio Dos Santos. “El nuevo carácter de la dependencia”, en José Matos (comp.), *La crisis del desarrollismo y la nueva dependencia*, Amorrortu, Argentina, 1969, pág. 70.

¹² Armand Mattelart. “¿Hacia una cultura de la movilización cotidiana?”, *op. cit.*

¹³ Theotonio Dos Santos. “El nuevo carácter de la dependencia”, *op. cit.*, págs. 90-91.

¹⁴ Franz Hinkelamert. *Dialéctica del desarrollo desigual*, Universidad de Valparaíso-Universidad Católica de Chile (CEREN), Santiago de Chile, 1970, págs. 124-125. Al respecto, Hinkelamert añade: “en la situación actual, la destrucción de los monopolios sobre los medios de comunicación llega a ser la condición para que se produzca una decisión libre sobre la reestructuración del poder mediante la crítica de las mitologías de la clase dominante. Pero la clase dominante de América Latina sabe, a su vez, que no tiene posibilidad de sobrevivencia frente a una opinión pública formada libre e independiente. Admitir la libertad de opinión, para ella, es admitir el derrocamiento del mismo sistema capitalista vigente en el continente. El enfrentamiento con la clase dominante de América Latina llega a ser formulado como una reivindicación de la libertad de opinión frente al dominio monopolístico sobre los medios de comunicación de masas. Solamente desde esta perspectiva se puede comprender la importancia y la dureza de la campaña del terror, que hoy día forma el núcleo de la ideología dominante en América Latina”. *Ibidem*.

¹⁵ *Ibid.*, pág. 124.

¹⁶ En adelante, por aparatos dominantes de difusión de masas comprenderemos aquellos establecimientos culturales que son controlados por la clase en el poder y que, a través de la producción, irradiación e inculcación masiva de sus discursos, conservan y defienden el proyecto dominante de reproducción del capital.

¹⁷ Mario Margulis. “La cultura popular”, en revista *Arte, ideología y sociedad*, núm. 2, México, agosto-septiembre de 1977, pág. 66.

¹⁸ Tradicionalmente, el estudio de la problemática de los aparatos ideológicos o instituciones de hegemonía, ha ubicado la operación de éstos dentro de los márgenes de actuación del Estado, reconociéndolos como soportes superestructurales que contribuyen sustancialmente a efectuar las funciones políticas del mismo, especialmente en la esfera de la sociedad civil. Sin embargo, no obstante ser aceptadas como entidades que colaboran medularmente a ejercer las tareas del Estado capitalista

según vaya siendo el carácter de clase que lo define, hasta el momento no conocemos un análisis conceptual e histórico que sistemáticamente desglose cuáles son los factores particulares que permiten que al mismo tiempo que éstos son instrumentos subordinados a determinadas directrices de clase del Estado, son también establecimientos civiles que gozan de una "relativa independencia de operación". Independencia superestructural que, en ocasiones, permite germinar y desencadenar en el interior y el exterior de éstos, movimientos contrarios a las políticas vertebrales del Estado dominante.

Es en esta línea de razonamiento que pensamos que el mismo tipo de factores primarios y secundarios que determinan a los medios, con sus debidas particularidades y adaptaciones específicas, son la médula de la estructura de poder que determina al conjunto de aparatos ideológicos del Estado que existen en el interior de la superestructura capitalista. Es por ello que el análisis del carácter de clase y la función estructural que éstos ejercen (considerando su autonomía relativa), debe de iniciarse a través del desmontaje minucioso de estas variables de dirección política.

Para una referencia bibliográfica sobre el estado de la teoría de los aparatos ideológicos de Estado, consúltese la nota 34 de Javier Esteinou. *El estudio materialista de la comunicación de masas*, op. cit., pág. 25.

¹⁹ Para obtener un panorama general que demuestre el condicionamiento estructural a que están sometidos los medios de difusión de masas en la sociedad capitalista, consúltese Ralph Miliband. *El estado en la sociedad capitalista*, Siglo XXI, México, 1976, págs. 219-230. Para delimitar las especificaciones de operación de la determinación en las sociedades dependientes de América Latina, consúltese de A. Mattelart, M. Piccini y M. Mattelart. "Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile", *Cuadernos de la realidad nacional*, op. cit., págs. 52-70.

²⁰ Especificamos dominio exclusivamente jurídico y no dominio total o absoluto sobre los medios, ya que existe una gran distinción entre la propiedad jurídica y la propiedad real o total de éstos. Un individuo o grupo de individuos tiene la propiedad jurídica del aparato cuando posee el derecho de usarlo, gozarlo y disponer de él según sus requerimientos e inclinaciones, pero esto no significa que detente la propiedad efectiva o total sobre el mismo. Para alcanzarla requiere ponerlo en marcha él mismo sin necesidad de recurrir a una colectividad, lo cual, en el caso de los modernos medios de difusión, es imposible, puesto que sus dimensiones y complejidades exigen necesariamente la presencia de un gran conjunto de trabajadores especializados para activarlos.

Esta situación desemboca en un doble efecto: por un lado, le resta al propietario el poder total sobre el medio, puesto que no lo puede gobernar a su voluntad absoluta, sino que depende del trabajador colectivo para ponerlo en marcha. Por otro, le permite al trabajador colectivo alcanzar un poder considerable sobre el gobierno del medio, ya que lo puede hacer funcionar o detener cuando se lo proponga.

Debido a esta realidad, los propietarios jurídicos de los canales de difusión cuidan celosamente, a través de una constante práctica de "relaciones públicas internas", que los campos de conciencia de sus trabajadores culturales estén permanentemente impregnados de los paradigmas y anhelos cognoscitivos que transporta su ideología dominante. Ello les permite, en primer término, el acoplamiento de la mentalidad de la fuerza de trabajo intelectual a los intereses de los propietarios y, en segundo término, impide la emergencia de una nueva superestructura de pensamiento que propicie la toma de conciencia de los trabajadores colectivos sobre el gran poder de gobierno y dirección que, como trabajadores directos, poseen sobre los aparatos de masas para orientarlos hacia la resolución de sus conflictos de clase.

²¹ Jesús Martínez Terrero. "Estructura de poder de los medios de masas, en *Economía, comunicación y desarrollo*, tomado del boletín *Radio dienst UNDA-AL*, núm. 62, Montevideo, Uruguay, junio de 1975, pág. 9. Por ejemplo, en 1978, se observa que en Estados Unidos, por lo menos 40 miembros del Congreso estadounidense ejercen un vasto poder económico y político sobre los medios del país. Así, tenemos que 27 diputados y 13 senadores poseen acciones en la prensa norteamericana por un monto de 193 000 dólares; 9 miembros del Congreso cuentan con su propio periódico, canal de televisión o radiodifusora; 10 controlan las acciones en 41 diarios y 21 poseen valores en las principales cadenas de televisión.

De esta forma, los medios afectados oscilan desde la Cadena CBS, el *Times Mirror*, *The Washington Post*, *Winchester Evening Star*, *Harrisonburg News Record*, etc., hasta los grupos *Gannet*, *Media General*, *Times Mirror* y *Multi-Media*. "Inquietud en E.U. por la influencia económica y política de los legisladores sobre la prensa", *Uno más uno*, México, 7 de noviembre de 1978, pág. 11.

²² Ralph Miliband. *El estado en la sociedad capitalista*, op. cit., pág. 219. Esta monopolización cultural puede observarse con gran claridad cuando inspeccionamos, por ejemplo, el caso de Estados Unidos, en donde el análisis de la estructura prende 12 periódicos, 14 revistas, tres estaciones

de televisión, seis estaciones de radio, un servicio de noticias, un servicio de material gráfico, un sindicato de 'tiras cómicas' y los 'Libros de bolsillo Arón'; y, de manera semejante, "además de revistas, la empresa Time, Inc., es dueña de estaciones de radio y de televisión, de un club del libro, de fábricas de papel, de bosques, de pozos petroleros y de diversos bienes raíces". G.W. Damhoff. *¿Quién gobierna Estados Unidos?*, Siglo XXI, México, 1969, pág. 118.

La misma clase de concentración se puede observar en todos los demás países capitalistas: el imperio Axel Springel, por ejemplo, por sí solo controla más del 40% de los periódicos y las revistas alemanas, y cerca del 80% de los periódicos de Berlín. En lo que respecta a las películas, se ha observado que "en Inglaterra, por ejemplo, la distribución de películas depende virtualmente de dos compañías que administran los cines de circuito, y como las películas, por lo común sólo encuentran quien las financie si se obtienen garantías de distribución, esto quiere decir que las dos compañías ejercen un control casi completo de las películas que se filmen y de los temas que se consideren adecuados. (Cfr. A. Hunt. "The Film", en D. Thompson [comp.], *Discrimination and Popular Culture*, 1964, pág. 101.) También vale la pena señalar que las nuevas empresas que surgen en esta esfera de actividad son fácilmente capturadas por intereses ya existentes de esta misma esfera o de otros campos. Así, por ejemplo, los señores Hall y Whanned, en referencia a la televisión comercial en Inglaterra, señalan que "en vez de distribuir el poder en muchas manos, ha incrementado el poder de quienes ya lo tienen. Más de la mitad de los recursos de la televisión comercial son propiedad de algunos periódicos, de la industria cinematográfica y de los empresarios de teatro. Cfr. Hall y Whanned. *The Popular Arts*, pág. 343, *op. cit.*, pág. 219-220.

Este mismo fenómeno se repite en 1976 en México, donde las 713 concesiones de radio y televisión que existen en estas fechas son controladas por siete grupos económicos y políticos. Éstos son: Grupo Azcárraga Alemán, Grupo Radio Centro, Grupo Radio Mil, Grupo Morales, Grupo Radio Programas México, Grupo Radio 13 y Grupo Monterrey.

Dentro de este panorama, sólo firmas comerciales (todas ellas radicadas en el D.F.) controlan 561 consorcios de radio y televisión. Es decir, controlan el 78.65% de las 713 concesiones. Entre esas corporaciones destacan: Rumsa, Televisa, Promo-radio Rasa, Ravepsa, Somer, Radio-Cadena Nacional (RCN), ACIR, Corporación Mexicana de Radio Programas, ART.S.A., OIR, CEP, ORMA Y FMM. Tan sólo las primeras 5 controlan, en todo el país, 334 concesiones de radio y televisión.

En lo que se refiere exclusivamente a la televisión, de 85 concesiones que había a principios de 1976, 78 eran controladas por TELEvisa, 1 por Sommer y 6 eran "independientes". A su vez, todas estas empresas dependen comercialmente de agencias de publicidad extranjeras, cuyo orden de importancia es el siguiente: J. Walter Thompson, Mc Cann, Erickson, Young and Rubrican, Leo Burnett, y otras. "Radio y T.V. mexicanas, monopolio de ocho grupos", revista *Proceso*, núm. 36, 11 de julio de 1977, México, pág. 52-53.

Distribución nacional del sector concesionado
hasta principios de 1976

Razón social	Número de concesiones	Porcentaje de concesiones	Radio A.M.	Radio F.M.	T.V.	U.H.F.
RUMSA	94	13.18	86	8		
TELEvisa, S.A.	79	11.08			78	1
PROMO-RADIO R.P.M.	63	8.83	62	1		
RASA	52	7.29	52			
RAVEPSA	46	6.45	41	5		
SUBTOTAL (5 PRIMEROS)	334	46.84	241	14	78	1

(Continuación)

Razón social	Número de concesiones	Porcentaje de concesiones	Radio A.M.	Radio F.M.	T.V.	U.H.F.
SOMER	35	4.91	32	2	1	
R C N	32	4.49	32			
ACIR	30	4.21	29	1		
CORP. M.R.	30	4.21	30			
RADIORAMA	23	3.22	22	1		
SUBTOTAL (10 PRIMEROS)	434	67.88	386	18	79	1
ARTSA	19	2.66	10	9		
OIR	19	2.66	19			
CEP	16	2.24	16			
ORMA	14	1.96	11	3		
FMM	9	1.26		9		
SUBTOTAL (15 PRIMEROS)	561	78.65	442	39	79	1
OTRAS	152	21.35	106	40	6	
TOTAL NACIONAL	713	100.00	548	79	85	1

²³Ralph Miliband. *El estado en la sociedad capitalista*, op. cit., pág. 220.

²⁴Una perspectiva formal que muestra cómo la radio y la televisión desarrollan su tendencia como industrias culturales en algunos países capitalistas puede consultarse en el artículo de Raúl Cremonoux, "Formas de manejo de la radio y la televisión", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 69, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de México, México, julio-septiembre de 1972, pág. 63-71.

²⁵Stephen R. Fajen. "Cómo hacer más rentables los medios de comunicación", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 263, FCPS. UNAM, México, 1979.

²⁶Phillipoff, Robert, "Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media", en *Review Political Affairs*, julio de 1977, pág. 36.

²⁷Stephen R. Fajen. "Cómo hacer más rentables los medios de comunicación", op. cit., pág. 73.

²⁸"La televisión fuera de lugar", revista *Expansión*, núm. 247, México, 16 de agosto de 1978, págs. 36-37.

Este mismo fenómeno se traslada al campo de los audiovisuales, que, aunque no pueden considerarse medios de comunicación masiva pues se destinan a grupos cautivos, son igualmente instrumentos de formación de la conciencia. Como microsistemas de información, también son atravesados por el carácter comercial de la industria cultural, y así, son también concebidos e instaurados como importantes negocios.

De esta forma observamos que en 1982 en la Ciudad de México, un audiovisual de dos proyectores tenía un costo aproximado de 66 000 a 86 000 pesos; de cuatro proyectores, de \$86 000 a 130 000 pesos; de seis proyectores de 140 000 a 165 000 pesos; de ocho proyectores, de 165 000

a 200 000 pesos, y de doce proyectores de 350 000 a 450 000 pesos. "Audiovisuales: cuando el mensaje entra por los sentidos", revista *Expansión*, 17 de febrero de 1982, págs. 61-64.

²⁹ "161 000 millones de dólares el ingreso anual de la televisión comercial en E.U.A.", *Excelsior*, México, 24 de julio de 1979, pág. 7A.

³⁰ "En 500 millones de pesos calculan el costo de *Supermán*", *El Heraldo*, 4 de marzo de 1977, pág. 1, Secc. Espectáculos; "Marlon Brando empleará su sueldo de *Supermán* en una super-serie de T.V.", *Excelsior*, México, 27 de abril de 1977, pág. 2-D; "A 75 millones de dólares ascienden las recaudaciones en E.U. de *Supermán*", *El Heraldo*, 16 de febrero de 1979; "El estreno de *Supermán*, desplaza de 8 cines a cintas mexicanas"; "Reventa, aguacero y grandes colas en el estreno de *Supermán*", *El día*, 14 de julio de 1979, pág. 21. "La danza de los millones con la película *Supermán*", *Excelsior*, 5 de junio de 1980, pág. 6-B. *Superman II*, ALTERCOM, Unidad de Documentación para Prensa Alternativa, núm. 0, México, agosto de 1981.

³¹ "Recaudación récord de los cines de EUA en el año anterior", *El día*, 12 de enero de 1982, pág. 30; "Tuvieron entradas extraordinarias las salas de cine en E.U.", *Excelsior*, México, 12 de enero de 1982, pág. 1A.

³² "Cinco mil millones de dólares, gasto de publicidad por T.V. en Estados Unidos", *Uno más uno*, México, 20 de abril de 1981, pág. 20.

³³ *Ibid.*, pág. 217. Esta segunda intervención que los sectores económicamente poderosos alcanzan sobre los medios de comunicación se deriva de las fuertes inversiones publicitarias que éstos realizan en los medios. Por ejemplo, en cuanto a la prensa— afirma Guerin—, "la prensa moderna de libre información no puede vivir sin la aportación financiera que representa el lugar reservado en las columnas de la publicidad (...), pues en los ingresos de un diario moderno rentable, la publicidad entra con más de un 60%". Robert Guerin. *La publicidad es una violación*, Sagitario, S.A., Barcelona, 1964, pág. 136; citado por Bernal Sahagún, Víctor M., en *Anatomía de la publicidad en México*, op. cit., pág. 82.

Al revisar el fundamento económico de otros medios, encontramos que, por ejemplo, "en Brasil, como en casi toda América, la publicidad es la principal fuente de recaudación de la prensa, la radio y la televisión. Se puede calcular que casi el 80% del gasto de los diarios es pagado por la publicidad. De ahí que el control de la publicidad sea la forma más concreta de poseer el control de los medios de comunicación". (Genibal Rabelo. *O Capital Estrangeiro na Imprensa Brasileira*, Editora Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1966. Los datos sobre este punto fueron extraídos fundamentalmente de este libro). Citado por Theotônio Dos Santos. "El nuevo carácter de la dependencia", op. cit., pág. 79.

En relación con las ganancias de los medios por concepto de publicidad, constatamos que "según los cálculos de los expertos, los ingresos publicitarios son la base de sustentación financiera del cine en un 40%; de la prensa en un 70% y de la radio y televisión comercial en un 100%" (R.A. Castaño. "La Comunicación Mercantil y el Desarrollo", revista *Dyna*, núm. 88, agosto de 1973, Universidad Nacional de Colombia, pág. 54). Según *Editor and Publisher*, el diario corriente de 50 000 ejemplares de circulación obtiene el 75% de sus ingresos de la publicidad (50% de la publicidad local, 15% de la nacional y 11% de los anuncios clasificados). El resto de los ingresos del periódico provienen de la circulación. (*Economic Support of Mass Communication Media, 1929-1957*, Scripps - Howard Research. Cincinnati, 1959, pág. 3) Citado por J. M. Terrero, en *Estructura de poder de los medios de masas*, op. cit., pág. 7.

³⁴ Ralph Miliband. *El estado en la sociedad capitalista*, op. cit., págs. 222-223. Al abundar en el tipo de determinaciones que ejercen los sistemas que financian el funcionamiento de los medios sobre las políticas culturales de los mismos, P. Baran aclara que "la formulación de programas y las políticas editoriales de los medios de difusión y del anuncio están sujetas a dos influencias contradictorias. Como, por razón natural, los anunciantes desean contar con el máximo auditorio posible, se preocupan por evitar cierto ambiente que pudiera ser antagónico a los intereses de probables clientes futuros y, por tanto, los medios de publicidad prefieren seguir una política conservadora y no de índole polemista en la preparación de sus programas y editoriales. No obstante, en lo que les ofrecen los medios de publicidad es más probable que el interés del público se despierte si sus programas contienen elementos novedosos, o se les hacen más atractivos por las tensiones emotivas que excitan las controversias, los concursos y las competencias. La solución que adoptan comúnmente los directivos de las empresas de publicidad es la de admitir dichas tensiones, pero solamente en ciertos temas de importancia: programas de acertijos, deportivos de competencias entre concursantes y discusiones sobre temas públicos más o menos inofensivos, o bien, entre locutores cuyas opiniones no difieren mayormente". Paul Baran. "Tesis sobre la publicidad", en *El socialismo: única salida*. Nuestro Tiempo, México, 1969, pág. 198.

³⁵ Paul Baran. "Tesis sobre la publicidad", *op. cit.*, págs. 197-198.

³⁶ Víctor M. Bernal. *Anatomía de la publicidad en México*, *op. cit.*, pág. 86.

³⁷ *Idem.*

³⁸ J. M. Terrero. *Estructura de poder de los medios de masas*, *op. cit.*, pág. 86.

³⁹ *Idem.*, pág. 6.

⁴⁰ Theotonio Dos Santos. "El nuevo carácter de la dependencia", *op. cit.*, pág. 80. Al respecto, Dos Santos añade que "su poder le garantiza no sólo el control editorial de los diarios, sino el de las noticias y hasta el de su vida interna. En los últimos años, se denunciaron casos que afectaron por lo menos a dos jefes de redacción, despedidos por la acción de estos grupos (Antonio Callado y José Bahía, del *Correjo da Manha*) hecho que, por lo demás, aconteció a muchas otras víctimas de similar política. Otras veces, la coacción se ejerce sobre el material publicado, como en el caso de las series de reportajes de Justino Martins sobre la Unión Soviética en *El Machete*, de la cual sólo apareció la primera parte".

Por otro lado, "el profesor Meynaud ha indicado que el control que los intereses capitalistas ejercen sobre gran parte de la prensa en Italia produce una 'docilidad ejemplar' respecto de sus 'tesis y preocupaciones'" (*Rapport Sur la Classe Dirigeante Italienne*, pág. 192). En relación con Francia, se ha dicho que "las consignas que el dinero hace pesar sobre la prensa consisten en prohibiciones, en no mencionar temas o dar instrucciones sobre lo que hay que publicar" (Coguel y Grosser. *La Politique en France*, pág. 156). El hincapié tiene que cambiar según los países y según los periódicos. Pero independientemente de que la presión directa de los intereses capitalistas sea grande o pequeña, o siquiera inexistente, en todas partes perjudica grandemente a las finanzas de los periódicos y revistas al ponerse en contra de los círculos de negocios. Nada tiene de sorprendente que los órganos de la extrema izquierda, incluso donde, como ocurre a veces, tienen una gran circulación, no pueden confiar en obtener mucho dinero por concepto de publicidad pagada por las empresas, o del gobierno.

En este sentido, se observa que "las razones primordiales de los problemas económicos de la prensa comunista en Italia no parecen estribar en una circulación insuficiente, sino más bien en la falta casi completa de publicidad pagada, como muestra claramente una comparación con los periódicos independientes más grandes e influyentes. Mientras que *Il Corriere della Sera* dedica el 45% de su espacio a la publicidad y a otros anuncios pagados, y la *Stampa* el 43%, *L'Unità* sólo puede contar con un 6%" (S. Passigli. *Italy*, en "Comparative Studies in Political Finance, *The Journal of Politics*, pág. 722).

"También resalta la exclusión sistemática del *Morning Star comunista* de las inversiones en publicidad del gobierno, lo cual produce una situación que hace que el gobierno laborista, mientras castiga a un periódico de la extrema izquierda, distribuye grandes subsidios a sus más acerbos críticos de la derecha". Ralph Miliband. *El estado en la sociedad capitalista*, *op. cit.*, págs. 223-224.

⁴¹ Algunos ejemplos legales que muestran cómo la acción de los medios queda subordinada por el contorno que lo enmarca, los encontramos en Jorge Pinto Mazal. *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva*, FCPS, UNAM, México, 1977; Raúl Agudo Freitas, *La reglamentación legal de la comunicación en Venezuela*, Caracas, Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 1976; Jorge Pinto Mazal, "Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México", en *Revista mexicana de ciencia política*, núm. 76. (Cultura y Comunicación de Masas), Año XX, Nueva época FCPS, UNAM, México, abril-junio 1974; y Granados Roldán, Otto. "Régimen legal de medios" en periódico *Los universitarios*, UNAM, México, mayo de 1978, págs. 26-27.

⁴² Sobre el caso, es sumamente ilustrativo analizar la represión "legal" que la burguesía chilena y la junta militar ejercieron sobre la tarea revolucionaria que desempeñaron los más relevantes medios de difusión controlados por los sectores insurgentes en el periodo de transición política de 1970 a 1973 en Chile, consúltese Armand Matelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, *op. cit.*, pág. 63 y sigs.

Por otra parte, aunque estamos conscientes de que existen otros factores de carácter secundario que intervienen en un plano complementario en la determinación de la función que ejercen los medios, por razones de espacio no los desarrollaremos en este texto.

⁴³ Hans Magnus Enzensberger. "Integrantes de una teoría de los medios de comunicación", en Jaime Goded (comp.) *Los medios de comunicación colectiva*, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México 1976, pág. 76.

Capítulo 4

¹ Provocado por la ausencia de una teoría crítica de los medios de comunicación, los movimientos de cambio social de izquierda no han sabido canalizar adecuadamente el nuevo uso político de éstos, como lo demuestran las experiencias de Chile, Argentina y otros países del Tercer Mundo. Sobre el caso consúltese: Jean Baudrillard. "Requiem por los media", en *Crítica a la economía política del signo*, Siglo XXI, México, 1974, págs. 198-202; J. Martín Barbero. *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, Primer Foro Internacional de la Comunicación Social: Comunicación y Poder, Lima, Perú, 7 de junio de 1982, págs. 1-3; Heberto Castillo. "Un partido revolucionario mexicano". *Proceso*, núm. 295, 19 de octubre de 1981, pág. 32; Armand Mattelart. "La debilidad de la izquierda ante las nuevas tecnologías del capitalismo", *El gallo ilustrado*, núm. 952, 14 de septiembre de 1980, pág. 9; Hernán Uribe O. "Los Medios: Armas de la guerra encubierta", en "Argentina, Cuba, Chile: Realidad política y medios masivos", *Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación*, núm. 4, UNAM, México, 1979, págs. 60-64; Alicia Gordon Strasser, "Chile: comunicación masiva y coyuntura política" (comentario): en "Argentina, Cuba, Chile: Realidad política y medios masivos", *op. cit.*, págs. 71-75; Armand Mattelart. "Los medios de comunicación masiva en una situación prerrevolucionaria", *op. cit.*, pág. 86; Franz Hinkelammert. *Dialéctica del desarrollo desigual*, *op. cit.*, pág. 125; Armand Mattelart. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, *op. cit.*, págs. 11-13; Armand Mattelart. *Fuentes culturales y movilización de masas*, Anagrama, Barcelona, España, 1977 (Elementos Críticos, 3), págs. 28-29, y Armand Mattelart. "Transnacionales y mercadería cultural", *Uno más uno*, 8 de julio de 1981, pág. 17.

² Existe un amplio consenso dentro de la incipiente teoría materialista y la crítica de la comunicación de masas de que, hasta 1983, ésta se encuentra en un grado elemental de desarrollo. Al respecto, consúltese Hugo Assman. "Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva", *op. cit.*, págs. 247-248; Armand Mattelart. "La debilidad de la izquierda ante las nuevas tecnologías del capitalismo", *op. cit.*, pág. 9; Mabel Piccini. *Sobre la producción discursiva, la comunicación y las ideologías*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1981, págs. 24-26; Jesús Martín Barbero. *Comunicación masiva: Discurso y poder*, *op. cit.*, págs. 13-15; Anamaría Fadul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Santero. *Comunicação. Hegemonia e Contra-Infirmação*, (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudios interdisciplinarios Da Comunicação), Cortez Editoria, INTERCOM, São Paulo, Brasil, 1982, págs. 10-12; Jean Baudrillard. "Requiem por los media", *op. cit.*, págs. 194-197; Daniel Prieto Castillo. *Elementos para una teoría de la comunicación*, *op. cit.*, págs. 6-7; Mabel Piccini. *La investigación sobre medios de comunicación en América Latina*, *op. cit.*, págs. 10-16; Eliseo Verón. "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", *op. cit.*, págs. 134 y 140; Armand Mattelart. "Comunicación y cultura de masas", en *Comunicación masiva y revolución socialista*, *op. cit.*, págs. 11-13; J.M. Martínez. "Para entender los medios: Medios de comunicación y relaciones sociales", *op. cit.*, págs. 126-128; Mabel Piccini. *La situación de los medios de comunicación Argentina*, *op. cit.*, págs. 13-14; Hans Magnus Enzensberger. "Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación", *op. cit.*, págs. 72-75 y 85-88; Hugo Assman. "El cristianismo, su plusvalía ideológica y el costo social de la revolución socialista", en *Teología desde la praxis de la liberación*, *op. cit.*, pág. 172; Comisión MacBride. *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, *op. cit.*, págs. 40-44, y Carlos Monsiváis. "La izquierda no ha considerado prioritario el tema de la comunicación social" *Excélsior*, 8 de mayo de 1983.

³ Para una visión panorámica sobre algunos de los principales temas que el marxismo ha estudiado referente a los medios de comunicación, consultar *Marxism and the Mass Media: Towards a Basic Bibliography*, núms. 1, 2, 3, 4, 5, y 6, International Mass Media Research Center, International General, Nueva York, y Armand Mattelart y Seth Siegelanb. *Communication and Class Struggle*, vol. 1, International Mass Media Research Center, International General, Nueva York.

⁴ Incluso, podemos pensar que es poco lo que se sabe en torno al tema de la información y la sociedad civil, y que raras veces se ha tratado la significación de la comunicación dentro y como parte de la sociedad civil. Menos aún ha sido estudiado en relación con el estado y en vinculación con las nuevas tecnologías de información; por ello creemos que, a pesar de que en América Latina apenas empieza una actividad de investigación y reflexión tal, existe una larga tradición en la región sobre los temas tomados por separado, o sea, sobre la comunicación y sobre la sociedad. Los puentes entre las dos áreas de análisis están por construirse. Esta tarea significa, por un lado, acabar con muchos de los estereotipos que existen sobre los procesos de comunicación de la sociedad, y por otro, empezar a formular nuevas interrogantes acerca de ello. Consúltese: Elizabeth Fox. "Comuni-

cación y sociedad civil: una temática incipiente", en *Comunicación y sociedad*, núm. 7, Telemática y Sociedad, Buenos Aires, Argentina, 1982, pág. 44.

⁵Nos referimos a los principales textos clásicos de la comunicación, los cuales en ninguno de sus apartados examinan esta realidad. Consúltense Mr. G. Thoveron. "Sociologie des Moyens de Communication Sociale", Presses Universitaires de Bruxelles, París, 1972; A. Romero Rubio. *Teoría general de la información y de la comunicación*, Pirámide, Madrid, España; G. Maletzke. *Psicología de la comunicación social*, Época, Quito, Ecuador, 1976; David K. Berlo. *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 1974; Sandra Hybels y Richard L. Weaver. *La comunicación*, Litton Educational Publishing Inc., México, 1976; Horacio Guajardo. *Teoría de la comunicación social*, Demoscopia, México, 1970; Erich Feldmann. *Teoría de los medios masivos de comunicación*, Kapelusz, Buenos Aires, 1977; *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, México, 1980; Denis Mc Quail. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Paidós, Argentina, 1972; Jorge H. Pole. *Comunicación social*, PROLAM, Argentina, 1974; Horst Halzer, *Sociología de la comunicación*, Akal, Madrid, España, 1978; Antonio García. *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*, CIESPAL, Quito, Ecuador, 1980; y muchos otros más.

⁶Antonio Gramsci. "Problemas escolares y organización de la cultura", en *Los intelectuales y la organización de la cultura*, obras de Antonio Gramsci, tomo 2, Juan Pablos, México, 1975, págs. 125-126.

⁷Antonio Gramsci, "La opinión pública", en *Pasado y Presente*, Granica, Buenos Aires, Argentina, 1974, pág. 203. Este pronóstico se confirma plenamente cuando, en la actualidad, observamos que los aparatos de difusión de masas, particularmente la radio y la televisión, se convierten en los principales centros productores, recolectores y distribuidores de la ideología italiana. Esto es, después de que surgió la radio italiana en 1924, y la televisión en 1954, éstos se reproducen vertiginosamente en escala ampliada por todo el país, hasta alcanzar, en 1978, la cifra de 2 275 estaciones de radio y de 503 de televisión. Incluso, no sólo se difunden por toda la geografía de la nación, sino que, para estas fechas, Italia desplaza a Estados Unidos como la nación vanguardista que más impacto logra en la población con sus redes radiodifusoras de inculcación ideológica (8 240 estaciones de radio y 984 de televisión), y se convierte en el primer país del mundo con la mayor densidad y penetración cultural propiciada por la acción discursiva de los aparatos de difusión colectiva. Es decir, si consideramos la relación existente entre el número de habitantes y el número de estaciones emisoras, encontramos que, para estas fechas, en Estados Unidos existe una estación de radio por cada 25 826 habitantes, y una estación de televisión por cada 216 260 habitantes, mientras que en Italia existe una estación de radio por cada 24 747 habitantes y una estación de televisión por cada 111 930 habitantes. Visto de otra forma, en Estados Unidos existe una estación de radio por cada 1 170 km², y una estación de televisión por cada 9 808 km²; mientras que en Italia hay una estación de radio por cada 132 km², y una estación de televisión por cada 595 km². Cfr. Giuseppe Richeri. "Experiences Alternatives I: Les Stations Locales de Radio Television en Italie"; *Commission Internationale d'Étude des Problèmes de la Communication*, núm. 67, París, Francia, 1978, pág. 2. Esta inercia de desarrollo de los nuevos soportes hegemónicos se incrementa notablemente hacia 1981, cuando las estaciones de radio y televisión se multiplican hasta sumar en total la cifra de 6 500 emisoras, sin considerar las radios libres, que oscilan entre 1 800 y 2 000 estaciones. Este fenómeno cultural impacta profunda y sustancialmente la convencional estructura de conciencia de la sociedad italiana, y crea un nuevo campo ideológico donde cotidianamente se reproduce una porción importante de las relaciones hegemónicas. Dicho campo cultural evoluciona al ritmo de expansión de los nuevos soportes ideológicos. Así, por ejemplo, para 1954 la televisión italiana abarca 88 mil abonados; en 1960, a 500 mil; en 1972, rebasa los 10 millones; en 1973 cubre a más de 12 millones; en 1977 incide sobre 34 millones y, finalmente, en la actualidad afecta a casi el 100% de la población italiana. Dicha superioridad de internalización cultural de los medios radiotelevisores se constata empíricamente en los análisis de audiencia realizados por la Radio y Televisión Italiana. Al revisar el espectro de consumo ideológico provocado por los aparatos de masas encontramos, por ejemplo, que estos sondeos muestran en 1976, que el 30% de la población adulta lee libros, el 31% asiste a los cinematógrafos, el 53% lee periódicos, el 63% sigue las transmisiones televisivas y el 70% escucha radio. "La RAI y sus cincuenta y dos años de vida", *El Día*, 24 junio de 1976, pág. 26. Del contacto con la televisión en 1961, la población recibe más de 25 horas a la semana de información compuesta de la siguiente forma: noticias e información (36%), entretenimiento (19%), radiodifusión educativa y escolar (17%), programas para audiencias especiales (14%), anuncios (10%) y programas culturales (9%). *World Communications. A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and Film*, Gower Press, Unipub, The Unesco Press, 1975, págs. 412-416. Para 1977, el espectro de consumo ideológico radiotelevisivo avanza en forma importante, y se compone de la siguiente manera:

Audiencia radiofónica y televisiva de los medios italianos en 1977

Estaciones	Audiencia	Estaciones	Audiencia
Radio de estado (Los tres programas de la RAI)	17 803.000	Televisión de estado (Los tres canales de la RAI)	31 103.000
Radios locales privados	7 615.000	Televisiones locales privadas	2 100.000
Radios "extranjeros" (Monte Carlo, Capo D'Istria, etc.)	2 438.000	Televisiones "extranjeras" (Capo D'Istria, Monte Carlo, etc.)	1 193.000
Audiencia total	27 856.000	Audiencia total	34 396.000

Para 1983, este desfasamiento cultural se acentúa a tal grado que la actividad cultural y recreativa del país es arrasada por la competencia de la televisión, especialmente por las cadenas privadas y por la crisis económica. De esta forma, durante este año el teatro sólo captura 10 millones de espectadores, la música 7 millones, el cine 190 millones (264 millones menos que en 1976) y la televisión 8 000 millones de personas, lo cual le aporta multimillonarios beneficios a esta industria, en detrimento de las demás. "La TV perjudicó a los espectáculos italianos", *Excelsior*, 31 de diciembre de 1983. Incluso, la superioridad de exposición de la población a los medios radiofónicos, especialmente televisivos, ha provocado en Italia el mismo fenómeno de desplazamiento de medios que se observa como tendencia en todo el mundo industrializado. Éste es el caso del cine y del teatro que, desde 1977 hasta 1981, por la feroz competencia que le representa la televisión, 1 500 salas de cine y el 50% de los teatros se han visto obligados a cerrar. Cfr. "Privatização da TV Italiana", *GERAES*, núm. 31, Departamento de Comunicación Social de la Universidad Federal de Minas Geraes, Brasil, septiembre de 1981, págs. 5-10. De esta forma se confirma que el surgimiento y desarrollo de los medios electrónicos de trasmisión de masas ha operado una profunda transformación en el interior de la sociedad civil italiana. Esto ha significado que, sin que haya dejado de funcionar el resto de aparatos hegemónicos del estado italiano (escuela, familia, organizaciones culturales informales, aparatos de relaciones públicas, iglesia, rama jurídica, partidos políticos), éstas han sido desplazadas y refuncionalizadas para legar la tarea principal de construcción de la hegemonía a los aparatos de difusión colectiva. Este fenómeno se comprueba claramente con muchos ejemplos, pero uno de los más destacados, en sentido positivo, aparece en 1954 cuando, después de muchos años de labor continua y sistemática, el aparato educativo italiano sólo logró que el 18% de la población empleara el italiano como lengua oficial y el 81% restante utilizara diversos dialectos, empleando el idioma oficial sólo cuando tenía que comunicarse por escrito. Sin embargo, a partir del surgimiento y rápido desarrollo de la televisión en esta fecha, el uso del italiano se extiende velozmente por todo el país, y se logra algunos años después que más del 70% de la nación quede integrada culturalmente por la utilización de la lengua oficial. "Sobre la comunicación radiotelevisiva", *El día*, 27 de febrero de 1971, pág. 14. Otro caso aparece, en sentido negativo, cuando después de 23 años de impartición de programas televisivos estadounidenses por las estaciones italianas públicas y privadas, se produce un notable colonaje norteamericano por vía de la televisión. Esto se da a tal grado que el mayor porcentaje de audiencia lo ocuparon las películas, telenovelas, campañas publicitarias y programas de entretenimiento norteamericanos. Dicho fenómeno ha avanzado en tal proporción que la vedette o figura principal, la que más agrado despierta en el público de la televisión y la mejor pagada es, para frustración de algunas decenas de chicas italianas, una rubio de 23 años; originaria de Sacramento, California: Heather Parisi, la protagonista de la serie *Fantástico 4*. Incluso, la asimilación de

este retroceso cultural penetra a tal grado en los sectores disidentes del país que el propio Walter Velteroni, responsable del sector de medios de comunicación del Partido Comunista Italiano, confiesa: “cuando estoy con mi mujer en casa en las tardes y pretendemos el televisor para ver *Dinastía* y no *Casa Cecilia*, me siento bien. *Casa Cecilia* es producida en Italia. Lo mismo sucede cuando vamos al cine. Prefiero lo de importación y en especial lo estadounidense. Pero yo mismo me pregunto: Nosotros, los italianos, los que hemos inventado el teatro y la comedia a la italiana, los ‘spaghetti-western’ y tantos otros géneros cinematográficos y que en cierto sentido hemos sido los primeros de las series, ¿por qué aceptamos de tan buena gana las películas extranjeras y no las nacionales?”. “Italia bajo colonización televisiva”, *Excelsior*, 27 de diciembre de 1983; “Series estadounidenses invaden Italia”, *Excelsior*, 28 de diciembre de 1983 y “TV na Italia: A Briga pela Formação de Redes Nacionais”, *Boletín INTERCOM*, núm. 28, marzo de 1981. Para ampliar este panorama del caso italiano, consúltese Raúl Cremoux: “La experiencia italiana en radiodifusión”, *Excelsior*, 17 de agosto de 1981, pág. 15-B; “Invaden las ondas de Europa las radiodifusoras ‘libres’”, *Uno más uno*, 22 de febrero de 1981; “Hay 1 500 emisoras de radio y TV en Italia”, *Excelsior*, 15 de febrero de 1981, pág. 6-B; “La radio libre invade Europa”, 23 de febrero de 1981, pág. 5; “En Italia hay 6 500 difusoras de radio y TV”, *Excelsior*, 30 de marzo de 1981, pág. 2-A; “Supremacía de la TV privada en Italia”, *El universal*, 12 de abril de 1981, pág. 2; ACCESS: *Some Western Models of Community Media*, París, UNESCO, 1973, págs. 202-204.

⁸ Véase la nota de pie de página 1, del capítulo 2 de este libro.

⁹ Ludovico Silva. *Teoría y práctica de la ideología*, Nuestro Tiempo, México, 1971, págs. 153-181.

¹⁰ Fernando Carmona. “El subdesarrollo y la apertura”, en varios autores. *Reforma educativa y apertura democrática*, Nuestro Tiempo, México, 1972, págs. 17-25.

¹¹ Maurice Duverger. “Carta abierta a los socialistas”, tomado de “Neoliberalismo contaminante”, *Excelsior*, México, 22 de abril de 1981, pág. 6.

¹² Rafael Roncagliolo. “Comunicación: Cambio social y necesidad de un nuevo marco conceptual”, *Documentos ILET*, México, septiembre de 1977, págs. 1-4 y 19, y *Comunicación y culturas transnacionales: Proposiciones críticas*, Seminario Comunicación y Cultura Transnacionales, Universidad de Texas e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Austin, Texas, de 2 a 5 de junio de 1982, mimeografiado, págs. 12-13.

¹³ Armand Mattelart. *La comunicación de la crisis*, Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza de la Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Depto. de Educación y Comunicación, México, 1978, mimeografiada, págs. 22-23; *Comunicación y nueva hegemonía*, Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima, Perú, 1981, pág. 40; y “La debilidad de la izquierda ante las nuevas tecnologías del capitalismo”, *El Gallo Ilustrado*, núm. 952, 14 de septiembre de 1980, pág. 8.

¹⁴ Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo. *Iglesia, prensa y militares: El caso Riobamba y los obispos latinoamericanos*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1978, pág. 80.

¹⁵ Enrique Guinsberg. *Los medios masivos de comunicación y la formación psicosocial*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, septiembre de 1978, mimeografiado, pág. 8-17 y 48-51.

¹⁶ Juan Somavía. “La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo”, revista *Nueva sociedad*, núm. 38, Venezuela, septiembre-octubre de 1978, págs. 33-36.

¹⁷ Noreene Janus y Rafael Roncagliolo. *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, (ILET), México, 1980, págs. 2-5.

¹⁸ Anamaria Fadul. *O Futuro no Presente. Perspectivas para una Teoría dos Meios de Comunicação de Massa*, Tesis de doctorado, Departamento de Filosofía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de São Paulo, Brasil, 1980, págs. 27-30; “Hegemonia e Contra-Infomação: Por uma Nova Praxis de Comunicação”, en Carlos Eduardo Lins da Silva (coordinador). *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infomação*, Cortez Editora, INTERCOM, São Paulo, Brasil, 1982, págs. 33-34; y “Meios de Comunicação de Massa e educação no Brasil: Uma Perspectiva Crítica”, *Cuadernos Intercom*, núm. 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicação, Cortez Editora, São Paulo, Brasil, 1982, pág. 39.

¹⁹ Carlos Monsiváis. “Los de atrás se quedarán (Notas sobre la cultura y sociedad de masas en los setentas)”, revista *Nexos*, núm. 26, febrero de 1980.

²⁰ Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1978, págs. 23, 49, 53 y 54; y *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, op. cit., págs. 76 y 172.

²¹ Raúl Cremoux. *La legislación mexicana de radio y TV*, prólogo de Armando Labra, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1982, pág. 7.

Además de estos investigadores que consideran a los medios de comunicación como los principales aparatos de hegemonía, existen algunos otros que, sin privilegiarlos en la misma posición, los ubican como uno de los aparatos de hegemonía más importantes de la sociedad contemporánea. Consúltense Xiomara Villasmil. *Difusión masiva y hegemonía ideológica*, Editorial Vadell Hnos., Valencia, 1980, pág. 15; Maurice Levitas. *Marxismo y educación*, Editorial Siglo XXI, México, 1980, pág. 44; Víctor Ramos. *El periódico como propagador, agitador y organizador colectivo: La prensa floregonista 1900-1911*, Tesis de licenciatura, Depto. de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1979, pág. 48. También se encuentra publicado en el núm. 5 de los *Cuadernos del TICOM*, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1980; y J. Antonio Crespo Mendoza. *El papel de los medios de socialización en la transformación de la cultura política japonesa: Panorama histórico*, Tesis de licenciatura, Depto. de Relaciones Internacionales, El Colegio de México, México, págs. 66, 77-79 y 108-110.

²²Nos referimos a los artículos: "La comunicación, sistema nervioso de la sociedad", *El Sol de México*, 22 de octubre de 1974; "La Información y la Opinión", *Excélsior*, 12 de julio de 1976; "La guerra de la información", *Uno más uno*, 7 de noviembre de 1978, pág. 18; "El nuevo orden mundial de la información", *El día*, 23 de noviembre de 1980; "Incomunicación Social", *Excélsior*, 3 de febrero de 1981; "La comunicación colectiva", *El nacional*, 8 de junio de 1981; "El periódico, Misil del siglo XXI", *El Heraldo*, 10 de junio de 1981; "Cultura y comunicación", *La semana de Bellas Artes*, núm. 198, 16 de septiembre de 1981; "Efectos de la comunicación social", *El día*, 22 de abril de 1982; "Comunicación y control", 21 de febrero de 1983.

²³Por nuevas tecnologías de comunicación comprendemos aquellos fenómenos tecnologicocomunicativos que han aparecido recientemente, y que se engloban en los siguientes, con sus respectivas características:

- a) El cable: la fibra óptica le permitirá distribuir una amplia gama de comunicaciones.
- b) El satélite: utilizado conjuntamente con el cable y la televisión como lo ejemplifica el caso estadounidense.
- c) El videocassette y el videodisco.
- d) La minicomputadora: es muy probable que en poco tiempo la terminal de la computadora y el televisor formen un solo y único aparato.
- e) La telemática: el teletexto (por televisión); el videodisco (por teléfono); el cabletexto (por cable), etcétera.
- f) La gran informática: las computadoras de la industria, del comercio, de la investigación, las grandes redes transnacionales, los bancos de datos, etcétera.
- g) La radio local: no es propiamente hablando un nuevo medio, pero la utilización que se hace de ella si puede llamarse nueva (sobre todo, si la radio local es una radio comunitaria o radio popular).
- h) La televisión comunitaria: (*idem.*) Boletín Enlace, Órgano informativo de la Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y la Televisión, núms. 2 y 3, julio-septiembre, 1983, Quito, Ecuador, pág. 12.

²⁴Citado por Jesús Martín Barbero de R. Muchembled. "Culture Populaire et Culture des Élités", París, 1978, en *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, Primer Foro Internacional de Comunicación Social, Comunicación y Poder, Lima, Perú, 7-11 julio de 1982, págs. 3-10. Para ampliar este panorama en México, consúltense Tzhaal Pazos y Natividad Vigueira R. "La iglesia como aparato ideológico de Estado en la Nueva España (1800-1815)", *Cuadernos del TICOM*, núm. 17, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, 1983.

²⁵Rafael Roncagliolo. *Comunicación y cultura transnacionales: Propositiones críticas*, *op. cit.*, pág. 12. Para complementar este aspecto, Roncagliolo y Reyes Matta señalan que: "la importancia de la iglesia como aparato ideológico dominante se ha visto desplazada, primero por el desarrollo del aparato de educación formal (y por el crecimiento de la educación laica), y más recientemente por la expansión de los medios de comunicación colectiva. Al lado del aparato escolar y de los medios de comunicación, la influencia ideológica de la iglesia se ha minimizado. Piénsese, por ejemplo, en los magros resultados de sus campañas contra el control de la natalidad". Rafael Roncagliolo y Fernando Reyes Matta. *Iglesia, prensa y militares*, *op. cit.*, pág. 80.

²⁶Es muy importante aclarar que cuando afirmamos que las tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, en ningún momento queremos reproducir la visión idealista de la hegemonía que postula que ésta se produce sólo y desde la esfera cultural, des-

vinculada de las principales exigencias y procesos económicos y políticos de la sociedad. Al contrario, en todo momento reconocemos que el consenso que se produce por vía de los medios de comunicación no se reduce solamente al momento superestructural del fenómeno, sino que, como toda relación de fuerza que es, surge desde el corazón de la infraestructura y de sus contradicciones materiales. Sin embargo, por necesidades metodológicas de recorte de nuestro objeto de estudio, no examinaremos todo el recorrido macrosocial que acompaña a los procesos de construcción de la hegemonía. En esta ocasión, sólo analizaremos las vías de salida de este reflejo ideológico a través de las tecnologías de comunicación.

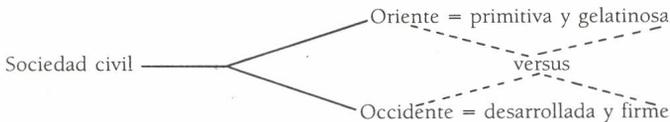
²⁷ Para ampliar las características de la nueva educación que se da a través de las tecnologías de información, consúltense Alberto Montoya, Martín del C. y Ma. Antonieta Rebeil. "El impacto educativo de la televisión comercial en los estudiantes del sistema nacional de telesecundaria", en *Televisión y enseñanza media en México: El sistema nacional de telesecundaria*, vol. II, SEP, SHCP, SPP, México, 1981, pág. 170 y sigs.; y Javier Esteinou Madrid. "Los medios de comunicación y la capacitación de la fuerza de trabajo", *Cuadernos del TICOM*, núm. 23, Depto. de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1983.

²⁸ Para ampliar este panorama histórico, consúltense Javier Esteinou. "El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital", *Cuadernos del TICOM*, núm. 10, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, julio de 1981.

²⁹ Es sumamente importante aclarar que la posición de Antonio Gramsci y de José Carlos Mariátegui con respecto a la escuela como aparato de hegemonía principal, son evaluaciones históricas correctas. Es decir, no debemos aplicarle a este pensamiento la misma crítica correctiva que le dirigimos a la corriente althusseriana. Esto debido a que Gramsci formula esta concepción en Italia entre 1917 y 1923, y Mariátegui en Perú en 1925, cuando objetivamente los proyectos hegemónicos del estado italiano y peruano descansan su peso de dirección consensual, fundamentalmente, sobre la acción cultural que ejerce la escuela y el aparato político. Por lo tanto, debe reconocerse que ambas apreciaciones conceptuales parten de un nítido análisis objetivo sobre el tipo de realidad cultural que viven dichas sociedades, que se hallan en proceso de incorporación a la dinámica de industrialización capitalista.

³⁰ Recuérdense los argumentos de L. Althusser sobre la escuela como principal aparato ideológico, en *Ideología y aparatos ideológicos del estado*, op. cit., págs. 37-38.

³¹ Es importante destacar que esta tendencia de transformación de los principales aparatos de hegemonía responde y se explica, en buena parte, por el trasfondo cultural que caracteriza y hereda la sociedad civil de oriente y occidente. En otras palabras, esta realidad coincide ampliamente con los diagnósticos gramscianos que, según Perry Anderson, desde principios del siglo xx precisan algunas de las oposiciones que se dan entre la sociedad civil de oriente y occidente. En oriente, la sociedad civil es primitiva, incipiente y gelatinosa por falta de organismos privados. En consecuencia, en estas coordenadas el estado lo es todo, ocupa la casi totalidad de la esfera de dirección de la sociedad. En cambio, en occidente la sociedad civil se encuentra firmemente desarrollada por la presencia de múltiples organismos privados que se convierten en fuertes "trincheras" y "casamatas" que modelan y regulan la acción rectora del estado. Incluso, existen momentos en que la sociedad civil puede convertirse en una robusta cadena de fortalezas, cuyas complejas estructuras pueden resolver las sísmicas crisis políticas o económicas que enfrenta el estado. por consiguiente, en esta zona del planeta, estado y sociedad civil mantienen una relación de equilibrio. Para ampliar estos conceptos consúltense Perry Anderson. *Las antinomias de Antonio Gramsci*, ERA, México, 1980, págs. 9-10; 19-20; 37-40.



Al articular el desarrollo de los medios de comunicación a lo anterior, es necesario subrayar que esta inercia de evolución de los aparatos de información responde plenamente a esta herencia de estructuras culturales que recibe oriente y occidente. Esto es, derivado de las distintas propiedades que la sociedad civil conquista en estas dos regiones disímbolas, podemos observar que, en occidente, los medios de comunicación alcanzan su plena madurez de expresión pues se encuentran en estado muy avanzado de expansión y de intrusión en las esferas de conciencias. Sin embargo, no

se puede decir lo mismo para oriente, donde hasta hace apenas algunos años los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información empiezan a penetrar y a modificar las fuertes redes culturales que se heredan del siglo pasado y estructuran la vida ideológica de estas sociedades. De igual forma, hay que considerar que en occidente este fenómeno de mutación superestructural tiene una gama de validez histórica desigual que no le permite generalizarlo, en el mismo grado, para todas las formaciones sociales occidentales. Es decir, la emergencia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía, es una realidad que cobra plena vigencia en las zonas del capitalismo avanzado, donde los aparatos y los sistemas de comunicación alcanzan su mayor nivel de evolución y perfección tecnológica; pero en las áreas del capitalismo tardío los medios de información incursionan en la sociedad civil con menor peso cualitativo, pues se enfrentan a mayores resistencias culturales tradicionales provenientes de otras fases de desarrollo nacional. En este sentido, esta nueva tendencia histórica es un fenómeno ideológico que sufre fuertes desniveles de cristalización en el centro y la periferia, según es el grado de madurez cultural que alcanza la sociedad donde se ubica.



³² World Communications Facts. The International Conference and World Communications: Decisions for the 80's, The Annenberg School of Communications, Universidad de Pennsylvania, Filadelfia, mayo 12-14, 1980, pág. 27.

³³ *Ibid.*, pág. 25.

³⁴ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., págs. 174-175.

³⁵ Miguel Sandoval y Margarita González. *La importancia económica de la comunicación social*, Foro de Consulta sobre Comunicación Social, Guadalajara, Jalisco, 8 - 12 mayo de 1983, págs. 1-3; Poder Ejecutivo Federal, *Plan nacional de desarrollo 1983 - 1988*, 1a. edición, Secretaría de Programación y Presupuesto, mayo de 1983, págs. 384-385; Alberto Rojas. *Televisa, sociedad y estado*, Foro: Un Año de Gobierno en Comunicación Social, Casa de la PAZ UAM-Xochimilco, 7 de diciembre de 1983, pág. 3; y Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República, *Documento diagnóstico de la comunicación social en México*, México, 1982, pág. 28.

³⁶ H. Bagdikian Ben, *Las máquinas de la información*, Fondo de Cultura Económica, México, 1975, pág. 62.

³⁷ *Ibid.*, pág. 171.

³⁸ *La industria cultural en América Latina*, Documento preparado para la Reunión El Estado y la Industria Cultural en América Latina, coordinación: Patricia Arriaga y José Baldivia, investigadores: Juan Arancibia, Yvonne Farah, Ligia Ma. Fadul, Carmen Gómez Mont, Erik Salas y Enrique Quiberra, Centro de Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo, A.C., México, 9-11 de agosto de 1982, pág. 177.

³⁹ Christopher H. Sterling y Timothy R. Haight. *The Mass Media: Aspen Institute Guide To Communication Industry Trends*, Praeger Publishers, Nueva York, 1978, págs. 332-333.

⁴⁰ Jean Louis Servan-Schreiber. *El poder de informar*, DOPESA, México, 1973, pág. 317.

⁴¹ Fuente: Annuaire statistique de l'Unesco (1976) y World communications (UNESCO, 1975). Los datos que se citan no comprenden China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista de Vietnam. Con respecto a China, las últimas cifras conocidas eran las siguientes: 1 908 periódicos en 1976, y en 1960, una tirada total de 1 458 periódicos de 21 millones de ejemplares, es decir, aproximadamente 27 por cada 1 000 habitantes.

⁴² Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación (CIEC). *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 30.

⁴³ *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, Mondiscult, UNESCO, División de Estadísticas de la Cultura y de la Comunicación, París, 1978, pág. 61.

⁴⁴ *Ibid.*, pág. 62.

⁴⁵ *Idem.*, pág. 62.

⁴⁶ CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 31 y Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., págs. 180-187.

⁴⁷ *Las noticias y la información*, Salvat Editores, Barcelona, España, 1973 (Biblioteca Salvat de Grandes Temas, 9), pág. 122.

⁴⁸ *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., pág. 52.

⁴⁹ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., pág. 112.

⁵⁰ Patricia Arriaga y José Baldivia (coord.). *La industria cultural en América Latina*, op. cit., pág. 223; y *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., pág. 92.

⁵¹ CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 35.

⁵² *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., págs. 26 y 34.

⁵³ CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 35.

⁵⁴ *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., pág. 37.

⁵⁵ Fuente: *Anuario estadístico de la UNESCO*, 1977.

⁵⁶ Fuente: Oficina de Estadística de la UNESCO.

⁵⁷ A modo de ejemplo, cabría citar un estudio reciente sobre Francia, que indica que en 1957 hubo 411 millones de entradas de cine y que, en la actualidad, son 180 millones. En ese mismo plazo, el número de receptores de televisión pasó de 440 000 a 16 millones. Basándose en ese informe, el Conseil Économique et Social dijo en su dictamen que "el nuevo aspecto de la crisis del cine, de la cual habla todo el mundo hoy, resulta ser una crisis de adaptación a las exigencias derivadas de diversos tipos de competencia, vinculadas a su vez a una modificación de la oferta y de las necesidades recreativas y culturales del público en general". Por consiguiente, "si bien hay una crisis del cine no se trata, desde luego, de una crisis del mundo audiovisual". Dicho de un modo más simple y más directo, se ha podido afirmar que la industria cinematográfica va tan mal porque los franceses no han visto nunca tantas películas (*Les perspectives des industries françaises du cinéma*, Conseil Économique et Social, mayo de 1971).

⁵⁸ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., págs. 136-137. Para ampliar el panorama sobre la industria cinematográfica en varios países, consúltese M. Vázquez Montealbán. *Informe sobre la información*, Fontanella, Madrid, 1971, págs. 115-119; William L. Rivers y Wilbur Schramm. *Responsabilidad y comunicación de masas*, Troquel, Argentina, 1973, págs. 19 y 20; UNESCO. "Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe (*Declaración de San José*)", en revista *Nueva sociedad*, núm. 25, Venezuela, julio-agosto de 1976, pág. 137; José Rubén Jara, *Comunicación, población y desarrollo en América Latina*, Universidad Iberoamericana, México, 1981, pág. 47; *América en cifras*, Secretaría General de los Estados Americanos, OEA, Washington, D. C., E.U.A., 1973, pág. 303; y *World Communications. A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and Film*, UNESCO. Gramer Press, Cambridge, 1975, pág. 33.

⁵⁹ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., pág. 114.

Las estadísticas sobre las instalaciones de recepción de radiodifusión sonora, y sobre el número de receptores en un país dado pueden ser exactas sólo si se obtienen mediante métodos de encuesta (censos o encuestas anuales). Sin embargo, ese tipo de estadísticas se acopian en un número limitado de países. En la mayoría de los países, se pueden obtener estadísticas sobre las instalaciones de recepción de radiodifusión sonora sólo sobre la base de fuentes secundarias. Las estadísticas se refieren a: a) el número de permisos (o, en algunos casos, al número de declaraciones hechas) en los países donde los propietarios de receptores de radio deben pagar por ley un derecho o declarar estar en posesión de receptores; b) al número de suscriptores a sistemas de emisión por cable, ahí donde se utilizan esos sistemas. Las estadísticas disponibles sobre receptores de radio no distinguen entre los distintos tipos de receptores: radios portátiles, de transistores autoperforantes conectados a una red de difusión por cable o variaciones de esas instalaciones, sintonizadores refinados en unidades separadas o combinados con otras unidades de alta fidelidad, de reproducción, grabadoras, o con los así llamados "centros musicales", etc. Además, esas estadísticas rara vez indican la ubicación de esos receptores, si están instalados en hogares particulares, en automóviles o en lugares públicos, si son portátiles o no, etc. Los datos sobre los receptores de radio que figuran en los cuadros se refieren al número de permisos y, en algunos casos, al número de receptores declarados o al número estimado de receptores en funcionamiento. En muchos países, un permiso puede implicar la propiedad o utilización de más de un receptor de radio. Es por ello, entre otras razones, que hay que utilizar estas cifras con cuidado. Además, las estimaciones del número de receptores en uso varían mucho en cuanto a su fiabilidad. *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., págs. 16-18.

⁶⁰ *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., págs. 18-20 y 77.

⁶¹ Christopher H. Sterling. *The Mass Media: Aspen Institute Guide To Communication Industry Trends*, op. cit., págs. 367-368.

⁶² *Estadísticas culturales y desarrollo cultural*, op. cit., págs. 18-21 y 81.

⁶³ Patricia Arriaga y José Baldivia (coord.). *La industria cultural en América Latina*, op. cit., pág. 268.

⁶⁴ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., pág. 116.

⁶⁵ H. Bagdikian Ben. *Las máquinas de la información*, op. cit., pág. 351.

⁶⁶ CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 34.

⁶⁷ Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples*, op. cit., pág. 226. Es importante destacar que esta tendencia desequilibrada en la distribución de los medios por regiones del mundo no sólo afecta a la televisión, sino que es un fenómeno que atraviesa al conjunto de aparatos de información. Así, constatamos que debido al principio de desarrollo desigual que se da entre el centro y la periferia, en 1961, las cuatro regiones más desarrolladas del mundo (América del Norte: Estados Unidos; Asia: Japón; Europa Occidental y Australia) poseían para cada 100 personas un 600% más de periódicos, 970% más de receptores de radio, 690% más de butacas de cine y un 18% más de aparatos de televisión que el conjunto de las tres regiones subdesarrolladas del mundo (África, Asia y América del Sur), Denis Mc Quail. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Paidós, 1a. ed., Argentina, 1972, págs. 14-19.

Esta misma tendencia se mantiene para la segunda mitad de la década de los setenta, cuando la disparidad entre los países de PNB modesto (Grupo A) y de PNB medio (Grupo B) es muy acusada en relación con la televisión y el teléfono, pero muy pequeña en el caso de la prensa y de la radio. La enorme disparidad que existe entre estos dos tipos de países y las naciones desarrolladas (Grupo C) está creciendo año tras año, en primer lugar porque la riqueza engendra riqueza y la capacidad de inversión es un factor vital; y en segundo lugar, a causa de las diferencias de las tasas de crecimiento demográfico.

Distribución del teléfono, cine, prensa, radio y televisión
por países desarrollados y subdesarrollados, en 1977

País	Diarios	Receptores de radio	Receptores de televisión	Teléfonos*	Asistencia a los cines
	por cada 1 000 habitantes				por habitante
A: PNB modesto	19.2	56.0	5.4	1.3	2.7
B: PNB medio	19.0	57.2	22.5	15.1	1.1
C: Países desarrollados	328.0	741.0	338.0	352.0	7.4

* Excluida China.

Grupo A. Comprende los países que tienen un PNB hasta de 400 dólares por habitante.

Grupo B. Comprende los países que tienen un PNB de 400 a 2 500 dólares, incluyendo los países productores de petróleo.

Grupo C. Comprende a todos los países desarrollados: toda Europa Occidental, salvo Portugal, la Unión Soviética, la República Democrática Alemana, Checoslovaquia, Polonia, Estados Unidos, Canadá, Japón, Australia, Nueva Zelanda e Israel.

Fuentes: *Anuario estadístico de la Unesco*, 1977; *Atlas del Banco Mundial* (con respecto a los datos demográficos); *Annuaire mondial de la radio et de la télévision (World Radio and TV Handbook)* 1979; *World Communications* (UNESCO, 1977); *Statistical Abstracts*, EUA, 1978; *Rapport IPC*, abril de 1979, *Rapport Interne*, INA, etcétera.

Para complementar la visión sobre la expansión de la televisión en otros países, consúltese "Imperialismo y medios de comunicación en América Latina: Chile un caso ejemplar", boletín *Chile Informativo*, núm. 90, México mayo 1976, pág. XVII; Richard J. Barnet y Ronald E. Muller. *Los dirigentes del mundo: El poder de las multinacionales*, Grijalbo, España, 1979, pág. 33; Robert Phillipoff. "Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media", op. cit., págs. 31-37.

⁶⁸ CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., pág. 35 y Comisión Mc Bride. *Un solo mundo, Voces múltiples*, op. cit., pág. 163.

Para ampliar este panorama en el caso mexicano, consúltese José Flores Salgado y Leobardo Conde Luna. "Televisión por cable... ¿Otro factor de integración regional de México?", *Cuadernos del TICOM*, núm. 2, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, julio de 1979; *La televisión por cable*, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión México, 1978; y *World Communications Facts*, *op. cit.*, pág. 30.

⁶⁹Juan Somavía. "La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo", *op. cit.*, pág. 33. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importantísimo reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que "aun cuando seguimos usando las palabras 'información' y 'comunicación', éstas se aplican hacia fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década del 40". Estamos encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la palabra de Reuters como el último satélite de comunicaciones se llaman igualmente "información", pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos. *Ibid.* pág. 33-34.

⁷⁰La presencia de la cultura de masas da origen a la industrialización de la comunicación, que a su vez provoca el fenómeno de explosión de la información. Dicha realidad puede ser considerada desde dos puntos de vista. Desde un punto de vista teórico y prospectivo, esta realidad puede propiciar los siguientes avances: un rápido acceso a una información más abundante, mayor participación en el desarrollo social gracias a una percepción más clara de la realidad; interacción equilibrada y pluralista en el campo cultural con objeto de facilitar la democratización, y sentimiento de un destino común en el desarrollo de una sociedad global. Desde un punto de vista sociológico, este mismo fenómeno puede significar los siguientes problemas: un acceso a la información desequilibrada y desigual, tanto en cada país como en cada comunidad internacional; la circulación de la información es de sentido único, está culturalmente desequilibrada y tiene carácter repetitivo; la saturación de la información se produce en las zonas urbanas y semiurbanas, con lo que el público pasa a ser insensible a los problemas y acontecimientos de su tiempo; la información transmitida por las agencias transnacionales se refiere a menudo a realidades extranjeras que no guardan relación alguna con los problemas y las exigencias de la cultura y el desarrollo nacionales. CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1980, pág. 61.

⁷¹Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente, y que se continuará en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas:

- a) *Innovaciones relacionadas con las computadoras*: i) telecomputadoras. ii) microfichas, iii) material de registro y localización de la información, iv) computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad a los sistemas de información complejos, y v) video-informática (videotextos: Ceefax y Antiope).
- b) *Innovaciones en materia de grabación de la información*: i) magnetófonos, ii) cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes (magnetoscopios de 1/2 pulgada, que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal), y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.
- c) *Innovaciones en materia de transmisión de la información*: i) tecnología numérica aplicada al sonido y a la televisión numérica; ii) estereofonía grabada y difundida por la radio; iii) satélites de comunicación en órbita ecuatorial, que enlazan los continentes mediante la imagen y el sonido (visiófono, videoconferencias); iv) nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; v) fibras o tubos de luz, que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información (millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo); vi) transmisión de sonidos y de imágenes por microondas; vii) máseres; viii) láseres (que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo para las operaciones quirúrgicas delicadas (en particular, en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; y ix) radiotelegrafía y radiotelefonía que, al utilizar el espectro de frecuencia de radio, proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya la ionosfera y llegan al espacio extraatmosférico.
- d) *Innovaciones en materia de restitución y reproducción de la información*: i) *offset* fotográfico; ii) procedimientos químicos de reproducción de documentos, videodiscos; iii) consolas de video para la corrección de copias y pruebas; iv) holografía; v) telecopia de periódicos y

revistas por teléfono y por satélites; vi) relojes numéricos o de cristales líquidos, y adaptadores electrónicos para nuevas modalidades de utilización de las pantallas de televisión; vii) electrónica gráfica, que combina la computadora con las técnicas de la imprenta y que pueden revolucionar la producción de periódicos, revistas y libros, al multiplicar la rapidez y reducir los costos de reproducción en blanco y negro, y en color; viii) máquinas de impresión de gran velocidad, que producen también la fotografía y los colores; ix) telemedicografía; x) material telefotográfico, y xi) receptores de fotos electrostáticos.

⁷²Es importante advertir que, debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación, el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de parejas, familiar y grupal. Para ampliar esto, consúltese CIEC. *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, op. cit., págs. 26-27; y Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, op. cit., págs. 91-92, 105-109 y 146-148.

⁷³Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan. Consúltese de McLuhan, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México, 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La galaxia de McLuhan*, ATE, España, 1981.

Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo, en 1840, hasta la comercialización de los cristales de silicio, consúltese Comisión Mc Bride. *Un solo mundo. Voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, op. cit., págs. 31-36.

⁷⁴Consúltese Javier Esteinou. "El estudio materialista de la comunicación de masas", *Cuadernos del TICOM*, núm. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, marzo de 1979.

⁷⁵Debemos recordar que "con el fin de conservar el equilibrio que requiere el imperio del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención del estado que los representa se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su proyecto histórico, al sistema global de comunicación e información y, muy en particular, a los medios de difusión colectiva. De estos últimos, prioritariamente monopoliza a los de tecnología más avanzada, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de subordinación colectiva". Consúltese Javier Esteinou. *El condicionamiento social de los medios de comunicación de masas*, Seminario de Comunicación Social, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México, 1983 (Serie Ensayos, 10), págs. 19-20.

⁷⁶Pensamos que es debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro del estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, por lo que es muy difícil su transformación profunda. Los intentos frustrados más recientes que pretendían modificar la estructura global de los medios de comunicación los encontramos en el proyecto RETELVE, de Venezuela, en 1977, y en los proyectos de Derecho a la información, en 1981, y de Democratización de la comunicación, en 1983, en México. Para ampliar este último, consúltese Javier Solórzano Zinzer. "Comunicación social y voluntad política", *El día*, 18 de junio de 1983.

⁷⁷El concepto del estado ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la ciencia política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann. Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y extenderlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos de que esta matriz teórica es una de las principales vetas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del ámbito del poder.

⁷⁸Para ampliar este panorama consúltese Marcos Kaplan. *Estado y sociedad*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1980, págs. 213-214.

⁷⁹Para profundizar, consúltese Mabel Piccini. *Sobre la producción discursiva, la comunicación y las ideologías*, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, agosto de 1981, págs. 24-26.

Capítulo 5

¹ Entre los principales textos que representan esta línea de investigación, destacan los siguientes: *Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones*, Estudios y Documentos de Comunicación Social núm. 74, UNESCO, 1975; *Les Moyens D'Information Dans la Société. Nécessité de Developper la Recherche, Etudes et Documents* d'Information núm. 59, UNESCO, 1970; Ma. Cristina Romo Gil. *Posibilidades y obstáculos para la utilización de la red como medio educativo en México*, tesis de licenciatura, Escuela de Ciencias y Técnicas de Información, Universidad Iberoamericana, México, 1975; Raúl Cremoux. *La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal*, Centro de Estudios Educativos, A.C., México, 1968; Robert A. White. *New Methodologies in Adult Education: A Case Study and Evaluation of the Santa Maria Radiophonic Program*, Stanford University, 1976; Phipip H. Coombs y Manzoor Ahmed. *Attackin Rural Poverty. How Nonformal Education can Help*, Johns Hopkins, University Press, Baltimore y Londres, 1971; Ma. Elena King. "La utilización de la radio y la televisión en la educación", en *Educación y medios de comunicación masiva*, Documentos de Trabajo núm. 1, Fundación Friedrich Ebert, México, 1973; G. González Mayo. "La alfabetización funcional por la radio y la T.V.", en *Educación y medios de comunicación masiva*, op. cit., Peter L. Spain, *A Report on the System of Radioprimary in the State of San Luis Potosí*, Institute for Communication Research, Information Center on Instructional Technology Academy for Educational Development, Stanford University, 1975; Emile G. Mc Anany, *Radio's Role in Nonformal Education. An overview*, Institute for Communication Research, Stanford University, mayo de 1976; *Centro de Información en Tecnología Educativa; La Telesecundaria Mexicana*, en: revista *Educación*, Consejo Nacional Técnico de la Educación, vol. 111, núm. 11, enero-febrero de 1975, 3a. época, México; Thomas J. La Belle. *Educational Alternatives in Latin America. Social Change and Social Stratification*, UCLA, Latin America Center Publications, University of California, Los Ángeles, 1975; Dennis T. Lowry. "Radio y T.V. y alfabetización en México", *Journal of Broadcasting*, vol. XIV, núm. 2, primavera de 1970. Theresa Silverman y Emile G. Mc Anany. "Telé-Niger: Adapting an Electronic Medium to a Rural African Context", *Information Bolletín Number Eight*. The Clearing House and Development Communications, Washington, DC; Wilbur Scharrm. *Big Media, little Media. Tools and Technologies for Instruction*, Sage Publications, Beverly Hills, Londres, 1977; Rober White; *An Evaluation of the Radio Schools and the Radio School Movement In Honduras*, (Summary Report), University of St. Louis Missouri, 1972; Jaime Virgilio Nualart Sánchez, *La telesecundaria Mexicana ¿éxito o fracaso?*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1974; Franz Tattenbach. "Análisis de los Intereses del Auditorio de un Programa de Educación Radiofónica (El Caso de la "Escuela para Todos", de Costa Rica)", *Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 4, México, 1974; Marshall Mc Luhan, "Classroom Without Walls", en Edmund Carpenter y Marshall Mc Luhan. *Exploration in Communication*, Beacon Press, Boston, 1960; *Television for Higher Technical Education of the Employed. A First Report on A Pilot Project in Poland*, estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 55, UNESCO, 1969; Jeremy Tinstall, *The Open University*, University of Massachusetts Press, Amherst, 1974; Francisco Gutiérrez Pérez, *Hacia una pedagogía basada en los nuevos lenguajes de los medios de comunicación social*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación y Educación (ILCE), México, 1972; Joffre Dumazedier; *Televisión y educación popular*, Solar-Hachett, Argentina, 1956; Luis Felipe Argüello Zepeda, *Actitudes sobre la televisión instruccional en ocho empresas privadas del país*, tesis de licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1978; Emile G. Mc Anany, Robert C. Hornik, John K. Mayo, *Studing Instructional Television: What Should Be Evaluated*, Division of Methods, Materials, and Techniques, núm. 74, UNESCO, 1974; *Investigación en teleeducación*, VII Seminario Latinoamericano para Profesores de Teleeducación, Fundación Konrad Adenauer (Alemania), Instituto de Solidaridad Internacional (ISI), Colombia, 1973; Joaquín Antonio Fernández Espinosa de los Monteros, *Un análisis de la televisión educativa que pasa por los canales comerciales del Distrito Federal*, tesis de licenciatura, Depto. de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1969; Hernando Bernal Alarcón, *Educación fundamental integral. Teoría y aplicación en el caso de ACPO, Andes, Colombia*, 1978; Wilbur Schramm, *Quality in Instructional Television*, The University Press of Hawaii, 1975; Lennart H. Grenholm, *El empleo de la radio por los grupos de estudios en la República Unida de Tanzania*, UNESCO, París, 1975; Ignacy Waniewicz. *La Radiocomunicación al Servicio de la Educación de Adultos*, UNESCO, París, 1972; Raymond Lallez, *El caso TEVEC: Una experiencia de educación de adultos por el Sistema de Múltiples Medios*, UNESCO-OIE, 1970; y muchos otros más.

Todos estos estudios, como plantean Noreene Janus y Rafael Roncagliolo, se caracterizan por enfocar las relaciones entre educación y medios de comunicación masiva como un problema restringido a las posibilidades de utilizar los medios para incrementar la cobertura de la educación for-

mal. Así, las discusiones sobre este tópico se han concentrado sobre los problemas de planeamiento, costos y efectividad de los medios masivos para transmitir mensajes educativos. Un sinnúmero de investigaciones han sido realizadas en torno a variables que se refieren, sea a los atributos de las audiencias (edad, sexo, ubicación geográfica, etc.), sea a los medios mismos (tipo de medio, extensión y duración de las transmisiones, etc.), o sea a los aspectos operacionales de la enseñanza (el medio solo o con profesor, solo o con textos de apoyo, etcétera).

Aun cuando estas investigaciones y los experimentos que suelen acompañarlas puedan arribar a un incremento significativo de los niveles de escolaridad y entrenamiento, lo cierto es que las relaciones entre comunicación masiva y educación formal abarcan problemas bastante más complejos y relevantes que el uso de algunos espacios o tiempos de los medios con fines educativos. Rafael Roncagliolo y Noreene Janus, *Publicidad Transnacional, Medios de Comunicación y Educación en los Países en Desarrollo*. Documentos del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1980, pág. 1.

² Por corriente crítica de análisis de la comunicación de masas entendemos la perspectiva de Investigación que se esfuerza por interpretar y transformar el fenómeno de la comunicación colectiva desde una óptica epistemológica de asimilación totalizadora. Esto significa que comprende el proceso de comunicación no a partir de los recortes ficticios que realizan las corrientes funcionalistas o culturalistas sobre la misma, sino desde los procesos de creación, reproducción y deestructuración de la sociedad en su conjunto.

Por consiguiente, este quehacer se empeña en estudiar la dinámica de la producción, circulación vinculación y consumo de la comunicación social, a partir de las necesidades económicas, políticas, sociales y culturales que presenta cada momento histórico de la sociedad donde se inscribe. En este sentido, las realidades informativas se analizan como productos del conjunto de relaciones históricas que las determinan, y no como simples hechos aislados, atomizados y fraccionados de la estructura social donde actúan.

³ *Que Savons-Nous Sur la Communication?*, Commission Internationale d'Etude Sur les Problemes de la Communication, núm. 9, UNESCO, París, 1978.

⁴ Armand Mattelart y Seth Siegelaub. *Communication and Class Struggle Capitalism, Imperialism*, vol. 1, International General, Nueva York, and International Mass Media Research Center, Baugnot, Francia, 1979.

⁵ Nicholas Garnham. "Contribution to a political Economy of Mass Communication", en *Media, Culture and Society*, vol. 1 núm. 2, abril de 1979; y *Towards a Political Economy of Mass Communication*, Media Studies, P. C. L., versión mimeografiada.

⁶ Fátima Fernández, Alberto Montoya M. del Campo, Florence Toussaint, Carola I. García Calderón, Blanca Aguilar P., Ma. Josefa Herreguerena y Eduardo Andion; *Diagnóstico sobre los Medios de Difusión de Masas en México y Proposiciones para el Derecho a la Información*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Cámara de Diputados, Cd. de México, 3 de julio de 1980.

⁷ Nos referimos a sus textos *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*, Siglo XXI, 1a. ed. México, 1977, págs. 147 a 222; "El Imperialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural", en: *Rev. Comunicación y Cultura*, núm. 1, 4a ed., México, 1977, págs. 146-244; "La Industria Cultural no es una Industria Ligera. Hacia la Fase Superior del Monopolismo Cultural", en revista *Casa de las Américas*, núm. 77, vol. XIII, marzo-abril de 1973, págs. 40-43; "La industria Sésamo", en *Rev. Mexicana de Ciencia Política*, núm. 74, octubre-diciembre de 1973, año XIX, Nueva Época, págs. 37-54; *La cultura como empresa multinacional*, ERA, México, 1974, págs. 84 a 101; y *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*, Siglo XXI, Argentina 1974, págs. 79-86.

⁸ Armand Mattelart. *La cultura como empresa multinacional*, op. cit., pág. 84.

⁹ Armand Mattelart. *Agresión desde el espacio*, op. cit., pág. 85.

¹⁰ Armand Mattelart. *La Industria cultural no es una industria ligera*, op. cit., págs. 10-43.

¹¹ Nicos Poulantzas. "La crisis de los partidos", en: *Le Monde Diplomatique*, septiembre de 1979, pág. 32. El subrayado es nuestro.

¹² Para ampliar este análisis examinar de Guillermo Labarca, *Economía política de la educación*, Nueva Imagen, México, 1980, pág. 31-37.

¹³ Radovan Richta y colaboradores. "Transformaciones radicales en el trabajo. La calificación y la educación como consecuencia de la elevación obligatoria del nivel de calificación de los trabajadores", en Guillermo Labarca. *Economía política de la educación*, op. cit., pág. 109. La tesis del incremento proporcional entre el desarrollo tecnológico de las fuerzas productivas y el grado de calificación de la fuerza de trabajo, también es apoyada por Harry Braverman, en *Trabajo y capital*

monopolista. *La degradación del trabajo en el siglo XX*, Nuestro Tiempo, México, 1980, págs. 485-513.

¹⁴ *Ibidem*, pág. 108.

¹⁵ *Ibidem*, págs. 110-111.

¹⁶ Enrique Olivares. "Reforma educativa para la enajenación obrera", en *Reforma educativa y "apertura democrática"*, Nuestro Tiempo, 1972, pág. 158.

¹⁷ *Annuaire Statistique, 1971*, Organisation des Nations Unies pour l'Education, La Science et la Culture (UNESCO), París, 1972, págs. 17.

¹⁸ *Memorias del Primer Congreso Internacional de Educadores del Tercer Mundo*, Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, México, 1975, pág. 31.

¹⁹ "Vertiginoso Aumento de la Población en América Latina", *Excélsior*, 5 de marzo de 1981, pág. 1, Sección cultural y financiera.

²⁰ "Más de 800 millones de Analfabetas", *EL Herald*, 19 de octubre de 1975 pág. 1 A; "Crece el número de Analfabetas en el Tercer Mundo", *El día*, 10 de enero de 1975, pág. 10; y "Existen en el Mundo 460 millones de Mujeres Analfabetas: Hortensia Busi", *El día*, 27 de marzo de 1975, 1a. secc. pág. 36.

²¹ "814 millones de Analfabetos en 1980", *Excélsior*, 13 de julio de 1979, pág. 1a; "Analfabetismo Mundial", *Excélsior*, 13 de julio de 1979, pág. 6a; "Ventaja a grupos de Poder por la Existencia de 850 millones de iletrados: Banco Mundial", *Excélsior*, 25 de junio de 1980, pág. 1a; y "600 millones de Analfabetos en los 'Países en Desarrollo'", *El día*, 23 de junio de 1980, pág. 16.

²² "Hay 700 millones de Analfabetos: UNESCO", *Excélsior*, 9 de diciembre de 1979, pág. 1a; y "En el Año 2 000 habrá mil millones de Analfabetos: Amadou M. M'Bow", *El día*, 9 de diciembre de 1979, pág. 3.

²³ *Memorias del Primer Congreso Internacional de Educadores del Tercer Mundo*, op. cit., pág. 16-17.

²⁴ *Ibid*, pág. 33.

²⁵ "Aún hay más de 80 millones de analfabetos en América Latina", *El día*, 28 de julio de 1973, pág. 2; "70 Millones de latinoamericanos sin acceso a la educación: CREI AL", *Excélsior*, 10 de octubre de 1979, pág. 4-A; "60 millones de personas en América Latina, sin Acceso a la educación", *El día*, 31 de junio de 1980, pág. 14; y "En América Latina el crecimiento demográfico no mayor que el económico", *Excélsior*, 16 de marzo de 1981, pág. 5-A.

²⁶ "Disminuye el Analfabetismo en América Latina: UNESCO", *Excélsior*, 28 de febrero de 1981, pág. 5.

²⁷ Algunas de las posiciones empíricas que comparten esta argumentación, sobre el origen de la práctica pedagógica del aparato de la cultura de masas, son las de Anselmo Arellano Meixueiro. "La Telesecundaria, origen y funcionamiento", *Rev. Audiovisual*, núm. 1, Segunda época, sep.-oct. de 1974, México, 1974, págs. 34-35; Jesús García Jiménez. *TV educativa para América Latina*, op. cit., págs. 88-90, 106-110, 221-232 y 237-245; Ma. Antonieta García Lascuráin. *Experiencias nacionales y extranjeras en el empleo de la TV con fines educacionales*, Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza, UNAM, 1971, p. 20-45; Emile G. Mc 'Anany, Robert Horvik y John K. Mayo. *Studing Instructional Television: What Should Be Evaluated*, Institute for Communication Research, Stanford University, Stanford, California, 1973, pág. 2; y Rosa Luz Alegría. *Los medios masivos de comunicación y su aplicación al proceso educativo*, *Rev. Planeación y desarrollo*, núm. 5, noviembre-diciembre de 1973, pág. 19.

²⁸ Al enfatizar algunas de estas propiedades, la UNESCO señala que "las ventajas que trae consigo la utilización de los medios de comunicación social en la educación tienen un triple carácter: se derivan de la dimensión potencial de su público, de su rapidez de penetración y de la riqueza de su ilustración auditiva y visual. Cada uno de estos aspectos ha suscitado aplicaciones concretas en materia de medios didácticos. Por ejemplo, la posibilidad de llegar a todos los alumnos de una escuela mediante la radio y la televisión educativa, incitó a crear formas de enseñanza directa en las cuales se utilizaba la televisión como extensión del sistema escolar, y los programas eran a menudo una producción de la enseñanza dispensada en el aula de clase. El carácter inmediato y la penetración instantánea de la televisión educativa fueron los que provocaron su empleo en los planes de reforma de los programas, como modo de informar a los profesores sobre los nuevos métodos pedagógicos, de implicarlos en ellos y de facilitar a los alumnos nuevas experiencias de aprendizaje. Recíprocamente, la variedad de los recursos audiovisuales permitió la realización de programas de radio y televisión cuyo objetivo principal consistía en conseguir lo que resulta imposible en un aula, a saber, superar las fronteras habituales de la escuela o ilustrar conceptos abstractos mediante dibujos animados o interpretaciones escénicas. En esto estriba también la causa de la utilización creciente de los medios de comunicación social para la educación de adultos y la educación extraescolar de los

jóvenes, tanto en programas de alfabetización de masas como en los de desarrollo de la comunidad. Los resultados son muy variables ya sea en los medios escolares o extraescolares o bien en los programas destinados a los niños, los adolescentes y los adultos, y convalida hacer una evaluación a fondo para aprovechar al máximo las experiencias realizadas” Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, *Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna*, UNESCO, París, 1978, pág. 55.

Igualmente, remarcando algunas de estas facultades, Noreen Janus y Rafael Roncagliolo indican que “la crisis de la institución escolar, por cierto, no se debe sólo a las limitaciones intrínsecas de la escuela contemporánea, ni puede solucionarse mediante la escolarización de los medios masivos. Lo que ocurre, en efecto, es que lo medios (que comparten algunas características de la escuela, pero que también desarrollan sus propias formas de comunicación) han adquirido una eficacia socializadora relevante, desplazando en parte la hegemonía funcional de la escuela. Ello resulta, entre otros factores de la penetración que los medios masivos han logrado dentro de la vida privada, de la ilusión de libertad que producen (desde que es posible cambiar de diario o la estación de televisión), de la variedad de sus programas, de las fuerzas psicológicas que logran movilizar, de su sustento lúdico antes que pedagógico, y de su carácter permanente (puesto que su influencia se extiende sobre toda la vida y no sólo sobre el periodo escolar). *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, Documentos del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1980, pág. 12.

²⁹No obstante que anteriormente hemos anotado que el aparato de la cultura de masas, como extensión del aparato pedagógico, realiza la tarea de inculcar la ideología de la clase que detenta la dirección global de la sociedad, a través del discurso pedagógico que éste difunde; en esta fase no desarrollaremos dicho aspecto por no conocer información histórica precisa sobre la modalidad como se efectúa. Aunque ya hemos descrito en otros trabajos algunas de las especificidades bajo las cuales se inculca y organiza la ideología dominante que trasmite el aparato del consenso de masas, estamos conscientes que dichas características se refieren al ámbito general del problema, y por lo tanto, no resuelven las particularidades propias de este caso.

Cuando más, la globalidad de los estudios que destacan en este terreno, pertenecen al tipo de análisis empirista o de corte descriptivo, que no trascienden más allá de la apariencia del fenómeno. No explican en última instancia, por qué el aparato escolar encuentra una salida estructural a través del aparato de la cultura de masas, y mucho menos, comprenden qué impacto provoca esta nueva modalidad cultural en el proceso de formación cualitativa de la fuerza de trabajo. Son análisis que se empeñan en la simple recolección y sistematización empírica de informaciones sobre los efectos que éstos producen como aparatos de modernización cultural y educativa.

Por ello, nuevamente reiteramos que debido al abandono de esta función dentro de la actual teoría crítica de la comunicación de masas, el conocimiento de la inculcación de los diversos tipos de ideologías que introyecta el discurso pedagógico de los medios de difusión colectiva, subsiste como una laguna conceptual. Reconocemos, que esta problemática se conserva, hasta el momento, como una zona virgen que debe ser recobrada y desarrollada por la nueva corriente crítica que confronta a la teoría estructural funcionalista de la comunicación de masas. Ésta es una de las vías que impulsará el proceso de ruptura epistemológica que afanosamente construye la nueva visión materialista de la comunicación colectiva.

³⁰En el nivel de educación elemental o primera aculturación, incluimos todas aquellas actividades preescolares que son inculcadas por el discurso pedagógico de los aparatos de difusión de masas, y que actúan como cimiento cultural de los futuros grados de capacitación social. En la etapa de alfabetización, consideramos la educación básica que se imparte exclusivamente a los adultos iletrados. La formación básica, se refiere a los conocimientos que se alcanzan con la educación primaria. La capacitación media, abarca la enseñanza y la socialización que imparten la secundaria, la preparatoria y el liceo. El nivel técnico comprende aquella capacitación que permite el desempeño de actividades de especialización media. El nivel de educación superior, incluye las actividades de alta especialización profesional.

Para comparar el currículum que forma la enseñanza formal tradicional y el currículum que construye esta nueva práctica pedagógica de los aparatos de difusión de masas, revisar de Manuel I. Ulloa, “Imperialismo y reforma educativa”, en *Reforma Educativa y Apertura Democrática*, op. cit., págs. 61-62.

³¹*Multinacionales y sistema de comunicación*, op. cit., págs. 176 - 221; *El Imperialismo en Busca de la contrarrevolución cultural*, op. cit., págs. 146-244; *La industria cultural no es una industria ligera. Hacia la fase superior del monopolismo cultural*, op. cit., págs. 40-43; *La industria Sésamo*, op. cit. págs. 37 - 54; *La cultura como empresa multinacional*, op. cit., págs. 84-101, *Agresión desde el espacio. Cultu-*

ra y napalm en la era de los satélites, *op. cit.*, págs. 79-86; Samuel Pérez Barreto, *El caso de "Plaza Sésamo" en el Perú*, Quinto Sol, México, págs. 121 - 150, y Armand Mattelart y Daniel Wacksman. "Plaza Sésamo y la coartada de la neutralidad", *rev. Siempre*. Suplemento Cultural, núm. 1038, 16 de mayo de 1973; págs. II - IV.

³² "El 66 por ciento de la formación se adquiere antes de los 6 años". *Excélsior*, 23 de febrero de 1975, pág. 1a secc. B.

³³ Para ampliar la información sobre el perfil cultural que inculca Plaza Sésamo, consultar de Rogelio Díaz-Guerrero, Raúl Bianchi Agulla y Rosario Ahumada de Díaz, *Investigación formativa de Plaza Sésamo, una introducción a las técnicas de preparación de programas educativos televisados*, Trillas, México, págs. 193-201; y Raúl Cremoux, "La generación xerox", *Revista Nueva política*, núm. 3, julio-septiembre de 1976 págs. 69-80.

³⁴ *Big Media, Little Media, op. cit.* pág. 29

³⁵ "Plan para promover la radioprimería", *Excélsior*, 17 de julio de 1976, pág. 13-C.

³⁶ *Por medio de una Telenovela Impartirán Cultura en Brazil, Excélsior*, 20 de enero de 1976, pág. 7 secc. B.

³⁷ Edielt, Ralph. "Occupational Education and Training :The Role of Large Private Industry in Brazil", en *Educational Alternatives in Latin America, op. cit.* pág. 199.

³⁸ Jesús García Jiménez. *Televisión educativa para América Latina*, Porrúa, México 1970, págs. 232-237.

³⁹ Allen E. Boring y Ruane B. Hill. *Televisión educativa en América Latina: Problemas y perspectivas*, en "T.V. educativa, presente y futuro", Allen E., Troquel, Buenos Aires, Argentina, 1970, págs. 20-51.

⁴⁰ Para el resto de los países de la región, consultar Jesús García Jiménez. *Televisión Educativa para América Latina, op. cit.*, respectivamente págs. 259-264; 268-280; 215-220 y 274-282.

⁴¹ Emile G. Mc. Anany. "Impacto de las escuelas radiofónicas de América Latina en la educación: Una perspectiva evaluativa", en *Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 2, vol. V, México, 1975, pág. 13.

⁴² Armand Mattelart. *Multinacionales y sistemas de comunicación, op. cit.*, págs. 200-202 y 212-213.

⁴³ Consúltese Jesús García Jiménez. *Televisión educativa para América Latina, op. cit.*, págs. 245-250; 255-259; 221; 232; 189; 192; 173-175; y 192-198; y "Televisión educativa: presente y futuro", *op. cit.*, págs. 15-20.

⁴⁴ "Telescuela técnica, en la TV de Bolivia y Paraguay", *Excélsior*, 9 de junio de 1975, pág. 10-B.

⁴⁵ "Impulsará la TV rural la capacitación industrial", *El Sol de México*, 29 de noviembre de 1980, pág. 19.

⁴⁶ "TELEREY, medio eficaz para capacitar personal", *Excélsior*, 15 de mayo de 1981, pág. 22-A.

⁴⁷ "Telecapacitación" Nueva Serie Para Informar a los Campesinos del País", *Excélsior*, 27 de mayo de 1980, pág. 15-B; "Telecapacitación, nuevo programa dirigido a las comunidades rurales", *El día*, 28 de mayo de 1980, pág. 21, "La serie 'Capacitación Agropecuaria' de gran utilidad para nuestros campesinos, *Excélsior*, 26 de octubre de 1980, pág. 3; "Concluida la primera de cinco etapas de promoción educativa al campesino", *El Heraldo*, 23 de noviembre de 1980, pág. 4, "Técnica agropecuaria elemental disponible a través de la TV", *El Sol de México*, 24 de noviembre de 1980, pág. 6; "Reciben capacitación 400 campesinos oaxaqueños por medio de TRM Y SARH", *Excélsior*, 16 de diciembre de 1980, pág. 23; "400 campesinos del Estado de Oaxaca son capacitados a través de TRM y SARH", *El Sol de México*, 17 de diciembre de 1980, pág. 6; "Capacitación agropecuaria a campesinos por televisión", *Novedades*, 18 de diciembre de 1980, pág. 26; "Convenio de TRM y Banrural para impulsar el agro", *El Nacional*, 29 de abril de 1981, pág. 4; "Convenio de adiestramiento técnico agropecuario entre TRM y 10 Estados", *El Sol de México*, 9 de febrero de 1981, pág. 6 y "Documentos del SAM. Estrategia de Comunicación Social", *Excélsior*, 28 de mayo de 1981, pág. 1.

⁴⁸ Morion Rycce. "La Universidad Abierta", revista *Productividad y desarrollo*, núm. 4, México, enero-febrero de 1973, págs. 56-60; Jesús García. *Televisión educativa para América Latina, op. cit.* págs. 154-158 y 196-205.

⁴⁹ "Ambicioso plan educativo propone en marcha E.U. Prensa y TV en escuela abierta", *Novedades*, 9 de septiembre de 1979, págs. 1 y 3; *El desarrollo de la televisión instructiva, op. cit.* pág. 143; *Televisión de circuito cerrado en el adiestramiento y la educación, op. cit.*, págs. 165-167. Para confirmar cómo la televisión instructiva hace posible la obtención de títulos universitarios en E.U.A., revisar de Donel W. Price, "Un Plan de Estudios para la Televisión Educativa", en *T.V. Educativa: presente y futuro, op. cit.*, págs. 269-280; Richard J. Barnet y Ronald E. Muller. *Los dirigentes del mundo. El poder de las multinacionales*, Grijalbo, 1977, págs. 154-156: "Walter Anenberg donará 150 millones

de dólares a la TV no comercial de EUA, para una 'Universidad Televisiva', *Excélsior*, 30 de marzo de 1981, pág. 3.

³⁰ "Cursos Universitarios transmitirá Televisa", *El día*, 28 de mayo de 1975, pág. 20, "La UNAM y Televisa inician la universidad del aire en 1976", *El Nacional*, 21 de diciembre de 1976, pág. 7; "Destacan la importancia de difundir cursos universitarios por televisión", *Excélsior*, octubre de 1978; *Divulgación de temas y tópicos universitarios 1977-78*: Universidad Nacional Autónoma de México, Secretaría de la Rectoría, Dirección General de Divulgación Universitaria, México, "Diálogo y comunicación para la integración universitaria con su entorno"; *El día*, 2 de julio de 1980, pág. 11, "Es necesario que la UNAM siga explorando las posibilidades didácticas en televisión", *El nacional*, 18 de noviembre de 1980, pág. 10; "Televisión universitaria educativa", *El Día*, 22 de noviembre de 1980, pág. 22; "Se clausuró el Seminario Internacional de TV Universitaria", *El Heraldo* 22 de noviembre de 1980, pág. 12; "La televisión no se opone a métodos de enseñanza: UNAM", *El día*, 22 de febrero de 1981 pág. 3; Juan Núñez. *La UNAM por TV*, *El Día*, 22 de febrero de 1981, pág. 19; Transmitirán en la TV de Honduras la serie educativa "Universidad del Aire", *Excélsior*, 3 de noviembre de 1976, pág. 3.

Ante esta nueva tarea pedagógica de las ADM, es necesario considerar que, además de su participación en el proceso de calificación superior de la mano de obra, también generan nuevas consecuencias políticas que pueden traducirse en el debilitamiento de ciertos grupos magisteriales, tradicionalmente independientes y combativos. Éste es el caso del Sindicato de Trabajadores de la Universidad Autónoma de México (STUNAM), que ante la huelga de 1977, en la que se detiene la marcha académica de la universidad, las autoridades rebasan estos frenos sindicales y transfieren la universidad al aparato televisivo para continuar su tarea educativa. Así, los canales de la televisión comercial mexicana, retoman la docencia universitaria y reinician los cursos profesionales de 9:30 hasta las 23 hrs. permitiendo que los alumnos planteen preguntas a los maestros, vía telefónica. "Clases de la UNAM por TV", *Últimas noticias de Excélsior*, 23 de junio de 1977, pág. 1.

- de la población, 147-153
- de la radio, 109-117
- Cremoux, R.*, 30
- Cultura de masas, 129
- Desarrollo de la prensa, 89-103
- Discurso(s)
 - concepto, 20
 - culturales, 81
 - función, 20
 - tratamiento, 20
- Duverger, M.*, 78
- Educación
 - elemental, 156-159
 - superior, 166-169
- Emisor(es)
 - acción, 24
 - dominantes, 21
 - función, 20
 - subalternos, 21
 - tratamiento, 20
- Escuela, 80-81
 - capitalista, funciones de la, 141
 - electrónica, 81
- Estado ampliado, 12
- Estrato
 - gobernante, 54
 - subalterno, 54
- Expansión de la televisión, 117-123
- Fadul, A.N.*, 78
- Fase
 - colonialista, 82
 - mercantilista, 81-82
 - monopólica, 82
 - premonopolista, 82
 - transnacional, 82
- Fenómeno social, 16
- Financiamiento institucional, 68-73
- Formación
 - básica, 159-161
 - social, 25
- Fuerza de trabajo asalariada, 57
- Funciones no orgánicas, 135
- Gálvez Cancino, F.*, 30
- Garnham, N.*, 139
- González A., C.*, 32
- Guinsberg, G.*, 78
- Gutiérrez Chavero, R.*, 30
- Gutiérrez Vega, H.*, 30
- Historicismo funcionalista, 29
- de corte idealista, 29, 30
- de naturaleza tecnocrática, 29, 30-32
- Hobgen, L.*, 32
- Ideología (s)
 - acción, 22
 - tecnocrática, 59
- Industria del videocassette, 109
- Infraestructura de comunicación material,
 - construcción de la, 42-43
- Intelectuales burgueses, 23
- Interés del capital, 69
- Interpretación
 - de la historia por el capital, 52
 - materialista de la realidad, 15-17
- Janus, N.*, 78
- Labra, A.*, 79
- Lucha de clases, 17
- Maquinismo productivo, 34
- Marco jurídico, 73-74
- Materialismo histórico, 32-33
- Mattelart, A.*, 78, 138, 139, 140
- Mc Luhan, M.*, 28
- Mc Quail, D.*, 28
- Medios
 - carácter, 61
 - control, 55-58
 - de información de masas, 53
 - condicionamiento, 53-76
 - importancia, 80-85
 - peculiaridades, 24
- Medios de comunicación
 - acción, 131
 - análisis educativo, 137-141
 - origen, 32-33
 - primera generación, 132
 - segunda generación, 132-133
 - tercera generación, 133
 - y capacitación de la fuerza de trabajo, 137-141
- Mejía Prieto, J.*, 30
- Metamorfosis de la sociedad civil, 126-131
- Michel, M.*, 32
- Misiones orgánicas, 134
- Modo de producción, 25
- Monsiváis, C.*, 78-79,
- Necesidades de existencia, 21
- Nueva transformación hegemónica del estado capitalista, antecedentes de la, 77-79

- Nuevo estado ampliado, construcción del, 131, 133, 136
- Nuevos sistemas pedagógicos de la comunicación social, surgimiento de los, 153-155
- Pasquali, A.*, 30
- Pérez, A.*, 32
- Petróleo, 71
- Posiciones
funcionalistas, 27-29
políticas, 81
- Poulantzas, N.*, 140
- Práctica de difusión de masas, 20
- Prensa, desarrollo de la, 89-103
- Presencia del cine, 103-109
- Primera Revolución Industrial, 34
- Propiedad, 61-63
- Rabell, M.*, 30
- Radio, crecimiento de la, 109-117
- Realidad, interpretación materialista de la, 15-17
- Receptor(es)
definiciones, 23
función, 20
observaciones respecto del, 22, 23
peculiaridad, 23
tratamiento, 20, 22
- Reducción del proceso de circulación del capital, necesidad de, 33-36
- Reproducción
de la calificación de la fuerza de trabajo, medio de la, 155-156
del capital, 21
del proceso económico, 145
- Revolución Industrial, 142-145
- Reyes Matta, F.*, 78
- Rivers, W. L.*, 28
- Rodríguez, M.*, 30
- Roncagliolo, R.*, 78
- Salazar Roviroso, A.*, 30
- Samavia, J.*, 78
- Schramm, W.*, 28, 29
- Sector
dirigente, 23
primario, 68
proletario en general, 57
secundario, 68
terciario, 68
- Sentido común, 81
- Sieglaub, S.*, 138
- Silva, L.*, 78
- Simbiosis de clase, 68
- Sociedad
civil, metamorfosis de la, 126-131
global, 10,12
- Tecnologías
de comunicación, 131-136
de información, expansión mundial de las, 85-89
- Televisión, 28, 108, 109
en circuito cerrado, 167
expansión, 117-123
por cable, penetración de la, 108, 123-126
- Terrou, F.*, 30
- Totalidad
concreta, 16, 17
social, 11, 24
- Transistores, 110
- Valores históricos, 81
- Vázquez F., M. A.*, 30
- Verni, V.*, 32
- Vías materiales de comunicación y transporte en la historia moderna, origen de las, 36-42
- Villamil Duarte, J. A.*, 30
- Wagner, F.*, 28
- Wright, Ch.*, 29

*Esta obra se terminó de imprimir y encuadernar
el día 26 de octubre de 1990,
en los talleres de Polymasters de México, S. A.,
Calle Congreso núm. 252, Col. Federal,
C.P. 15700, México, D. F.,*

*se tiraron
3 000 ejemplares, más sobrantes de reposición*

AT ET, KC 85