

Los
MEDIOS DE,
COMUNICACIÓN
y la construcción de la
HEGEMONÍA

Francisco Javier Esteinou Madrid

Los
**MEDIOS DE,
COMUNICACIÓN**
y la construcción de la
HEGEMONÍA

Francisco Javier Esteinou Madrid

**EDITORIAL
TRILLAS**



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

Comité editorial Felafacs:

Joaquín Sánchez García

Walter Neira B.

Jesús Martín Barbero

Raúl Fuentes Navarro

Mariluz Restrepo

Cristina Romo de Rosell

Beatriz Solís Leree

Luis Núñez G.

Felafacs

Federación Latinoamericana
de Asociaciones de Facultades
de Comunicación Social

Con el apoyo de **WACC**

Catalogación en la fuente

Esteinou Madrid, Francisco Javier
Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. -- México : Trillas : FELAFACS, 1992.
204 p. : 23 cm.
Bibliografía: p. 173
Incluye índices
ISBN 968-24-4408-X

1. Comunicación. 2. Poder (Ciencias sociales).

I. t.

LC- HM258'E8.5 D- 302.33'E582m

La presentación y disposición en conjunto de
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA HEGEMONÍA
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

© 1992, 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, 1983

Segunda edición, septiembre 1992

(Primera publicada por Editorial Trillas, S. A. de C. V.)

ISBN 968-24-4408-X

Impreso en México

Printed in Mexico

Esta obra se terminó de imprimir y encuadernar el 30 de septiembre de 1992, en los talleres de Rotodiseño y Color, S. A. de C. V., San Felipe núm. 26, Col. Xoco, C.P. 03340, México, D. F.

Se tiraron

2 000 ejemplares, más sobrantes de reposición.

AT RGG, B 100

Índice de contenido

Presentación	5
Prólogo	7
Introducción	13
Cap. 1. Tendencias del Estado en la creación de sus aparatos culturales	17
Las inclinaciones del Estado, 17. Las características históricas, 18. Las puntas de la hegemonía, 20.	
Cap. 2. La tradición materialista y la ubicación de la escuela como aparato ideológico de Estado	23
La función estructural del aparato educativo, 30. La reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, 31. La inculcación de la ideología dominante, 32. La especificidad de la introyección ideológica, 37.	
Cap. 3. Los medios dominantes de difusión de masas como los principales aparatos de hegemonía	39
Los antecedentes, 39. Medios de comunicación colectivos y construcción de la hegemonía, 42. La aceleración del proceso de circulación material de las mercancías, 49. La introyección de las ideologías, 51. Su amplio radio de actuación ideológica, 52. La temprana y asidua multisocialización de la conciencia, 56. La aculturación de la inteligencia infantil, 56. La socialización de la conciencia de jóvenes y adultos, 60. Su gran capacidad de legitimación continua y acelerada, 67. Su enorme poder de formación del consenso y de movilización de los individuos, 72. La movilización en la dirección económica, 73. La movilización en la dirección político-cultural, 74. La prolongación de la sociedad civil, 84. Su permeabilidad al proyecto dirigente, 91. Su hermetismo de acción al programa proletario, 92. El condicionamiento estructural, 93. La propiedad, 95. Su desempeño como industrias culturales, 97. El financiamiento económico, 101. El marco jurídico, 105. La impermeabilidad a lo subalterno,	

106. La reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, 108. El análisis educativo de los medios de comunicación, 108. Hacia una nueva función estructural del aparato de la cultura de masas, 113. El surgimiento de los nuevos sistemas pedagógicos de comunicación, 114. La reproducción de la calificación y el discurso de la información colectiva, 116. La educación elemental, 117. La formación básica, 120. La capacitación media, 124. La educación superior, 127. Nuevas perspectivas, 131.

Cap. 4. Consideraciones finales	135
Cap. 5. La óptica de estudio	143
Notas	149
Bibliografía y hemerografía	173
Bibliografía, 173. Hemerografía, 184.	
Índice onomástico	193
Índice analítico	195

*A Margarita
un Espiritu Superior*

Presentación

El conocimiento que han producido las ciencias sociales avanzadas para comprender la problemática que subordina al Tercer Mundo, ha analizado la dependencia económica que vive la periferia, la extracción inmoderada de materias primas y recursos naturales por las empresas transnacionales, la destrucción ecológica por el avance del capital privado, la fuga de cerebros y de mano de obra calificada hacia los centros de industrialización avanzada, la paupérrima producción del agro, las presiones políticas que imponen los consorcios multinacionales, etcétera. Sin embargo, un tema trascendental para la soberanía cultural de los países periféricos, que casi no se ha estudiado, es el fenómeno de cómo y dónde se produce la opinión pública cotidiana, que dirige y modela la conducta social de los hombres. Ésta es la problemática que aborda el investigador Javier Esteinou Madrid en este trabajo, apoyándose en información obtenida de diversas metrópolis industriales y agrarias.

A partir del surgimiento de los medios de comunicación masiva a principios del siglo xx, la sociedad occidental, y en particular los pueblos en vías de desarrollo, inician una etapa de transformación cultural, que afecta todos los niveles de su vida social. Las mutaciones más profundas que han experimentado a partir de la existencia de estos medios han sido aquellas que, por una parte, han modificado la estructura tradicional de la sociedad civil moderna, para colocar a los medios de difusión de masas como vértice cultural de la misma; y por otra, han convertido al estado convencional del siglo xix en un estado geoméricamente ampliado, con enorme capacidad de consenso y movilidad ideológica.

Esta nueva tarea histórica que ejercen los medios de comunicación se efectúa a través de tres grandes funciones estructurales que desarrollan al interior de la sociedad: la colaboración en el proyecto de acumulación de capital desigual, la creación de la ideología "modernizante", y la producción de la capacitación de fuerza de trabajo.

De esta forma, bajo esta triple inserción orgánica, los medios de comunicación realizan la tarea nodal que antaño le correspondía a la

familia y a la escuela, para ahora dirigir el espíritu nacional hacia los nuevos intereses del poder monopólico. Se han convertido en los principales bastiones culturales que crean el proyecto de nación, de patria, de política, de educación, de historia; en una palabra, de memoria social. A través de ellos, se produce el consenso colectivo que cristaliza en la construcción de la hegemonía cultural de los grupos que los administran.

Con este trabajo, el Dr. Javier Esteinou Madrid contribuye a cubrir, de forma singular, una laguna existente en la conciencia política de América Latina y del Tercer Mundo, y apunta a soluciones vinculadas con la instauración de un nuevo orden informativo mundial.

Prólogo

Conocemos poco sobre la génesis de los grandes sistemas de comunicación de masas. Esta afirmación es válida tanto para América Latina como para el resto del mundo. Se dispone de muy pocos estudios históricos que intenten establecer cómo una determinación económico-política, en un momento dado, marca con su huella la o las funciones sociales que desempeñan las diversas tecnologías de comunicación. Esta falta de estudios históricos favorece, por cierto, de diversas maneras, la credibilidad de los discursos universalistas sobre el rol que ejerce la comunicación de masas dentro de las sociedades capitalistas.

Sin embargo, no obstante lo anterior, los pocos conocimientos que existen sobre la génesis de los medios de comunicación en América Latina nos muestran que el modelo de televisión estadounidense ha marcado notablemente los modelos de implantación de este medio de difusión en los países latinoamericanos. Una vez aceptada esta idea elemental, queda un largo camino por recorrer para tratar de comprender el lugar que ocupa la institución televisiva dentro de cada una de estas realidades. Éste es un camino donde hay pocas referencias y donde, a menudo, es necesario producir una contracorriente de las ideas recibidas y de las prácticas legitimadoras.

En efecto, la fuerte dependencia de los esquemas de la TV comercial de Estados Unidos no es suficiente para explicar por qué, por ejemplo, a diferencia de Colombia —donde el Estado es propietario de los canales de TV y da oportunidad cada dos o tres años en algunos horarios a los particulares a través de concesiones públicas— Venezuela se caracteriza por un sistema de TV dominado directamente por empresas del sector privado. Ello tampoco nos aclara por qué la TV en Chile se ha instalado bajo la protección de las universidades, para después extenderse por todo el territorio nacional bajo la tutela estatal y más adelante, ser relevada por el gobierno demócrata-cristiano que se empeña en reproducir en el sistema televisivo las normas de un pluralismo parlamentario.

Nuevamente, esta concepción no nos explica por qué, también en Chile, la TV no se ha convertido en objeto de preocupación para la frac-

ción hegemónica de la burguesía, que mucho más tarde la asimila como instrumento de creación del consenso. Privilegiados por esta fracción de la burguesía se encontraban la prensa y las redes de radiodifusión que les permitían tener contacto, por una parte, con las clases letradas, y por otro, con las grandes masas analfabetas. (De hecho, es bajo el gobierno de la Unidad Popular, donde, gracias a la alianza con la oposición democrata-cristiana, las corporaciones de las clases medias y las grandes corporaciones patronales tomaron posesión de la cadena de la Universidad Católica.) Igualmente, como en las situaciones anteriores, en muchos países del sur del continente, la industria cinematográfica permanece situada al margen de las preocupaciones hegemónicas.

En otros casos, la teoría de la dependencia tampoco nos aclara por qué el grado de monopolización de la TV comercial en México no ha sido prácticamente igualada por ningún país capitalista del centro o de la periferia. Todo ha ocurrido en este país como si la estructura política del partido único se hubiera traspuesto al sistema de TV comercial, evitando, por supuesto, la transferencia de las grandes contradicciones que atraviesan este partido único. La dependencia no nos explica por qué, en países como Brasil, el único proyecto coherente de una integración nacional por medio de las comunicaciones haya sido impulsado por las fuerzas armadas bastante antes de la caída del presidente Goulart. Éstos son sólo algunos de los tantos interrogantes que permanecen sin respuesta, y a los cuales los investigadores latinoamericanos deberán enfrentar.

Las investigaciones sobre el Estado, este gran eje que ha estructurado la búsqueda sociológica crítica desde fines de los años sesenta, no son siempre de gran ayuda cuando uno intenta comprender el funcionamiento concreto de las múltiples ramas del aparato de Estado en la reproducción y la producción de la vida cotidiana. Sin embargo, las reflexiones sobre la sociedad civil que han surgido en los últimos años, fruto de una interrogación crítica sobre las estrategias de cambio político de las dos últimas décadas, permitirán ampliar considerablemente el campo de estudio sobre el proceso de comunicación, al mismo tiempo que sobre el Estado.

Asimismo, se conoce poco sobre la génesis de los conceptos y sobre las teorías propuestas para analizar los procesos de comunicación. La idea de la prioridad del aparato educativo en la reproducción social, que uno encuentra en muchos autores franceses como Bourdieu o Althusser, no pueden explicarse más que en función de la realidad social donde estas ideas han surgido: una realidad donde hasta hace poco tiempo, el aparato educativo competía arduamente contra el aparato mediático. (De hecho, las cosas han comenzado a cambiar progresivamente a partir de 1968, y en particular desde 1975.) Y es exactamente en ese momento

que, por ejemplo, en uno de sus últimos escritos, Nicos Poulantzas (1980) constata el reciente desplazamiento en Francia del rol ideológico principal de aparatos como la escuela, la universidad y los textos, hacia los medios de masas.

Esto nos vuelve a remitir a una pregunta primordial, raramente expuesta y, a pesar de todo, elemental: ¿por qué en países como Estados Unidos ha prevalecido el sistema comercial de implantación de la TV, mientras que en los países capitalistas centrales de Europa prevalece el sistema de servicio público? De hecho, desde la aparición de los medios electrónicos de comunicación, el gobierno de Estados Unidos ha exigido que éstos cumplan una misión de cohesión nacional, que ningún otro medio de socialización había logrado instaurar anteriormente. Por el contrario, en los países europeos los medios de comunicación masiva han venido a agregarse a otros medios de socialización nacional y a múltiples aparatos de conformación de la conciencia nacional. La presión del proceso de internacionalización tiene como efecto, hoy en día, desplazar estos otros medios de socialización, y forzar a redistribuir su campo de acción en función del aparato mediático recién llegado, que instala su propia hegemonía y su racionalidad particular.

Ahora más que nunca, existe la necesidad de salir del estudio autónomo de cada medio de comunicación particular, para abordar las nuevas articulaciones y las nuevas relaciones de fuerza que están en vías de gestarse entre cada tipo de medios (prensa, radio, TV, cine y pronto telemática), y entre el aparato mediático y los otros aparatos de socialización.

Los análisis que en esta ocasión nos propone Javier Esteinou Madrid constituyen un aporte muy importante para situar, en su especificidad, la génesis de los sistemas de comunicación en América Latina y, sobre todo, para esclarecer las características y los desafíos sociales que presenta esta nueva mutación del modo de comunicación capitalista en su reciente fase contemporánea.

ARMAND MATTELART

Introducción*

Si analizamos el desarrollo histórico de la concepción materialista de la sociedad, se puede observar que, si bien dicha teoría ha abordado con gran detalle y profundidad algunos ámbitos de la estructura y la dinámica del modo de producción capitalista, tales como el proceso de producción, distribución, circulación y consumo de los bienes materiales, la base y el funcionamiento de las clases sociales y su lucha entre sí, los movimientos de cohesión entre los diversos modos de producción, la trasmisión de valor de una formación social a otra, los procesos de mutación de un modo de producción a otro, las formas de consolidación del Estado en los diversos ciclos históricos, las modalidades del poder político que perpetúan las condiciones de reproducción del capital, etcétera,¹ la teoría de la superestructura cultural y su articulación con la base material, ha sido largamente desplazada.²

No obstante ello, en las últimas décadas, especialmente a partir de 1970, dicha perspectiva ha ampliado notablemente su concepción global sobre la ideología y la superestructura social, pero sin llegar a construir todavía una teoría definitiva y exhaustiva sobre esta realidad. Aún se descubre una multitud de vacíos conceptuales sobre estos fenómenos culturales; una de estas lagunas se localiza en la teoría de los aparatos ideológicos de Estado (AIE), y muy en particular en aquella rama que analiza las contribuciones contemporáneas que ofrecen éstos a los procesos de conservación y reproducción de las formaciones capitalistas coetáneas.

Es decir, si bien es cierto que actualmente existe una incipiente acumulación de conocimientos globales (especialmente de origen europeo) sobre la naturaleza y el funcionamiento de los aparatos culturales (básicamente sobre las instituciones educativas), que permiten comprender algunas de las especificidades con las que éstos participan en la reproducción del bloque histórico capitalista, también es cierto que el

* El análisis cuidadoso de este texto exige, como punto de partida, la lectura del cap. 5 (La óptica de estudio).

conjunto de estos análisis no permiten descubrir con suficiente precisión histórica cuál es el bastión cultural que guía la dinámica actual de la reproducción de la conciencia social y de su articulación con la vida material, avanzada cultural que es necesario conocer para establecer, por una parte, qué transformaciones culturales ha sufrido el estado capitalista contemporáneo; y por otra, para saber desde qué aparatos culturales la sociedad moderna construye el consenso que le permite sobrevivir y expandirse ideológicamente, como modo de producción dominante en la historia presente.

Es por esto que el objetivo del presente trabajo apunta a cubrir una laguna conceptual existente en el terreno de la teoría materialista del estado ampliado, que ha sido abandonada durante varias décadas, y hasta el momento continúa relegada. Es decir, nos proponemos desenterrar dentro de la teoría materialista de las ideologías, la discusión sobre la dominancia cultural de los aparatos de hegemonía, para generarla nuevamente desde las posiciones históricas más avanzadas que ha alcanzado el proceso de construcción de la hegemonía contemporánea: el circuito de comunicación de masas.

Para ello intentamos producir una confluencia teórica entre el vértice epistemológico que crean los avances de la economía política sobre la teoría del estado ampliado, y los aportes que ofrece la concepción crítica de la comunicación de masas sobre el funcionamiento moderno de los aparatos de difusión colectiva. El entrecruzamiento de tales corrientes nos permitirá elaborar el reajuste conceptual que requiere la explicación del vertiginoso desarrollo, el sólido fortalecimiento, y la notable transformación que ha experimentado el esqueleto cultural de la sociedad civil contemporánea.

De esta forma procuramos comprobar que el estado ha sufrido una sustancial transformación en el campo de su acción ideológica, desde el momento en que al surgir, funcionar y consolidarse los aparatos de comunicación de masas como aparatos de hegemonía, la materialidad que sostiene a la sociedad civil ha entrado en un nuevo proceso de acelerado desarrollo y organización tecnológico-cultural que ha modificado la correlación de fuerzas culturales existentes hasta el momento. Esto es, proyectamos demostrar que con la presencia activa de los aparatos de difusión de masas y las mutaciones materiales que éstos han provocado al interior y exterior de las instituciones productoras del consenso social, ha emergido una nueva faceta del estado ampliado en el plano de la organización del consenso social.

Intentamos crear una ruptura epistemológica entre la vieja concepción materialista que analiza la formación de las crestas culturales alrededor del aparato educativo, y nuestra nueva perspectiva, que la sitúa en el corazón del aparato de comunicación colectiva y de su correspondiente

cultura de masas. En consecuencia, formularemos un conjunto de hipótesis globales (provisionales) que nos permitan retomar el estudio y la discusión sobre la consolidación de los principales aparatos que implantan y gobiernan la dirección cultural de la fase multinacional del capitalismo avanzado, desde la óptica de la comunicación de masas. Ello hará posible reubicar el pensamiento sociológico crítico que analiza la problemática de la construcción nacional de la ideología, al enfrentarlo a los desfases y las transformaciones históricas que han sufrido los soportes superestructurales de producción de las avanzadas hegemónicas. Asimismo, esto contribuirá a enriquecer la teoría del estado y, por ende, la concepción crítica de la comunicación y la cultura de masas, al centrarnos sobre las nuevas estructuras ideológicas que apuntalan el principal proceso de elaboración, circulación y asimilación del consenso social.

Somos conscientes de que encaramos esta problemática partiendo de un enorme vacío epistemológico, cuyos márgenes han sido bien marcados por diversas reflexiones relevantes que han incursionado en este campo y que han hecho avanzar, de manera sustancial, la discusión general sobre el problema de la ideología, pero que no han abordado el fenómeno de la formación de las puntas de la hegemonía.³ Por lo tanto, algunas de las limitaciones que puede encerrar esta primera aproximación analítica en buena parte se deben a la ausencia de conocimientos previos sobre esta realidad, que durante muchos años ha sido olvidada por las ciencias sociales de vanguardia.

Por otra parte, si bien aceptamos que la vía metodológica más adecuada para abordar esta problemática parte del estudio de los procesos y modalidades concretas de asimilación e introyección psíquica de la ideología por el sector receptor, al situarnos en un intento de análisis de las puntas de la hegemonía del capitalismo mundial encontramos que es imposible realizar dicha práctica metodológica desde ese ángulo. Esto se debe a que el grado de desarrollo conceptual y empírico en que se encuentra la actual reflexión de la comunicación de masas en el campo del consenso en la actual década, experimenta un enorme atraso y abandono epistemológico. Es decir, no existe la suficiente acumulación de información, reflexiones y conocimientos históricos, que nos permitan reconstruir dicho fenómeno global, desde la perspectiva de la socialización concreta del campo de conciencia particular de los sujetos, por los discursos masivos que tienden a convertirse en hegemónicos en cada sociedad.

Por lo tanto, el intento de abordar este problema desde el marco del receptor (de manera frontal y directa) en el estado actual del desarrollo de la ciencia de la comunicación, rebasaría todo esfuerzo que pudiera realizarse desde la observación del capitalismo internacional y esto debi-

do a que tendríamos que responder de manera concreta en cada formación contemporánea, entre otros, a algunos de los siguientes interrogantes: ¿cuáles son los procesos culturales específicos que están incidiendo fundamentalmente en la construcción de la conciencia de los agentes sociales?; ¿existe alguno que imponga la dinámica y dirección principal sobre las demás formaciones de conciencia?; ¿cómo se logra en cada sociedad?, desafíos que no se pueden resolver con la paupérrima producción y acumulación de conocimientos actuales sobre esta materia, y con el empeño de un solo investigador. Esto será fruto del lento avance internacional del trabajo intelectual interdisciplinario que se realiza en el ámbito de la cultura contemporánea.

Sin embargo, no obstante la observación anterior, pensamos que estudiar el surgimiento y el funcionamiento de las puntas de la hegemonía contemporánea, a partir de la reconstrucción de la principal macroestructura de producción y circulación de las significaciones culturales que se gestan al interior de la superestructura ideológica del capitalismo presente, tampoco es un esfuerzo equivocado o inútil. Es, simplemente, una forma distinta de aproximarse metodológicamente al problema, menos económica y directa que la ya esbozada, pero que en las actuales condiciones de concentración de conciencia sobre dicha avanzada cultural no se puede desarrollar desde otra estrategia epistemológica. (Revisar en el anexo la perspectiva metodológica desde la cual se realiza este análisis.)⁴

Por lo anterior, pensamos que este trabajo puede colaborar en la determinación de la medida en que la cultura de masas ejerce una función relevante para la creación de las puntas de la hegemonía de las sociedades contemporáneas; y asimismo, en qué grado participa ésta en el proceso de reproducción moderna del bloque histórico capitalista. Este permitirá precisar, por un lado, las contribuciones que aporta al proceso de construcción de la vanguardia cultural del capitalismo presente, y simultáneamente nos impulsará a progresar en el esclarecimiento de cuáles son las zonas más relevantes de producción e inculcación de la hegemonía capitalista contemporánea.

Finalmente, quiero expresar mi agradecimiento a mis amigos Armand Mattelart, Hugo E. Sáenz, Rafael Rancagliolo, Alcira Argumedo y Ricardo Amann E., por los estímulos, comentarios y críticas que enriquecieron este trabajo. A Margarita y Ximena que acompañaron todas mis horas de investigación. De igual forma, agradezco al Centro de Servicio y Promoción Social de la Universidad Iberoamericana, al Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana (Unidad Xochimilco), y al Consejo Nacional Técnico de la Educación de la Secretaría de Educación Pública, los apoyos y alicientes proporcionados para la concreción de esta obra.

1

Tendencias del Estado en la creación de sus aparatos culturales

LAS INCLINACIONES DEL ESTADO

Debido a los antagonismos estructurales que genera el principio de desarrollo desigual del modo de producción capitalista, la clase gobernante, a través de sus aparatos de Estado, regula y atenúa dichas contradicciones con objeto de crear y conservar las condiciones de equilibrio que requiere la existencia, reproducción y transformación del capital. En condiciones de hegemonía dominante,¹ es decir, en los momentos en que la clase dirigente mantiene la cohesión y dirección de la sociedad por vía de la acción cultural,² los aparatos ideológicos (AIE) se convierten en las instancias políticas más importantes para conservar la nivelación de la formación social.³ Se transforman, así, en instrumentos dominantes de fundamental relevancia para la reproducción coyuntural del sistema, y en uno de los puntales constantes de la creación del bloque histórico capitalista.⁴ A partir de ellos, la estructura global de la formación social alcanza su estabilidad autoritaria y vertical por medio de la acción cultural.

El estado capitalista contemporáneo,⁵ ante la necesidad de aplicar su política de dominación cultural paralelamente a su proyecto global de sujetamiento social, se ve obligado permanentemente a crear y seleccionar las instituciones superestructurales más apropiadas para difundir e inculcar su racionalidad de dominación. Dicha introyección tiende a realizarse, lo más extensa e intensamente posible, sobre los múltiples campos culturales de los diversos grupos sociales que componen la formación histórica, especialmente sobre aquellos que constituyen el soporte de la sociedad capitalista: la fuerza de trabajo asalariada y el sector subalterno en general.

Ello significa que para existir como tal, el estrato dirigente, además de tener que revolucionar constantemente sus formas de acumulación de capital y sus mecanismos de control político, está forzado a modernizar

su infraestructura material y cultural de legitimación histórica. Mediante este mecanismo de permanente adaptación consensual el Estado protege sus fuentes de generación de plusvalía, y enfrenta los constantes antagonismos estructurales que genera su base económica desigual. No podemos olvidar que el principal problema que enfrenta toda élite que aspira al poder o que ya lo posee, es el modo de legitimar cotidianamente las bases de su dominación para persistir como fracción gobernante.⁶

Ante esto, el estado capitalista practica una cuidadosa política de selección de medios, instrumentos y sujetos de implementación ideológica. Así, según las necesidades coyunturales que fijan los diversos momentos de la dinámica social, éste elige los recursos más adecuados para alcanzar el mayor grado de dominación ideológica sobre los múltiples campos de conciencia y de comportamiento de los hombres. Ello le permite imponer colectivamente su concepción particular de la sociedad, como el patrón cultural de referencia social y de actuación imperante. Esto es, realizar su ideología de clase como ideología dominante.⁷

LAS CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS

Esta política de selección de aparatos ideológicos dominantes tiene una triple característica para su implementación. En primer término, obedece a las necesidades más apremiantes de conservación del poder que enfrenta el sector dirigente, y por lo tanto, en última instancia, responde a las demandas de conservación y readaptación económica que presenta la base material del estrato gobernante. Esto determina los tipos o sistemas de aparatos que participan, su prioridad de intervención cultural y la función superestructural que realizan en cada ciclo histórico donde se inscriben.

En segundo lugar, la asignación de un aparato o sistema de aparatos dirigentes, no excluye la participación cultural de otros aparatos hegemónicos secundarios, que también contribuyen a afianzar el consenso local, regional o nacional en otras áreas más concretas donde no penetra la tarea global de los primeros. Esto significa, que la hegemonía no se produce por la acción de un solo aparato cultural, sino con apoyo de un sistema complejo y amalgamado de instituciones y redes ideológicas que determinan y modelan la conciencia y los actos de los individuos. Por lo tanto, la hegemonía permite la presencia de las múltiples acciones culturales secundarias, y se basa en el conjunto de sedimentaciones ideológicas diferenciadas que las producen, para construir una nueva relación consensual más amplia, más uniforme y más alineada, que conduzca a la sociedad por los cauces y márgenes que impone su proyecto de desarrollo social.

En tercer término, esta política de selección no es homogénea para todos los modos de producción ni etapas sociales, sino que varía según los diversos requerimientos que presenta cada fase y coyuntura histórica por la que atraviesa la reproducción de la base social. En cada una de ellas, el sistema cultural más avanzado, o la combinación de los aparatos más desarrollados, es privilegiado por la clase dirigente como la instancia cultural más apropiada para instaurar su hegemonía, dentro de la infinita gama de formaciones ideológicas que se enfrentan a nivel superestructural.

Así, se observa que, en los distintos momentos del transcurso de la historia, este comportamiento político-cultural del estrato dominante siempre está presente en las tareas de dirección moral de la sociedad. En el modo de producción primitivo, el sector gobernante recurre a la tradición oral y al rito como los soportes de consenso más desarrollados que le permiten modelar y dirigir las conciencias primitivas, mediante la producción e inculcación de una visión mágico-religiosa de la realidad. En el modo de producción feudal, la subordinación de la conciencia de la fuerza de trabajo servil a los señores feudales, se ejecuta a través del aparato religioso y de sus respectivos subsistemas clericales. Éstos desarrollan los mecanismos más sutiles de introyección y represión ideológica, y multiplican sus bases de operación cultural (iglesias, misiones y congregaciones) al mayor grado histórico que alcanza el estado feudal.⁸

En la fase mercantilista del modo de producción capitalista, la "dirección moral" de la sociedad es conducida por los aparatos ideológicos del estado político, los que paulatinamente superan la concepción religiosa de la sociedad, e introducen la ideología de la democracia parlamentaria y de la lucha de los partidos. Mediante ésta, se intenta imponer al conjunto de la sociedad un "modo de vida" a través del cual se vive al estado como representante del "interés general" de la sociedad, como detentador de las llaves de lo universal "frente a los individuos privados". Estas creaciones de la ideología dominante son presentadas como unificadas por una "igual y libre participación" en la "comunidad nacional" bajo la égida de las clases dominantes, que se consideran la encarnación de la voluntad popular.⁹

En la fase premonopolista del modo de producción capitalista, los residuos culturales del aparato religioso son gradualmente superados por la emergencia de los aparatos escolares. Estos lentamente sustituyen a las anteriores ideologías y mecanismos religiosos por las nuevas formaciones de conciencia que requiere difundir e imponer el moderno proceso de producción y de organización capitalista en las ciudades. Finalmente, en la fase avanzada del modo de producción capitalista (etapa de consolidación imperialista), el ascenso de la nueva burguesía monopólica provoca que sus bases culturales de organización social

sean modificadas. Por ello, el aparato educativo es progresivamente reemplazado por el nuevo aparato global de la cultura de masas (televisión, radio, cine, prensa, satélites, cibernética, telemática, etcétera), para convertirse en el principal aparato de hegemonía del estado capitalista contemporáneo.

Cuadro 1.1. Principales aparatos de hegemonía en diversas fases de la historia.

<i>Fases históricas</i>	<i>Principal aparato de hegemonía</i>
Modo de producción primitivo	Tradición oral, rito y célula familiar
Modo de producción feudal	Iglesia y subsistemas religiosos
Modo de producción capitalista	Aparatos ideológicos de estado político Escuela Medios de difusión colectiva
{ Periodo mercantilista { Periodo premonopolista { Periodo monopolista e imperialista (etapa de consolidación)	

LAS PUNTAS DE LA HEGEMONÍA

Por su alto grado de funcionalidad para el proyecto de desarrollo dominante, las instituciones culturales más avanzadas se convierten en los principales aparatos ideológicos de Estado o en las puntas de creación de la hegemonía. Su función consiste en implantar el programa primordial de articulación, sujetamiento, conducción e identificación cultural que requiere la estabilidad política y económica del sistema social.

A través de éstas se construyen y dirigen los principales valores racionales, las emociones normativas, las imágenes preconscientes y los sentimientos profundos, que requiere cada fase de la integración nacional. En síntesis, se edifica el principal proyecto de "educación colectiva" de las masas. Así se crea la acumulación cultural que constituye los cimientos ideológicos de la Nación y del Estado.

Esto cristaliza en la elaboración del sustancial "modo de vida cultural", que genera la credibilidad necesaria para la reinstalación del orden social propio de cada fase histórica. A su vez, desemboca en la generación de los principales patrones de conductas que sustentan la reproducción de las relaciones de producción dominantes.

En esta forma, constituido el aparato de hegemonía dominante, las fracciones dirigentes tienden a emplearlo para realizar, a través del

mismo, sus principales tareas para lograr el consenso. Esto es, por mediación de esta institucionalidad cultural, los sectores dirigentes producen, hacen circular e inculcan su ideología de clase sobre las distintas superestructuras de conciencia de la formación social. En su seno se realiza cotidianamente la conversión de la ideología particular en la más relevante conciencia colectiva local, regional y nacional.

A través del mismo, se reproduce la confiabilidad necesaria que requiere la legalización del monopolio del poder. Para ello se reconstruye el pasado en función a la legitimación del presente, y con base en éste se ordena el futuro inmediato. De esto se deriva el marco y la jerarquía de valores que crean el patrón de legalidad y censura política, que autoriza la medida oficial de lo social y lo antisocial, es decir, la medida de la histórico. De aquí emerge el principal proyecto cultural de comunidad, de tradición, de patria, de nación, de sociedad, en una palabra, de hombre. Todo eso se convierte en la principal memoria histórica de la sociedad, que no es otra realidad, que la misma memoria del poder.

A partir de este recuerdo del poder, el Estado intenta provocar la permanente internalización social del mismo, para que los individuos se reconozcan en él y adquieran su principal base de conciencia sobre sí mismos, sobre su sociedad, sobre su historia, y sobre su práctica de transformación política. Con esto, el principal aparato de hegemonía construye las raíces del poder dominante desde las esferas del subconsciente del individuo y desde las profundidades psíquicas de los conjuntos sociales. Memoria social, poder dominante e ideología dirigente quedan así, básicamente articulados y modelados por la acción cultural del aparato de hegemonía principal.

En esta forma, mediante su acción, se concentran las funciones culturales básicas que ejecuta el Estado, lo que crea las principales modalidades y dinámicas orgánicas de la conciencia social. De aquí se deriva la generación de los principios culturales de unificación de los aparatos del poder consensual, lo que repercute en la integración ideológica del ejercicio de la autoridad.

De aquí surge la tendencia hegemónica fundamental que produce la más trascendente dirección moral e ideológica de la sociedad, que obra como cemento de articulación cultural entre las bases económicas y las superestructuras políticas y culturales. Es por conducto de éste que en la sociedad capitalista, en última instancia, el capital ejerce su tendencia ideológica central sobre los múltiples campos de conciencia de los agentes sociales; lo que le representa el control político de las mismas por vía del consenso.

De esta manera, el aparato ideológico dominante es atravesado por las diversas tendencias político-culturales fundamentales que coexisten al interior de la superestructura de la formación histórica. De ello se

deriva un fenómeno de permeabilidad y condicionamiento social del aparato ideológico dominante, por el conjunto de fracciones de clases que participan ideológicamente, por intermedio del mismo, en el proceso de construcción de la conciencia social. Es por esto que, al reflejarse las inclinaciones ideológicas básicas del sector dominante (en algunos casos también del estrato subalterno), metodológicamente puede ser estudiado, a través del mismo aparato dominante, el corazón y la estructura de la principal dinámica cultural dirigente que se gesta en cada periodo histórico.

De aquí la importancia medular de avanzar en la tarea de precisar históricamente qué aparato ideológico de estado desempeña, actualmente, la función dominante en cada una de las coordenadas por las que atraviesa la reproducción mundial del capital; delimitarlo, es decir, localizar en cada formación social cuál es el principal bastión superestructural que modela la conciencia de la fuerza de trabajo, en función a las necesidades del programa de acumulación de valor de que se trate.

2

La tradición materialista y la ubicación de la escuela como aparato ideológico de Estado

Debido al retraso conceptual que ya señalamos en el estudio de la superestructura cultural y de sus soportes de acción, poca claridad se ha alcanzado sobre el proceso de construcción de las puntas del consenso dominante. Considerando la amplísima gama de aparatos ideológicos con que cuenta el estado capitalista moderno para ejercer su política de legitimación y conducción cultural de la sociedad (sistemas educativos, organizaciones culturales, estructuras familiares, sistemas de iglesias, aparatos sindicales, medios de difusión masivos, agrupaciones profesionales, conjunto de aparatos jurídicos, redes de relaciones públicas, etcétera), actualmente, al interior de la concepción materialista de la historia, existe un gran anacronismo teórico que dificulta la tarea de precisar qué aparato de hegemonía desempeña la función dominante dentro de la sociedad civil. Esto ha impedido determinar qué aparato ejerce la vanguardia cultural en el proceso de dirección social y, en consecuencia, obtener su transformación política.

No obstante ello, pese al desarrollo tardío que caracteriza al conocimiento de esta problemática y a no contar con un *corpus* teórico organizado sobre la misma, existen algunas contribuciones de carácter general que nos permiten centrar el problema. Todas ellas coinciden en plantear que la escuela se ha convertido en el principal aparato de hegemonía del estado capitalista moderno.

Éste es el caso de los aportes de Antonio Gramsci que, analizando la sociedad prefascista, escribe entre 1917 y 1937 que "cada estado es ético en cuanto a que una de sus funciones más importantes es la de elevar a la gran masa de la población a un determinado nivel cultural y moral. Nivel que corresponde a las necesidades de desarrollo de las fuerzas productivas y, por consiguiente, a los intereses de las clases dominantes. *La escuela como función educativa positiva y los tribunales como función educativa*

represiva y negativa, son las actividades estatales más importantes en tal sentido" (Gramsci, 1975a, pág. 161, las cursivas son nuestras).

De esta forma, la escuela se convierte en el principal instrumento de preparación de los intelectuales de diversas categorías. Por ello, el conjunto de la labor intelectual en los distintos estados se puede apreciar, objetivamente, por la cantidad de escuelas especializadas y la jerarquización de que gozan. "Cuanto más extensa es el 'área escolar' y abundantes los 'grados superiores' de enseñanza de un estado determinado, más vigorosa es su esfera cultural y su sociabilidad" (Gramsci, 1972, pág. 28).

Por lo tanto, teniendo presente el amplio repertorio de aparatos culturales que Gramsci considera que intervienen en la tarea de construir la hegemonía social, según Jean Marc Potté (1972, págs. 193-196), éstos quedan organizados, en cuanto a la difusión de la ideología, por orden de importancia decreciente, de la siguiente manera:

1. La institución escolar. Ésta la imagina como una organización centralizada constituida por la unión de tres tipos de instituciones, la escuela única, la universidad y la academia. La escuela única imparte una formación cultural general que prepara para la universidad y las diferentes actividades profesionales, es decir, manuales. Está orientada de manera que permite a los individuos pasar fácilmente de un oficio a otro y, a los más dotados, de dirigidos a dirigentes, abriéndoles las puertas de la universidad. La universidad recoge a los estudiantes más dotados de la escuela única para preparar los cuadros necesarios para el buen funcionamiento de la sociedad. La academia es el organismo que liga a los universitarios con los elementos que, una vez acabada la escuela única, pasan a la vida profesional. Está organizada verticalmente según las divisiones geográficas (nación, regiones y centros locales), y horizontalmente según las diferentes especialidades científicoculturales. La academia, organismo clave de la organización escolar, tiene como funciones: a) aumentar en la vida del trabajador manual las posibilidades de reflexión y permitir a los más inteligentes de ellos acceder a las funciones intelectuales; b) sensibilizar a los universitarios con los problemas de los trabajadores manuales; c) favorecer la integración en la cultura presente de la herencia intelectual de las generaciones precedentes; d) elaborar una cultura nacional homogénea y unitaria estrechamente ligada a la vida colectiva y al universo de la producción; e) unir estrechamente a los intelectuales con los no intelectuales.

2. La organización religiosa. Sobre esto, Gramsci escruta atentamente la estructura de la Iglesia católica para intentar comprender las razones de la enorme influencia que ha ejercido y ejerce aún sobre millones y millones de personas.

3. El conjunto de organizaciones que se ocupan de lo impreso: los organismos que editan o publican libros, revistas, periódicos, diarios y boletines, librerías, bibliotecas, etcétera.

4. Los canales audiovisuales: cine, teatro, etcétera. Gramsci concede una mayor eficacia a la prensa que a los medios de difusión audiovisuales

pues, según él, si bien éstos pueden alcanzar un gran radio de acción y, alguna vez, crear un fuerte impacto emotivo, no pueden, contrariamente a lo impreso, convencer durable y profundamente.

5. Los medios de comunicación oral: radio, discos, etcétera. Es preciso incluso tener en cuenta, según el autor, la influencia oculta de la arquitectura y del urbanismo sobre la cultura de una sociedad. Como se puede ver, las dificultades inherentes al estudio de la ideología reposan no solamente sobre los problemas planteados por la jerarquización de los distintos canales de difusión según su grado de eficacia, sino también, y antes que nada, sobre el número y complejidad de los factores que hay que tener en cuenta.¹

Sin embargo, si bien es cierto que contamos con las contribuciones pioneras de Gramsci sobre la construcción de los núcleos de la hegemonía, también es cierto que, de una u otra forma, la anémica corriente de análisis que ha surgido sobre esta realidad superestructural coincide, en términos generales, con los planteamientos althusserianos que formulan que el principal AIE en las formaciones capitalistas actuales es el aparato ideológico escolar. Es decir, desconociendo los postulados gramscianos sobre la función cultural que ejerce la escuela en el proceso de jerarquización de las puntas de la hegemonía, dicha corriente surge y adquiere fuerza a partir de las interpretaciones que Louis Althusser retoma de Gramsci. De esta manera, la polémica revive y se expande nuevamente con Althusser, y sobre su desarrollo se remodela y adapta de tal forma que, con los años, ya no es dicho autor quien influye directamente sobre sus seguidores, sino son sus discípulos quienes influyen sobre las nuevas generaciones de intelectuales de la cultura. De cualquier forma, en última instancia, son las concepciones althusserianas las que continúan predominando en este terreno.

Así, reimpulsada por Louis Althusser y reproducida mundialmente por diversos teóricos de la ideología, esta concepción cobra nuevamente vigencia en 1970, cuando se afirma que

el aparato ideológico de Estado que ha sido puesto en posición dominante en las formaciones capitalistas avanzadas, después de una violenta lucha de clases política e ideológica contra el antiguo aparato ideológico de Estado dominante, es el aparato ideológico escolar. Esta tesis puede parecer paradójica si es verdad que para todo el mundo (es decir, en la representación ideológica que la burguesía trata de darse a sí misma y de dar a las clases que ella explota), el aparato ideológico de Estado dominante en las formaciones sociales capitalistas no es la escuela, sino el aparato ideológico de Estado político, a saber, el régimen de la democracia parlamentaria surgido del sufragio universal y de la lucha de los partidos.

No obstante, creemos pues tener fuertes razones para pensar que detrás de los juegos de su aparato ideológico de Estado político, que ocupa

la parte delantera de la escena, lo que la burguesía ha puesto a funcionar como su aparato ideológico de Estado número 1 y por lo tanto dominante, es el aparato escolar que de hecho ha reemplazado en sus funciones al antiguo aparato ideológico de Estado dominante, a saber, la Iglesia. Se puede incluso agregar: la pareja escuela-familia ha reemplazado a la pareja iglesia-familia.²

Secundando este pronunciamiento, Pierre Bourdieu y Jean Claude Passeron adoptan indirectamente, en este mismo año, una perspectiva similar cuando expresan que

la institución escolar es la única en detentar completamente, en virtud de su propia función, el poder de seleccionar y de formar, por una acción que se ejerce en todo el periodo de aprendizaje, a aquellos a los que confía la tarea de perpetuarla, y se halla por lo tanto en la posición por definición más favorable para imponer las normas de su autoperpetuación, aunque sólo fuese al usar de su poder de reinterpretar las normas externas (Bourdieu y Passeron, 1974, pág. 251).

O bien, cuando manifiestan que

el sistema de enseñanza tradicional contribuye de modo irremplazable a perpetuar la estructura de las relaciones de clase y, al mismo tiempo, a legitimarla, disimulando que las jerarquías escolares que produce reproducen jerarquías sociales (Bourdieu y Passeron, 1974, págs. 262-263).

En 1971, esta posición es nuevamente enriquecida y matizada por Christian Baudelot y Roger Establet quienes piensan que

los demás aparatos ideológicos (partidos burgueses, televisión, publicidad, ejército, iglesia) cuya acción se ejerce, o bien simultáneamente o bien ulteriormente, pueden cumplir su función de dominación ideológica sólo sobre la base de la inculcación primaria realizada por el aparato escolar. El aparato escolar ocupa así un lugar privilegiado en la superestructura del modo de producción capitalista porque es, entre todos los aparatos ideológicos, el único que inculca la ideología dominante sobre la base de la formación de la fuerza de trabajo.³

Igualmente, en forma indirecta, en 1972 en el prólogo a la edición italiana del libro de Bourdieu y Passeron (*op. cit.*), Giovanni Bechelloni comparte la idea de que el aparato escolar desempeña una posición dominante frente al conjunto cultural, y muy especialmente, en relación a la comunicación de masas. Al respecto indica que una segunda aportación de Bourdieu y Passeron al estudio de los AIE, ha sido

el haber puesto en una cadena lógica y coherente la secuencia de relaciones sociales, escuela y cultura, poniendo en claro los mecanismos a través de los cuales actúan los condicionamientos sociales y su interiorización por parte de ambos sujetos de la relación pedagógica (los docentes y los alumnos). En particular, en un momento en que la mitología sobre la "escuela" de los medios de comunicación de masas es moneda corriente (para determinar masivas inversiones en el sector de los "maquinistas"), adquiere particular relieve el haber mostrado cómo la relación con la escuela condiciona las sucesivas relaciones con las instancias culturales, sea en lo que concierne a la oportunidad de acceso, como el nivel de deco-dificación (*op. cit.*, pág. 23).

En 1973, esta posición es retomada por Gerard Mendel y Christian Vogt (1975, pág. 133) cuando expresan que

la función esencial de la escuela en nuestra sociedad es la de preparar ideológicamente la división en clases sociales, la de permitir la reproducción de las mismas relaciones de producción a despecho de todas las conmociones que puedan producirse en el ámbito de las fuerzas productivas: la escuela ha pasado a ser el aparato ideológico fundamental, "vital" del estado capitalista.

A nivel europeo, en 1974 esta corriente es una vez más reforzada por Nicos Poulantzas quien, estudiando las fases de equilibrio de la formación capitalista y privilegiando la función del aparato educativo, manifiesta que "los aparatos ideológicos de estado, y especialmente el aparato escolar, tienen, en la reproducción de los agentes (su calificación-sujeción y su distribución), un papel decisivo y particularísimo". Debido a esta concepción, elige el aparato pedagógico como el principal indicador histórico para analizar la forma como los aparatos ideológicos del poder contribuyen a reproducir las clases sociales en el capitalismo moderno.⁴

Finalmente, después de haber destacado predominantemente al aparato escolar como el principal aparato ideológico del estado capitalista contemporáneo, dicha corriente señala que el aparato pedagógico más desarrollado en la fase avanzada del modo de producción capitalista no es cualquier tipo de escuela, sino la escuela "democrática", es decir,

la forma política de la dictadura de la burguesía sobre el proletariado que corresponde al estadio desarrollado del MPC, es la democracia. Jurídicamente la burguesía no reconoce la existencia de las clases y aun menos su lucha: la escuela única y ramificada (libertad, igualdad, diversidad de los talentos) es la forma desarrollada del aparato escolar capitalista. Políticamente esta dictadura supone alianzas, especialmente con la pequeña burguesía. Es normal entonces que la red escolar (aquella que conduce al poder

burgués en sus diferentes formas), sea teóricamente abierta y que comprenda formas institucionales de realización que contradicen, en el plano escolar, la alianza entre burguesía y pequeña burguesía (Baudelot y Establet, 1977, pág. 45).

Al parecer, con estos aportes, la concepción althusseriana del aparato ideológico dominante ocupa la vanguardia teórica y se reproduce universalmente como concepción imperante dentro de la problemática de la ideología tratada por el materialismo histórico. Éste es el caso de América Latina, en donde a partir de 1970 las concepciones althusserianas, además de adquirir un rango directriz en el tratamiento global de los fenómenos culturales, han dominado la raquítica labor de investigación y análisis que se ha efectuado en la región, para determinar qué aparato ideológico ejerce la función dominante en el proceso de reproducción de los fenómenos capitalistas latinoamericanos.

Fecundado por estas concepciones, Ignacio Hernández Gutiérrez (1972, págs. 216-217) plantea en México que la importancia de la educación superior a nivel superestructural, proviene del hecho de que

el aparato ideológico de Estado que ha sido puesto en posición dominante en las formaciones capitalistas avanzadas es el aparato ideológico escolar. Es decir, aunque todos los aparatos ideológicos del estado confluyen para lograr el mismo resultado, que es la reproducción de las relaciones sociales de explotación, existe uno de ellos que desempeña, en forma muy precisa, el papel dominante, aunque su función e importancia es extremadamente silenciosa, tanto desde el punto de vista ideológico, como político y económico: la educación.

Impulsado por dichas herencias teóricas, Tomás Amadeo Vasconi desarrolla en Chile a mediados de 1972 y posteriormente en Argentina en 1973, una adaptación de las tesis althusserianas para analizar el aparato escolar como instancia cultural dominante en la historia latinoamericana. Formula que dentro del conjunto de aparatos con que cuenta el estado capitalista contemporáneo para instrumentar su ideología dominante, "la escuela posee una significación singular, sin que esto signifique desconocer la importancia de otros que tienen funciones similares, como los llamados medios de comunicación de masas. Ella es el lugar por excelencia de trasmisión e imposición de las ideas de la cultura dominante" (Vasconi, 1972, pág. 16). Por lo tanto, "La escuela, como lugar de trasmisión e imposición de la ideología dominante, es el lugar en que se ejerce la violencia, aunque no física en este caso, sino simbólica⁵ de la clase dominante y también, por lo mismo, lugar privilegiado de la lucha ideológica" (Vasconi, 1972, pág. 17).

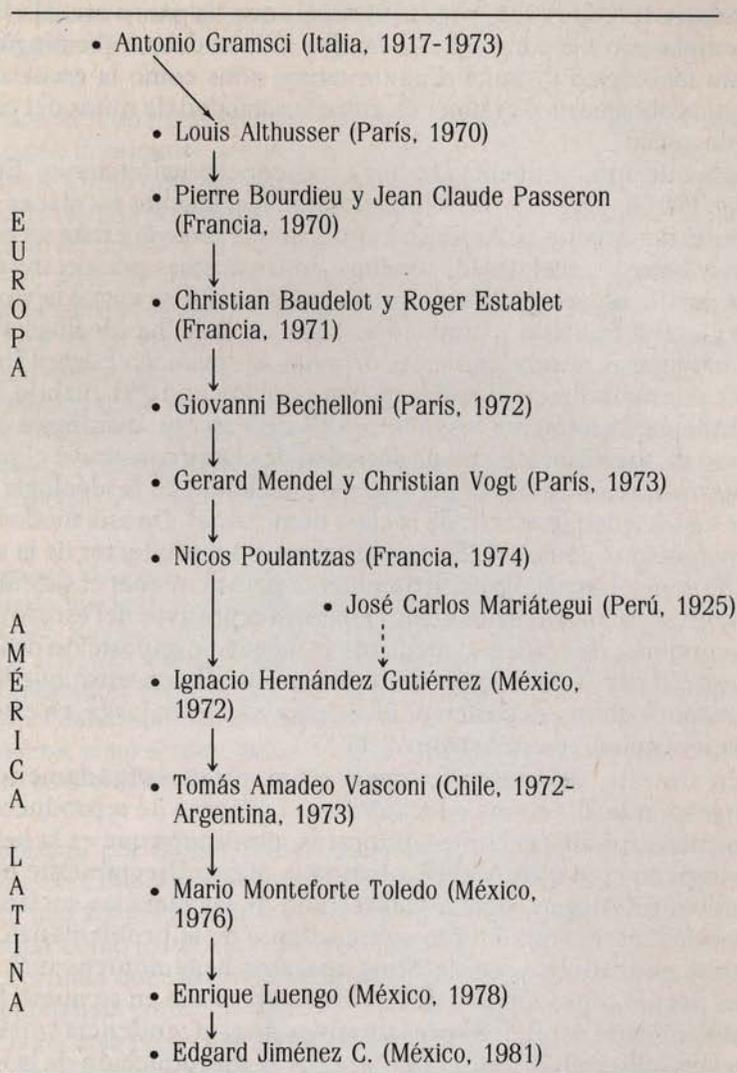
En 1976, volviendo a reproducir literalmente los primeros enunciados althusserianos sobre la dominancia cultural de la escuela, Mario Monteforte Toledo (1976, pág. 189) señala que “la pareja escuela-familia ha reemplazado a la pareja iglesia-familia. Ello se debe a que ningún otro aparato ideológico dispone durante tantos años como la escuela de la audiencia obligatoria y gratuita de entre la totalidad de niños del conglomerado social”.

Más adelante, influenciado por estas conceptualizaciones, Enrique Luengo (1978, págs. 33-39) al preguntarse si el aparato escolar es el instrumento dominante en América Latina, donde todavía existe un promedio muy bajo de escolaridad, concluye en las mismas perspectivas anteriores que “la escuela es el lugar privilegiado en que se ejerce la violencia de la clase dominante y también el lugar de la lucha ideológica”.

Finalmente, nutrido por esta corriente, el sociólogo Edgard Jiménez parece asumir indirectamente la misma posición en 1981 cuando, reproduciendo explícitamente los enunciados de Vasconi, manifiesta que “el proceso de socialización en una sociedad de clases constituye el proceso de internalización (a través del sistema educativo) de la ideología dominante en sociedad (es decir, de la clase dominante). De este modo la educación funciona como un efectivo instrumento reproductor de la ideología y de control social. La clase dominante para mantener el sistema hace uso tanto de la fuerza mediante los aparatos represivos del estado cuanto de la conquista de consenso mediante la difusión e imposición de ideologías específicas. Y es a través de la conquista del consenso que la clase dominante legitima su posición. El sistema educativo juega, en este caso, un papel capital” (véase cuadro 2.1).

En síntesis, sin pretender negar la importancia fundamental que le corresponde al sistema educativo en el proceso de reproducción de las formas capitalistas contemporáneas, pensamos que es la herencia de esta perspectiva en América Latina la que indirectamente ha contribuido a privilegiar, dentro del terreno de las ciencias sociales latinoamericanas, el tratamiento sobresaliente de la problemática de los aparatos educativos y no de otros aparatos hegemónicos más vertebrales para la reproducción del sistema capitalista en su nueva fase de acumulación de capital. Representativos de esta tendencia son los trabajos de Guillermo Briones (1973) sobre la reproducción de la ideología dominante a través de las universidades chilenas; el análisis de Guillermo Labarca (1977) sobre el papel de la escuela secundaria en Chile y su excelente reflexión sobre el papel de los aparatos pedagógicos en el periodo de industrialización latinoamericana (Labarca, 1980b) así como el trabajo colectivo de Giorgina Bini *et al.* (1977) sobre la función de los libros de texto en América Latina.

Cuadro 2.1. Desarrollo del pensamiento materialista sobre la escuela como aparato hegemónico dominante.



E
U
R
O
P
A

A
M
É
R
I
C
A

L
A
T
I
N
A

LA FUNCIÓN ESTRUCTURAL DEL APARATO EDUCATIVO

Revisando la trayectoria que ha seguido esta corriente de investigación, observamos que su aporte no ha sido únicamente haber iniciado el

análisis para determinar cuáles son los principales soportes que generan la dominación ideológica que impregna y dirige el nivel cultural de la sociedad, sino también la búsqueda de las funciones a partir de las cuales se constituyen en dominantes.

Al cuestionarse por qué el aparato escolar se convierte en la vanguardia cultural del estado capitalista contemporáneo, esta tendencia fundamenta sus tesis en las operaciones estructurales que éste ejerce al interior del sistema social. Llegando a un consenso amplio, con diversos términos y análisis de casos, los investigadores de dicha perspectiva piensan que la tarea que desempeña la escuela en la formación capitalista y que la consagra como el aparato de hegemonía dominante, es doble: en primer lugar, porque contribuye a reproducir la calificación de la fuerza de trabajo; y en segundo término, porque colabora en la reproducción de la ideología dominante.

La reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo

La función de reproducción de la fuerza de trabajo calificada que realiza el aparato educativo es reconocida por todos los autores anteriores, pero se desarrolla más ampliamente en las tesis de Althusser, Baudelot y Establet. Estos autores expresan que la reproducción de la fuerza de trabajo tiende (se trata de una ley de tendencia) a no ser asegurada sobre el terreno de la producción (aprendizaje en la producción masiva), sino cada vez más fuera de la reproducción: por medio del sistema escolar capitalista y de otras instancias e instituciones.

Ahora bien, pero ¿qué se aprende en la escuela? Se llega más o menos lejos en los estudios, pero se aprende de todas maneras a leer, a escribir, a contar, por lo tanto algunas técnicas y no pocas otras cosas, comprendidos algunos elementos (que pueden ser rudimentarios o al contrario profundos) de "cultura científica" o "literatura", directamente utilizables en los diferentes puestos de la producción (una instrucción para los obreros, otra para los técnicos, una tercera para los ingenieros, una cuarta para los cuadros superiores, etc.). Se aprenden allí pues "algunas habilidades" (Althusser, 1975, pág. 14).

En otros términos,

el aparato escolar contribuye por su parte a la reproducción de la calidad de la fuerza de trabajo, aun si ésta última no recibió su verdadera calificación, si debe adiestrarse realmente, ya sea en las escuelas de aprendizaje de las empresas o bien en el trabajo. Esta contribución a la reproducción de la

calidad de la fuerza de trabajo consiste en la trasmisión de conocimientos y destrezas (en particular lo fundamental, como leer, escribir, contar y luego otras cosas para las que ingresarán en las calidades "profesionales" de trabajador o de técnico). Todos estos conocimientos y destrezas cuentan con núcleos de objetividad y con un sentido productivo, aun cuando los contenidos sean incompletos y contradictorios.⁶

Por lo tanto, "el papel esencial que desempeña la escuela como lugar de formación totalmente separado de la producción, es el de inculcar, bajo la forma de rudimentos, las técnicas indispensables para la adaptación al maquinismo en general en forma preparatoria. Es en la fábrica, bajo la coacción (explotación, opresión política, dominación ideológica), donde la combinación debe efectuarse normalmente" (Baudelot y Establet, 1977, pág. 255). La preparación de esta calificación de la fuerza de trabajo se realiza de manera diferenciada para formar dos redes o niveles con la división de clases del modo de producción capitalista: la formación de la fuerza de trabajo proletaria y la formación de la fuerza de trabajo burguesa.⁷

La primera función estructural que, según la ortodoxia materialista, convierte al sistema pedagógico en el principal aparato de hegemonía es, pues, la reproducción de la fuerza de trabajo calificada.

La inculcación de la ideología dominante

En cuanto a la función de producir e introyectar la ideología dominante a través del aparato escolar, ésta es desarrollada por casi todos los autores anteriores. Igualmente, podemos decir que aunque las otras funciones que ejerce la escuela también son tareas políticas, la función más relevante se da con la elaboración e inculcación de la ideología de la clase dirigente en el campo de conciencia de los agentes sociales. Así, Althusser (1975, pág. 15) plantea que

la reproducción de la fuerza de trabajo exige no solamente una reproducción de su calificación, sino, al mismo tiempo, una reproducción de su sometimiento a las reglas del orden establecido. Es decir, una reproducción de su sumisión a la ideología dominante para los obreros y una reproducción de la capacidad de manejar bien la ideología dominante para los agentes de la explotación y de la represión, a fin de que ellos aseguren también "por la palabra" la dominación de la clase dominante.

En otros términos, la escuela (pero también otras instituciones del Estado como la Iglesia y otros aparatos como el ejército) enseñan "habilidades", pero en formas que aseguren el sometimiento a la ideología dominante o la dominación de su "práctica". Todos los agentes de la pro-

ducción, de la explotación y de la represión, sin hablar de los “profesionales de la ideología”, deben estar penetrados de esta ideología para poder realizar concienzudamente su tarea, sea la de explotados (proletarios), sea la de explotadores (capitalistas), sea la de auxiliares de la explotación (cuadros del sistema), sea la de los grandes sacerdotes de la ideología dominante (funcionarios), etcétera.

En consecuencia, la reproducción de la fuerza de trabajo hace aparecer, como su condición *sine qua non*, no solamente la reproducción de su “calificación”, sino también la reproducción de su sometimiento a la ideología dominante; o de la “práctica” de esta ideología con esta precisión, la precisión de que no es suficiente decir: “no solamente, sino también”, porque ocurre que es en las formas y bajo las formas del sometimiento ideológico como se asegura la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo (Althusser, 1975, pág. 16).⁸

Es por ello

que se aprenden en la escuela las “reglas” del buen comportamiento que deben observar, según el puesto a que está “destinado”, todo agente de la división del trabajo: reglas de moral, reglas de conciencia cívica y profesional. Esto quiere decir, hablando con claridad, reglas de respeto a la división social técnica del trabajo y, en definitiva, a las reglas del orden establecido por la dominación de clases. Se aprende allí también “a hablar bien francés”, a “redactar bien”, es decir (para los futuros capitalistas y sus servidores), a “mandar bien” o, lo que es lo mismo (solución ideal), a “hablar bien a los obreros”, etcétera (Althusser, 1975, págs. 14-15).⁹

Esta misma tesis es desarrollada por Ch. Baudelot y R. Establet (1977, pág. 246) cuando reconocen que no obstante que el aparato pedagógico reproduce la calificación de la fuerza de trabajo,

todas sus prácticas son de inculcación ideológica, y es éste el aspecto dominante que lleva las riendas del funcionamiento del aparato escolar como tal. En efecto, toda práctica de inculcación ideológica, por simple que sea, supone una “habilidad” en las “técnicas” apropiadas y su aprendizaje. Sin embargo, lo propio de la práctica escolar es justamente neutralizar toda diferencia entre los “contenidos” que tienen un valor de conocimiento o una finalidad productiva y los que tienen una función ideológica, porque todos los contenidos de escolarización son enseñados exactamente de la misma manera, como habilidades escolares. No hay ninguna diferencia práctica entre el aprendizaje del “francés correcto” y el de la aritmética correcta, ni entre el aprendizaje de la retórica literaria y filosófica en donde se realiza la ideología burguesa de la conciencia individual y el aprendizaje de la lógica, implícita o explícita, de los razonamientos matemáticos. Esto tiende a que el valor de conocimiento de una habilidad no se manifiesta, no

existe realmente más que en su uso productivo, ya sea en su aplicación a la producción material o en la búsqueda de nuevos conocimientos. Sin embargo, de manera necesaria, este uso está completamente ausente de la escuela y de las prácticas escolares; los conocimientos se utilizan únicamente en el marco de los problemas ficticios, fabricados en el seno de la práctica escolar y en vista de sus objetivos: calificar, clasificar y sancionar a los individuos. A este fin contribuyen, de la misma manera, tanto el hecho de saber escribir según los patrones de la ideología inculcada por la escuela, como saber su historia y civismo, o como saber su curso de física o matemáticas.

Además, estos autores señalan que la inculcación de la ideología dominante que se efectúa a través de la escuela no se da de forma homogénea, sino que se introyecta bajo dos redes distintas de socialización ideológica: la red de la ideologización proletaria, y la red de la socialización burguesa. Es decir, el sistema escolar produce una misma ideología, pero la inculca de forma diferente en una y otra red, conservando las siguientes características

1. La red primaria profesional sólo trata de someter brutalmente a los futuros proletarios de la ideología dominante, mientras que la red secundaria superior tiende a formar los intérpretes activos de la ideología burguesa. De allí proviene la oposición sistemática de las prácticas escolares.
2. Las dos formas de inculcación de la misma ideología tienden a fabricar dos subproductos ideológicos distintos; por una parte, el burgués inconsciente de serlo (en sus diferentes máscaras: el hombre superior, el hombre culto, el hombre de élite, el hombre honesto, el prudente, el sabio, el humanista, el artista...); y por otra, el obrero pequeñoburgués (*ibid.*, págs. 151-152).

En síntesis, podemos decir que la sumisión a la ideología dominante que se da mediante el aparato escolar, se efectúa por la sumisión en cada instante a un conjunto de prácticas que constituyen el "ritual material" de la ideología burguesa. Los ejercicios escolares se dan de manera análoga, como un trabajo (el "trabajo escolar", que es al mismo tiempo presentado y por eso mismo impuesto como un deber). Ese trabajo no vale ni en sí mismo, ni para quien lo hace: lo esencial es la buena calificación. En el ritual escolar familiar, el cuaderno de notas funciona como un equivalente (en sentido figurativo) del salario: la buena calificación, como el salario, es el "precio", la recompensa del trabajo cumplido. La práctica de los puntos buenos tiene el mismo sentido. Cuadro de honor, legión de honor. La emulación y el culto a la competencia representan, en el interior de la escuela, la competencia que norma el mercado del trabajo. El maestro trata con individuos obligados a estar ahí, pero libres de decidir por sí mismos si quieren trabajar y tener éxito o no; de la misma manera como, según el derecho burgués, la fuerza de trabajo es libre.

De esta forma,

las prácticas escolares y su ritual son entonces un aspecto esencial del proceso de inculcación ideológica. Deberes, disciplina, castigos y recompensas, tras su aparente función educativa y técnica, aseguran la función esencial, pero oculta, de realizar en la escuela la ideología burguesa. De someter a ella a todos los individuos, y en este sentido, de representar a su manera la producción, el derecho, el estado burgués. El hecho de que la escuela primaria deba someter a todo el mundo a las prácticas de la ideología burguesa, tanto a los niños de los explotadores como a los niños de los explotados, es decir, el hecho de que debe someter a los unos en su lugar de explotadores y a los otros en sus puestos de explotados, determina la naturaleza específica de las prácticas escolares en vigor en la primaria (*ibid.*, pág. 242).

La coexistencia de estas dos redes de escolarización opuestas en el seno de la misma institución, da a la ideología inculcada un aspecto de compromiso.

Los valores de la burguesía siempre son presentados a través de los intermediarios. Son el ahorro y el beneficio los que representan la ganancia; son la familia pequeñoburguesa y su honrado desahogo los que representan a la familia burguesa; son autores populistas (Richepin, Paul Aréne, Jean Icard, Theuriet, Verhacren, etc.), quienes representan a la gran literatura. El pequeñoburgués es, a la vez, héroe y portavoz de la escuela primaria. Cada uno, como individuo, es invitado a mantener su rango. Bajo esta forma es como la ideología burguesa se hace pueblo, y fabrica al pueblo que necesita (*ibid.*, pág. 243).

En términos muy similares, Guillermo Labarca (1977) reconoce la función político-cultural de inculcación ideológica que efectúa el aparato educativo cuando expresa que

el sistema de educación contribuye a la reproducción de la fuerza de trabajo, produciendo, por una parte, la necesaria mano de obra calificada y, por otra parte, la produce adecuando los individuos a las modalidades del control político existente en el proceso productivo. En otras palabras, les enseña y entrena en la organización jerárquica y autoritaria del trabajo. (La dominación autoritaria no es privativa del proceso de trabajo y por ello cuando el individuo es educado en tal esquema no lo está siendo sólo porque sea un requerimiento generado por la división del trabajo, tal como se da en el sistema capitalista, sino que es una característica más general y difundida. Es por ello que el efecto del sistema educativo en este aspecto particular no puede referirse sólo a las condiciones de trabajo. Hay que reconocer que esta perspectiva de análisis revela un aspecto parcial del proceso de socialización.)

Tal forma de entrenamiento y educación es posible reconocerla al analizar contenidos de los programas que están contaminados por ella; por

ejemplo, los estudios de administración subordinan la necesidad técnica de organización a la necesidad política de control. Los estudios primarios y secundarios valorizan la obediencia como una cualidad positiva, etcétera. Las prácticas educativas y métodos de enseñanza también contribuyen a la aceptación autoritaria, la concepción "bancaria" de la educación (para usar una expresión de Paulo Freire) ejemplificada en la práctica de los exámenes. La relación jerárquica entre alumnos y profesores y tantas otras actividades escolares, van socializando a los individuos para que éstos acepten naturalmente una instancia controladora exterior, y no para que, lo que podría ser la alternativa, sus decisiones sean el producto de un movimiento interior nacido del convencimiento y análisis racional. (Labarca, 1980b, pág. 41).

Finalmente, P. Bourdieu y J. C. Passeron (1974) aceptan en términos amplios la función político-ideológica que ejecuta el aparato educativo, cuando manifiestan que

el sistema de enseñanza logra realizar perfectamente su función ideológica de legitimación del orden establecido, porque esta obra maestra de mecánica social logra ocultar como por un encajonamiento de cajas con doble fondo, las relaciones que, en una sociedad dividida en clases, unen la función de inculcación. Es decir, vinculan la función de integración y moral, a la función de conservación de la estructura de las relaciones de clase característica de esta sociedad. Así es, por ejemplo, como más perfectamente aún que el cuerpo de agentes del Estado, esta casta que, pareciendo estar fuera y, por así decir, por encima de la sociedad, como observa Engels, confiere al Estado una apariencia de independencia respecto a la sociedad; el cuerpo de profesores pone la autoridad moral de su ministerio pedagógico (autoridad tanto mayor cuanto que parece no deber nada a una institución escolar que parece así mismo no deber nada al Estado o la sociedad) al servicio de la ideología de las libertades universitarias y de la igualdad escolar (págs. 255-268).

En esta forma, concluyen que

el sistema escolar, con las ideologías y los efectos que engendra su autonomía relativa, es para la sociedad burguesa en su fase actual, lo que otras formas de la legitimación del orden social y de la trasmisión hereditaria de los privilegios, han sido para formaciones sociales que diferían, tanto por la forma específica de las relaciones y de los antagonismos entre las clases como por la naturaleza del privilegio transmitido (págs. 255-268).¹⁰

De esta manera, el aparato educativo realiza su segunda función estructural, mediante la cual no sólo reproduce la calificación de la fuerza de trabajo, sino que también reproduce las condiciones subjetivas que exige la operación de su dinámica desigual.

La especificidad de la introyección ideológica

El hecho de que el aparato ideológico escolar inculque la ideología dominante en los términos expuestos, no lo convierte en el aparato ideológico dominante, puesto que esta misma socialización cultural¹¹ es realizada por otros aparatos de hegemonía como la Iglesia, la familia, etcétera. Lo que lo convierte en dominante son las condiciones en que realiza dicha inculcación, y éstas, a juicio de Louis Althusser, son dos:

En primer término, el aparato escolar inicia su operación de inculcación ideológica en la segunda etapa de socialización (la primera es la que se da entre el lactante y los padres) por la que atraviesa el desarrollo de la conciencia de los agentes sociales. De esta forma, desde una de las fases más primarias de la conciencia individual, el aparato pedagógico inculca un conjunto de ideologías diferentes que contribuyen a reproducir las diversas condiciones psicológicas que requiere la existencia y reproducción de los múltiples puestos y funciones del proceso capitalista de desarrollo desigual: el capital cultural del dominador y el capital ideológico del proletariado.¹²

Así, Althusser (1975, pág. 40) explica que la escuela

toma a los niños de todas las clases sociales desde el maternal y el kinder, tanto con los nuevos como con los antiguos métodos, y les inculca durante los años en los que el niño es más "vulnerable", cogido entre el aparato de estado familiar y el aparato de estado escolar, las "habilidades", todas ellas envueltas en la ideología dominante (el francés, el cálculo, la historia natural, las ciencias, la literatura), o simplemente la ideología dominante en estado puro (moral, instrucción cívica, filosofía). En alguna parte por ahí, a los 16 años, una enorme masa de niños cae "en la producción": son los obreros o los pequeños campesinos. Otra parte de la juventud escolarizable continúa, y valga lo que valga hace otro tramo de camino para proveer los puestos de los pequeños y medianos cuadros, empleados, pequeños y medianos funcionarios, pequeños burgueses de toda clase. Una tercera parte llega hasta la cima, sea para caer en el semidesempleo intelectual, sea para ofrecer, además de los intelectuales del "trabajador colectivo", los agentes de la explotación (capitalista, *managers*), los agentes de la represión (militares, policías, políticos, administradores, etc.) y los profesionales de la ideología (curas de todas las clases, la mayoría de los cuales son "laicos" convencidos).

Cada masa que cae en medio del camino está prácticamente provista de la ideología que conviene al papel que debe desempeñar en la sociedad de clase: papel de explotado (con "conciencia profesional", "moral", "cívica", "nacional" y apolíticamente "desarrollada"); papel de agente de la explotación (saber mandar y hablar con los obreros: "relaciones humanas"); agentes de la represión (saber mandar y hacerse obedecer "sin discu-

tir" o saber manejar la demagogia y la retórica de los dirigentes políticos); o de profesionales de la ideología (que saben tratar de conciencia con el respeto, es decir, con el desprecio, el chantaje, la demagogia que conviene, acomodados a los acentos de la moral, de la virtud, de la "trascendencia" de la nación, y del papel de Francia en el mundo, etcétera).

Y en segundo término, porque a diferencia de otros aparatos ideológicos, el aparato pedagógico cuenta con un prolongado y seguro periodo de inculcación cultural que le permite moldear de la manera más adecuada la conciencia de los agentes, en función de las necesidades de la reproducción social. Así enfatiza que

seguramente, buen número de estas virtudes contrastadas (modestia, resignación, sumisión, por una parte; cinismo, desprecio, orgullo, seguridad, grandeza, hablar bien y habilidad, por otra), se aprenden también en las familias, en el ejército, en las Bellas Letras, en las películas e incluso en los estadios. Pero ningún aparato ideológico de Estado dispone durante tantos años de una audiencia obligatoria (y es lo menos importante, gratuita. . .), de 5 a 6 días sobre 7, a razón de 8 horas por día, de la totalidad de los niños de la formación social capitalista (Althusser, 1975, pág. 41).¹³

Son estas dos modalidades específicas de inculcación de la ideología dominante las que, según la tradición marxista, contribuyen a situar a la escuela como el principal aparato productor de la ideología en la sociedad contemporánea.

En resumen podemos decir que, después de una fuerte y prolongada lucha social contra las viejas castas feudales y sus residuos señoriales, la nueva clase hegemónica que surge con el ascenso del nuevo capital monopólico instaura su moderno aparato de consenso social: el aparato educativo. Sin aniquilar el funcionamiento ideológico de la Iglesia, la familia tradicional, las organizaciones políticas, los sistemas culturales y otros antiguos aparatos, pero sí refuncionalizando su papel social, la escuela inicia nuevas tareas de articulación orgánica: reproduce la calificación de la fuerza de trabajo y produce e inculca la ideología dominante.

Bajo estas dos formas de inserción orgánica en la estructura social, la escuela contribuye específicamente a reproducir las relaciones sociales de producción que demanda la existencia y transformación del modo de producción capitalista en su nueva fase de desarrollo histórico. Y es con esta doble funcionalidad estructural como el aparato escolar, desde el punto de vista de la corriente althusseriana ampliada, se convierte en el aparato ideológico dominante del modo de producción capitalista contemporáneo.

3

Los medios dominantes de difusión de masas como los principales aparatos de hegemonía

LOS ANTECEDENTES

Debido al retraso analítico que durante muchos años ha experimentado el materialismo histórico para elaborar una teoría sobre la superestructura cultural, los aparatos de hegemonía y las puntas de la ideología, se ha relegado la reflexión y desarrollo de muchos aspectos respecto a la concepción del estado ampliado. Ésta es la razón de la poca claridad conceptual y política,¹ que han alcanzado el pensamiento materialista y las ciencias sociales críticas, para descubrir cuál ha sido la nueva transformación cultural que ha provocado la emergencia de los medios de comunicación como aparatos de hegemonía al interior de la sociedad civil del estado capitalista moderno.²

Sin embargo, si bien es cierto que muchos trabajos 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 existe ninguna reflexión madura que examine el papel histórico que los medios de comunicación han desempeñado dentro del conjunto de aparatos de hegemonía y, por consiguiente, dentro de la estructura cultural que el estado capitalista ha construido en su etapa transnacional.⁴

Además, puede decirse que no únicamente en la concepción materialista de la comunicación se ha conservado este anacronismo teórico, sino también en 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

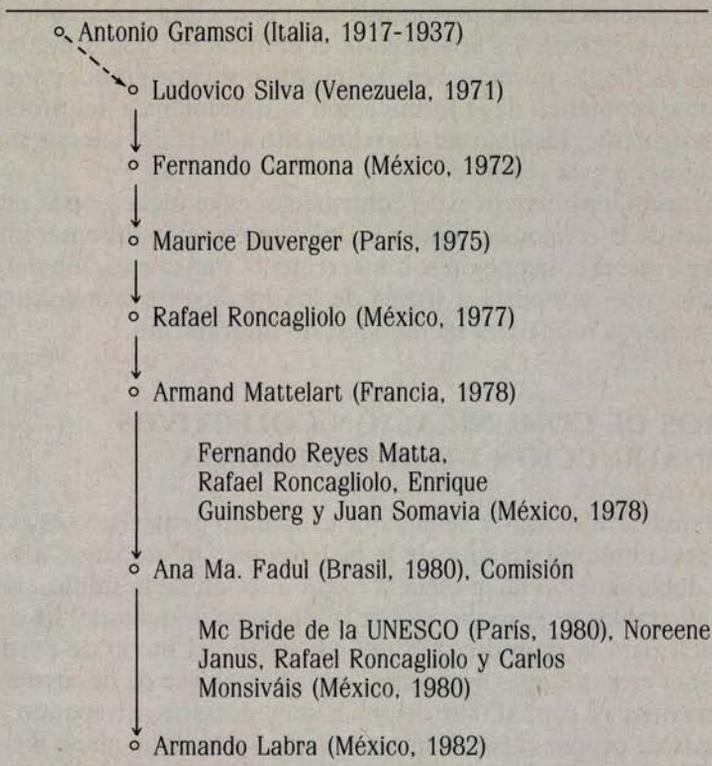
No obstante este vacío teórico, existen algunas contribuciones embrionarias de las ciencias sociales que ayudan en forma muy valiosa, pero aún insuficiente, para lograr un primer acercamiento intuitivo al problema. Esas contribuciones coinciden en señalar que los medios de comunicación de masas se han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

Entre 1917 y 1937 Gramsci bosquejó estos conceptos. Aunque ha señalado que la escuela es el principal aparato ideológico de 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 entre en contacto ya con la sociedad humana, ya con la *societas rerum*. Mediante ello, se forma criterios a partir de éstas fuentes 'extraescolares' que son mucho más importantes de lo que comúnmente se cree".⁶

Con una apreciación más madura, Gramsci aporta un avance teórico relevante al adelantar una primera visión embrionaria sobre las futuras tendencias evolutivas que presentan las nuevas puntas hegemónicas, y el lugar estratégico que gradualmente conquistan al 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 nuevas tecnologías de comunicación (radio y televisión de gran cobertura simbólica), Gramsci previó desde principios de siglo que la prensa y la incipiente radio en Italia tenderían 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 dominara 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 transcurrieron más de 30 años en que no se reflexionó críticamente sobre el nuevo espacio estratégico que gradualmente han conquistado los aparatos de información de masas en el terreno de la formación del consentimiento coyuntural.⁸ A

Cuadro 3.1. Evolución del pensamiento crítico sobre los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía.



principios de la década de los setenta, diversos pronunciamientos, provenientes de distintas ramas de las ciencias sociales, resucitaron este análisis sobre los medios de comunicación, e intentaron devolverles hipotéticamente el nuevo rango histórico que le corresponde en el proceso de construcción del consenso social.

Esta nueva tendencia adquirió forma con diversos autores e instituciones aisladas y se desarrolló 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 así como Enrique Guinsberg,¹⁵ y Juan Somavía;¹⁶ en 1980, Noreene Janus, Rafael Roncagliolo,¹⁷ Ana María Fadul,¹⁸ Carlos Monsiváis¹⁹ y la Comisión MacBride de la UNESCO, y en 1982, Armando Labra. Muchas otras aproximaciones periodísticas constantemente destacan la relevancia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía.^{20, 21, 22} (véase cuadro 3.1).

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

Por tanto, retomando estas contribuciones teóricas y otras más provenientes de la economía política de la comunicación, intentaremos elaborar 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.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVOS Y CONSTRUCCIÓN DE LA HEGEMONÍA

La tradición marxista señala que el aparato pedagógico es el principal soporte cultural creador de la hegemonía; sin embargo, a pesar de que la doble función de 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, en la actual fase de desarrollo por la que atraviesa el capital, sin dejar de ser necesario, el aparato escolar ha dejado de ocupar el papel dominante para pasar a un plano secundario de acción. De esta forma, desde 1930, cuando se consolidó el primer desarrollo de los medios de trasmisión 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, se observa que con el desarrollo del mercantilismo, la iglesia fue, en un primer momento, la institución encargada de integrar orgánicamente a la sociedad. Dicha conformación histórica se estructuró alrededor de los intereses de las clases terratenientes que mantenían la sujeción de la fuerza de trabajo servil a las grandes extensiones de tierra que se conservaban 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 fue 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 de 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 erigió como el principal aparato hegemónico que dirigió a la sociedad medieval y colonial, mediante su red de educación clerical.

Sin embargo, esta situación no fue permanente; en un segundo momento del desarrollo del capital en la fase premonopolista, la evolución de las fuerzas productivas y de otros procesos de organización social provocó el gradual desplazamiento de los bastiones culturales del aparato religioso como centros hegemónicos a un plano accesorio, por 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 emergió como el nuevo núcleo hegemónico que difunde e impone las modernas formaciones de conciencia que requiere el funcionamiento del nuevo proceso de producción y organización capitalista en las ciudades. Por consiguiente, en esta época, la dinámica de la sociedad civil ubicó su epicentro de acción ideológica en los aparatos pedagógicos, desde los cuales influyó sobre el resto de los aparatos de hegemonía.

Finalmente, en un tercer momento del desarrollo capitalista, en la fase monopolista o de industrialización avanzada, el nuevo desarrollo acelerado de las fuerzas productivas, el incremento del analfabetismo funcional, la ampliación del mercado mundial, el aumento de la población, el rápido avance de los procesos de urbanización, la descomposición de las estructuras agrarias tradicionales y el gran avance de la revolución tecnológica, especialmente en la electrónica, provocan un nuevo cambio radical en el ordenamiento jerárquico de los aparatos de hegemonía. Así, aparece una nueva mutación cultural que ocasiona el desplazamiento de la escuela como el principal brazo del Estado que contribuye a reproducir ideológicamente las condiciones sociales de producción: paulatinamente, los medios de comunicación emergen como los nuevos aparatos de hegemonía dominante que, en forma prioritaria, modelan y dirigen la sociedad civil.²⁶

De esta manera, las tecnologías de información redefinen los roles fundamentales que desempeña el sistema de enseñanza y otros aparatos

de hegemonía tradicional, sustituyéndolos, desplazándolos y complementándolos, especialmente, con los que se encuentran en crisis institucional y social.

A partir de esta fase, las tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de consenso, porque a través de éstos se produce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana sobre los individuos, que gradualmente reubica y reemplaza el sólido lugar estructural que hasta el momento ocupa el tradicional sistema de educación formal que lentamente construye la escuela. Así, emerge una nueva "escuela electrónica" que educa a los individuos en forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal.²⁷ Este proceso pedagógico se caracteriza por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en discursos culturales, los cuales a su vez se traducen en valores históricos que cristalizan en concepciones del mundo, expresados como sentidos comunes, de los cuales se derivan actitudes y conductas que a largo plazo se transforman en posiciones políticas que producen, para cada coyuntura específica, un determinado proyecto de transformación de la naturaleza y de la sociedad.

En esta forma, la construcción de la conciencia en el quehacer cotidiano y en el tiempo libre de los individuos y de las organizaciones sociales, está fuertemente determinada por este nuevo proceso de educación cotidiana que surge a la par de cada nueva tecnología de información.

De esta manera, aunque desde los orígenes del capitalismo los medios de comunicación ya se encuentran implicados (en un plano secundario y terciario) en la estructura de la sociedad civil desempeñando distintas funciones ideológicas suplentes —según lo exigen las distintas necesidades de cada fase histórica por la que atraviesan—, sólo hasta principios del siglo xx su desarrollo tecnológico permitió reestructurar el interior de la esfera cultural de la sociedad e instalarse como los principales aparatos del consenso.

Así se explica que, en la fase mercantilista (1500-1600) que requería capacitar masivamente a la inmensa fuerza de trabajo emergente para adaptarla 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, homogeneizar su preparación y rendimiento en función de las demandas que imponía la maquinización del proceso productivo: enseñar a leer y escribir al proletariado y efectuar las operaciones básicas que se emplean en la producción.

En la fase premonopolista (1600-1800), en la que se luchó por conquistar y saturar los mercados locales, y en la que se sustituyó la producción colectiva mediante 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 reproducía a gran escala con base en 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 del teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento y desarrollo del capitalismo mundial: dividió y repartió el mundo en 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 uniformizó la conciencia colectiva con objeto de armonizar el consumo del mercado mundial.²⁸ Por último, en la fase transnacional (1920-1980) caracterizada porque 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, han obligado a los viejos aparatos ideológicos (escuela, familia e iglesia) a delegar el ejercicio de la función hegemónica central en los medios de comunicación de masas.

Esta nueva mutación superestructural no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como la escuela, la iglesia, la familia y otros más, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias, sino que permanecen y colaboran en la construcción del tejido hegemónico, pero en planos secundarios o terciarios. Por tanto, la conversión de un aparato ideológico o sistemas de aparatos como instancias dirigentes no excluye en ningún momento, la participación cultural de los demás 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 significa 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, que determinan y modelan la conciencia y los hábitos de los individuos. Por lo tanto, la hegemonía permite múltiples acciones culturales secundarias, y se basa en el conjunto de sedimentaciones ideológicas diferenciadas que producen aquéllas, para modelarlas y refuncionalizarlas a través del aparato ideológico principal, con objeto 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.

Al indicar que en la fase avanzada del modo de producción capita-

lista los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, la intención no es privilegiar arbitrariamente al aparato de información y negar el 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 instrumentos al servicio de la clase dominante, sino en que son las instituciones constructoras de 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 masivamente, como los referentes básicos de vinculación de los individuos con su sociedad.

En otras palabras, a partir de las nuevas facultades materiales que conquistan los aparatos de comunicación como modernas tecnologías culturales, las principales funciones ideológicas orgánicas de los viejos aparatos de consenso se deslizan hacia los nuevos medios de comunicación. Así, las principales leyes de articulación de la sociedad, como la ley del mercado, la de realización del capital, la de dirección política, la de reproducción mental del sistema, la 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 no significa, de ninguna forma, que sean medios culturalmente "determinantes", esto es, que subordinen avasalladoramente todo tipo de conciencias con la información que distribuyen. La visión del mundo que transmiten los aparatos de comunicación, 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.

Este aspecto encierra dos caras del fenómeno: por una parte, los medios de difusión de masas se han convertido en los aparatos más capaces 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, y producen un flujo hegemónico constante que vincula a los individuos con las realidades más amplias de la sociedad. Por otra, los aparatos ideológicos secundarios producen las ideologías más locales que vinculan más cercanamente a los individuos con sus raíces, tradiciones e historia familiar (tejido hegemónico localista). Dichas ideologías transitan 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 aún realizan sus funciones culturales propias, pero dentro del nuevo entorno ideológico que han producido los medios de comunicación.

De esta forma, desde la fase de industrialización, el estado capitalista sufre una reconversión en las modalidades en que 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 intelectuales 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 diagnósticos 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 debido 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 después 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 potencial del estado ampliado.

Pensar lo contrario, es decir, afirmar que en la actualidad el aparato escolar aún es el principal soporte cultural del proyecto de legitimación y conducción del estado capitalista moderno, es encerrarse nuevamente en un anacronismo histórico, que transplanta rígidamente 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, depauperización del proletariado, de creciente desempleo, etc., con las mismas técnicas y estrategias consensuales que empleó a principios del 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, en un anacronismo conceptual que en el fondo, llevado a sus últimas consecuencias, afirma que la estructura y dinámica de la sociedad civil capitalista del periodo 1970-1980 mantiene 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 al 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 —especialmente 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 (TV, radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

Esta nueva posición estructural que conquistan los aparatos de difusión de masas, la obtienen a partir de las tareas sociales que ejercen por vía de las ideologías que producen, circulan e inculcan. Estas funciones culturales son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos dentro de los que actúan; dependiendo de esto, impactan, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, a través de sus prácticas ideológicas, los medios influyen en las áreas políticas, económicas, morales, psíquicas, sexuales, etcétera, del cuerpo social, y realizan funciones 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 sacralización o secularización masiva de la cultura, de participación o narcotización social, de organización económica, de acumulación de capital, etcétera.

Sin embargo, la primacía de los medios en la articulación y consolidación de esta relación estructural puede ser observada, básicamente por la triple inserción orgánica que efectúan éstos en el proceso de reproducción fundamental de la formación capitalista. Es decir que, a través de la

práctica simbólico-cultural que operan las instituciones de difusión de masas se realizan, simultáneamente, las siguientes tres funciones vertebrales que requiere la estructura global del sistema capitalista para existir y reinstalarse como relación dominante dentro del conjunto de relaciones sociales que componen la formación económico-social: a) la aceleración del proceso de circulación material de las mercancías; b) la inculcación de la ideología dominante, y c) su contribución a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.

LA ACELERACIÓN DEL PROCESO DE CIRCULACIÓN MATERIAL DE LAS MERCANCÍAS

Una primera función estructural que desempeñan los aparatos de difusión de masas en la sociedad capitalista moderna es la operación económico-cultural de acelerar el proceso de circulación del capital y, en consecuencia, de realizarlo como plusvalía. Esto significa que, después de haber sido producidas las mercancías en el proceso directo de producción y después de haberse realizado el primer momento de la circulación de las mismas que las transporta del centro de producción al centro de venta, el discurso publicitario que elaboran, transmiten e inculcan los aparatos de difusión de masas, contribuye sustancialmente a catalizar la segunda fase de la circulación de los productos. Es decir, colabora a reducir el tiempo que transcurre entre el momento de exhibición comercial de los bienes y su venta.

De esta manera, el discurso publicitario que difunden los aparatos de comunicación masiva sobre la conciencia de los agentes sociales, colabora medularmente a acelerar la fase del consumo que requiere el circuito del capital para reproducirse como capital productivo, esto es, para consolidarse como el proceso de valor que genera plusvalor a partir del excedente extraído a la fuerza de trabajo asalariada en el proceso de la producción capitalista. Ello quiere decir que la práctica publicitaria que desarrollan los aparatos de difusión de masas, reduce el tiempo de rotación del capital, dado que éstos procuran que la masa de mercancías elaboradas por la industria capitalista sean consumidas en el menor tiempo posible por la población.

En esta forma, los aparatos de la cultura de masas operan como las instituciones superestructurales, que a través de la continua y acelerada difusión simbólica de las mercancías, producen un competente sistema cultural que da a conocer colectivamente la presencia de los productos existentes en el mercado y promueve su consumo. Con esta práctica

ideológica se suprime considerablemente el tiempo de venta de las mercaderías, especialmente cuando el discurso de la difusión masiva se construye sobre el parámetro fetichista de las mercancías que introduce como variable social el valor de uso de las mismas, lo que permite que éstas sean consumidas, no por lo que encierran sus cualidades materiales, sino por lo que representan socialmente.

Con ello se armoniza el ritmo y la producción de bienes con la velocidad y la masa de mercancías consumidas, es decir, para la producción a gran escala se crea un consumo masificado que se extiende, primero, en un espacio regional, y luego, en una cobertura internacional. Así, se puede decir que con la nueva práctica cultural que desde 1900 en adelante ejercen los aparatos de difusión colectiva, se introduce masivamente en las sociedades civiles de las formaciones capitalistas contemporáneas una nueva relación económico-cultural que históricamente se expresa de la siguiente manera: si la industrialización del capital masifica la producción, la práctica publicitaria de los aparatos de difusión de masas masifica el consumo.

En este sentido, podemos decir que el nuevo modo de información de masas, a través del discurso publicitario que imprime una mayor velocidad al proceso de realización del valor, se inserta orgánicamente en el proceso global de circulación del capital. Su funcionamiento contribuye a posibilitar las condiciones de realización de la plusvalía a partir de la rotación del capital.

Es de esta forma como se obtiene una primera fase de realización del bloque histórico capitalista a través de los ADM, puesto que, mediante éstos, se articulan funcionalmente las diversas necesidades de la producción, distribución, intercambio y especialmente del consumo de la base económica dominante, con las superestructuras de formas de conciencia y de comportamientos, primordialmente económicos, que practican los múltiples agentes sociales de la formación histórica. Con ello se obtiene la integración eficaz de una de las relaciones fundamentales del bloque histórico que le da estabilidad armónica al funcionamiento global del sistema capitalista: la integración economía-superestructura cultural.

Por lo tanto, analizando este problema desde una perspectiva total (punto de vista del bloque histórico), descubrimos que los aparatos de difusión de masas no operan como simples instituciones de esparcimiento, diversión, cultura o educación, ni tampoco como meras instancias informativas desvinculadas del proceso de producción y reproducción de la sociedad como lo quieren hacer aparecer los sectores monopólicos que los controlan. Son aparatos que, a través de su inserción orgánica en el proceso global de circulación de las mercancías, desempeñan una función medular al interior del proceso de producción y reproducción de la sociedad.

En consecuencia, los aparatos de difusión de masas no deben ser considerados como entidades complementarias para la reproducción del sistema, sino como una parte fundamental del capital constante que requiere el proceso de reproducción de la sociedad capitalista que ha entrado en su fase monopolio-industrial.³²

Esta tarea es propia de los diversos medios dominantes de difusión masiva y, a lo sumo, en condiciones de crisis económico-social, del circuito cultural en sentido amplio.

LA INTROYECCIÓN DE LAS IDEOLOGÍAS

Una segunda función orgánica que desempeñan los aparatos de difusión de masas al interior de la estructura social es la de convertir la ideología de la clase en el poder en la principal ideología dominante del conjunto social. Esto quiere decir que, simultánea y combinadamente con el proceso de acumulación de capital, se da una segunda fase de realización del bloque histórico desde el momento en que los medios de comunicación, conservando su característica de "autonomía relativa", y su propiedad de ser campo abierto a la lucha de clases, producen, transmiten, e inculcan colectivamente las diversas ideologías dominantes y sus subconjuntos ideológicos, que requieren las distintas clases y fracciones de clases, nacionales y extranjeras, para consolidar a través de sus respectivos mecanismos y proyectos de fetichización de la realidad, sus múltiples programas de acumulación de capital.

De esta manera, mediante un proceso de legitimación continua que realizan los numerosos discursos de la ideología dominante sobre las nuevas y diversas necesidades coyunturales que presenta la dinámica de reproducción-transformación del capital, se articula la esfera material de la sociedad con la superestructura de formas de conciencia político-sociales y de comportamientos amplios de los individuos. Con ello, se produce la armonía social que requiere la dinámica de conservación de la formación capitalista, según sea el grado de consolidación en que se efectúa dicha operación.

Esta función no es exclusiva de los medios de difusión masiva, sino del conjunto de aparatos ideológicos del estado capitalista que soportan su superestructura cultural. Lo que sí es propio y singular de éstos, es la forma masiva, instantánea y de perfección tecnológica con que ejercen su función, propiedades que los han convertido en los principales aparatos de hegemonía de la actual sociedad civil del estado capitalista moderno. Son dos las principales características de estos medios:

Su amplio radio de actuación ideológica

Una primera realidad que distingue la práctica ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas y que, en consecuencia, los constituye en los principales aparatos de hegemonía del estado capitalista moderno, es su cobertura de actuación cultural. A diferencia del conjunto global de aparatos ideológicos con que cuenta la formación capitalista, sólo ellos logran alcanzar en la actualidad un radio de influencia psicológico tan extenso, particularmente los medios que operan con tecnología electrónica de transmisión discursiva.

Mientras los sistemas escolares, sindicales, familiares, religiosos, políticos, etcétera, se dirigen, en tanto aparatos ideológicos de Estado, a diversos públicos reducidos, que casi nunca rebasan la categoría o el nivel de masas, los medios de difusión colectiva se dirigen simultáneamente a multitud de sectores constituidos por millones de receptores heterogéneos, ubicados sincrónicamente en las condiciones y regiones más disímolas y polarizadas que conforman la formación social de que se trata. Desde el surgimiento de los aparatos de difusión de masas, hasta su actual estado de desarrollo, su radio de acción cultural ha experimentado una creciente evolución histórica que les ha permitido alcanzar gradualmente la mayor cobertura ideológica de que se tenga registro al interior de la sociedad civil contemporánea.

Revisando algunos hechos ilustrativos que confirman los márgenes de la extensión cultural de los medios (cada uno de los cuales conlleva diversas implicaciones ideológicas), observamos que, por ejemplo en septiembre de 1973, la American Broadcasting Corporation (ABC) en el folleto titulado "Worldvision, Your Passport To The Future", manifiesta que su cobertura televisiva ha superado las fronteras nacionales y ahora trabaja a nivel mundial abarcando los siguientes países: Buenos Aires, Argentina (Canal 11); Adelaide, Australia (Canal 9); Rio de Janeiro, Brasil (Canal 2); Toronto, Canadá (Canal 9); San José, Costa Rica (Canal 7); Guayaquil, Ecuador (Canal 4); San Salvador, El Salvador (Canales 6 y 8); Ciudad de México, México (Canal 5); Tegucigalpa, Honduras (Canal 5); Osaka, Japón (Canal 4) y Beirut, Líbano (Canal 11).³³ En junio de 1974 la radio y la TV alemana alcanzan el número de mil millones de receptores al transmitir en vivo desde Munich el Campeonato Mundial de Fútbol (Latapí, 1974). En octubre de este mismo año se emite, a más de 39 naciones, el Encuentro Mundial de la Comunicación, desde Acapulco, México.³⁴ En este mismo periodo y con el apoyo del satélite INTELSAT, se difunde desde la TV mexicana a 32 países de América, Asia y Europa, la Inauguración de los VIII campeonatos mundiales de volibol.³⁵

De la misma forma, en septiembre de 1975, se da a conocer desde la

ciudad de México, a más de 20 millones de ciudadanos en todo el país, el Quinto Informe de gobierno del presidente Luis Echeverría.³⁶ En junio de 1978, la Federación Internacional de Fútbol (FIFA) acepta que el Mundial de fútbol sea transmitido desde Argentina de 1 200 millones de aficionados.³⁷ En septiembre de ese mismo año la televisión brasileña presenta ante dos millones de brasileños de todos los estados del país, el Primer festival de jazz de Sao Paulo.³⁸ En noviembre de 1978, la Organización de la Televisión Iberoamericana (OTI) difunde desde Santiago de Chile a 250 millones de personas ubicadas en 21 países del continente y España, el Séptimo festival de la canción OTI.³⁹ Después de muchos años de trabajo, en diciembre de este mismo año, la emisora *Deutsche Welle*, con objeto de influir en el desarrollo político-ideológico de los países socialistas y de orientar el trato político de las naciones miembros del Pacto de Varsovia con la Unión Soviética, transmitió al mundo, en 34 idiomas desde la República Democrática Alemana, una nueva ofensiva política a través de mensajes radiofónicos.⁴⁰

Como resultado de los acuerdos que estableció el gobierno mexicano con diversos países europeos en enero de 1979, el Noticiero *Siete Días* alcanza una cobertura de más de cien países. La difusión de dichos noticieros por los canales libres internacionales de las estaciones XEB y Radio México (*XERMX*), se escucha en Centro y Sudamérica: en Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Panamá, Venezuela, Colombia, Brasil, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Ecuador. En la zona del Caribe: en Cuba, Puerto Rico, República Dominicana, Jamaica, Curazao, Haití y Aruba. En Estados Unidos y Canadá lo reciben las ciudades donde hay importantes grupos de hispanoparlantes como Washington, San Francisco, Nueva York, Detroit, Chicago, Boston, Los Ángeles, San Antonio, Dallas, Houston, Seattle, Nueva Orleans, Miami, Vancouver, Quebec, Montreal y Ottawa, entre otras. En cuanto a Europa, África, Asia y Oceanía, *Siete Días* del Canal 13 es transmitido en directo a más de 96 países para las colonias de hispanoparlantes.⁴¹

En enero de 1979 la agencia Associated-Press realiza una encuesta sobre las características de la TV en América Latina. En lo que se refiere a cobertura del medio, el estudio revela que en Brasil la TV cubre a 75 de los 115 millones de habitantes. En México, 45 de los 65 millones de mexicanos tienen televisión. En Argentina, el 80% de la población posee televisión. En Colombia, debido a su gran atraso económico, sólo una tercera parte de los habitantes reciben la señal de TV. En Perú casi la totalidad de los 16 millones de personas tienen TV. En Venezuela siete de cada diez hogares tienen TV. En Uruguay casi todos los 2.7 millones de uruguayos han comprado televisor.⁴² Con motivo de la visita del papa Juan Pablo II a México en ese mismo mes, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con apoyo de la

Radio Televisión Italiana (RAI), TV España, Radio Globo de Brasil, la European Broadcasting Union (EBU), el satélite INTELSAT IV-A-F-1 para la región del Atlántico y IV-F-2 para la región del Caribe, transmite a 800 millones de espectadores los acontecimientos relativos al viaje del Papa a América.⁴³ Apoyada en toda una gama de subempresas, ideologías parciales y diversos géneros literarios, la industria de la historieta en México en 1979 edita 158 títulos a la semana, vende 70 millones de ejemplares de historietas y fotonovelas al mes, 50 millones se consumen en el país y el resto se exporta a Centroamérica y parte de los Estados Unidos con población mexicana.⁴⁴

En relación a la difusión de los juegos olímpicos de 1980, la comisión coordinadora informó que después de haberse llegado a un acuerdo entre la Organización de la Televisión Iberoamericana (OTI) y el Comité Olímpico Internacional (COI), se anticipó que los Juegos Olímpicos de Moscú en 1980 podrían ser vistos por dos mil millones de telespectadores distribuidos en 19 países latinoamericanos, España y Portugal.⁴⁵ Por último, en lo que se refiere a la cobertura futura de los medios, observamos que en Europa se dieron los primeros pasos para establecer una televisión continental, que penetraría en un principio en los principales países europeos, y finalmente en toda la región. Financiado e impulsado por Alemania y Francia, dicho proyecto operaría con base en tres nuevos satélites que serían lanzados respectivamente por estas naciones en 1983, 1984 y 1986. Con esta moderna infraestructura de transmisión espacial gran parte del continente europeo quedaría conectado a través de la TV. Así, por ejemplo, los programas franceses se recibirían en las dos terceras partes de Gran Bretaña, en los países del Benelux, Alemania, en el norte de España hasta Barcelona, y en el norte de Italia. Los alemanes, por su parte, transmitirían al Benelux germano, Suiza, Francia hasta París, Alemania del este y Austria hasta Viena.⁴⁶

Sin embargo, pese a que una de las principales estrategias que emplean los aparatos de difusión de masas para incrementar su radio de acción cultural es la transmisión directa y simultánea de sus discursos a través de la infraestructura local, regional y mundial de la transmisión colectiva, éste no es el único recurso tecnológico con que la industria cultural cuenta en la actualidad. Existe otro que, sin captar los multitudinarios auditorios que cautiva la comunicación vía satélite, cubre, a largo plazo, de manera más selecta, precisa y confiable, un gran margen de agentes sociales de diversas formaciones económico-sociales: es aquel mecanismo que, conocido bajo el concepto técnico de "reproducción de originales", se encarga de difundir ante multitud de públicos un mismo producto cultural que se ha multiplicado materialmente infinidad de veces, con objeto de ser transmitido ante diversos sectores de receptores que constituyen a largo plazo un amplio auditorio de masas.

Éste es el caso del discurso cinematográfico y de algunas manifestaciones del discurso televisivo o radiofónico, que después de su proceso de producción simbólico-ideológico, se reproduce industrialmente con objeto de alcanzar mundialmente la mayor cuota de mercados culturales. Algunas situaciones que demuestran esta tendencia de los aparatos de masas, la observamos con las cintas de James Bond, que después de haberse producido, reproducido y difundido en innumerables ocasiones durante 17 años en todos los continentes, en 1978 sólo dos de sus películas se han formado ya un auditorio compuesto por la cuarta parte de la población mundial.⁴⁷ Este mismo fenómeno se presenta en la actual producción televisiva, en donde encontramos que, por ejemplo, en octubre de 1979 una misma serie de televisión denominada "La historia de la humanidad", es comprada inicialmente por más de 40 países para ser transmitida a sus diversos públicos locales.⁴⁸ Con motivo de la organización del Año Internacional del Niño, un conjunto de 78 programas didácticos de 15 minutos de duración cada uno, son producidos en febrero de 1979 en México y distribuidos en Venezuela, Colombia, Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico y México.⁴⁹ En estas mismas fechas 20 países adquieren a la compañía American Broadcasting Company (ABC) la serie de televisión denominada "Raíces", y en la semana del 18 al 24 de febrero de 1979 un solo capítulo de esta serie mantiene inmóviles durante 14 horas a cien millones de estadounidenses.⁵⁰ Con objeto de difundir los derechos del niño en el Año Internacional del Niño, el Fondo de las Naciones Unidas Para la Infancia (UNICEF) elabora y distribuye en más de 116 países miembros de la organización, el filme de dibujos animados titulado "Los Derechos del Niño".⁵¹ En abril de este mismo año, las estadísticas de cobertura de la Columbia Broadcasting System, revelan que una de sus series de televisión, "Hawai 5-0", es vista semanalmente por 300 millones de espectadores en 83 países, lo cual ha modificado sustancialmente la imagen que los extranjeros tienen sobre la isla.⁵² Por último, se observa que por estos mismos días, en París, tres de cuatro franceses han visto como mínimo la serie "Holocausto" que está circulando por la televisión europea y americana planteando la situación de la segregación judía en tiempos de la Alemania nazi.⁵³

Pero el empleo de los aparatos de difusión de masas como extensiones de las prácticas hegemónicas de cada fracción gobernante, no sólo se da al interior de la formación social de que se trate, sino que gracias a los mecanismos de transmisión simultánea y de difusión secuenciada por reproducción de originales, en la fase transnacional del capitalismo monopolista también se efectúa dicha operación al exterior del modo de producción desde donde actúan como dominantes. Con ello, se desencadena el fenómeno del "desfasamiento y sincronización cultural" que permite que las más alejadas y disímbolas superestructuras de conciencia

queden unilateralmente conectadas y afectadas por la dinámica vertical de producción, circulación e inculcación cultural que el sector históricamente dirigente practica a través de los aparatos de trasmisión de masas desde su polo central. Es este proceso, basado prioritariamente en la comunicación colectiva (especialmente en su vertiente electrónica) y no en otro sistema de aparatos culturales, el que en la etapa avanzada del capitalismo monopolista ha dado origen a la formación de los aparatos ideológicos del estado multinacional. A través de éstos, los estados capitalistas centrales han podido construir, en la mayor cobertura de conciencia que ha registrado la historia contemporánea, su proyecto cultural de acumulación ampliada de capital.

La temprana y asidua multisocialización de la conciencia

La aculturación de la inteligencia infantil

Con base en su facultad de amplia difusión ideológica, una característica más que distingue la operación cultural que desarrollan los aparatos de difusión de masas es su función de multisocializar cada vez más la conciencia de los agentes sociales en las etapas más elementales y primarias de su desarrollo social. A excepción de la primera vía de socialización cultural que reciben los individuos mediante la operación de inculcación ideológica que desarrolla el aparato familiar y que los culturaliza prioritariamente en función a las necesidades internas de ésta, el segundo sistema de aparatos que desde las primeras décadas del siglo xx, y en forma más temprana que la escuela, impacta sobre el campo de conciencia de los agentes históricos, es el aparato de difusión de masas. Con el avance tecnológico que éste aporta, se amplía el marco ideológico de vinculación con lo social, desde el momento en que polisocializa la conciencia de los hombres en función a los diversos intereses y necesidades económicas, políticas y sociales que presentan las distintas fracciones de clases que controlan a dichos soportes de consenso.

Es decir, desde el punto de vista del proceso de socialización primaria que sufren los agentes sociales, tradicionalmente presenciamos que, hasta finales del siglo xix la primera etapa de socialización que entablan los individuos con su medio social se efectúa fundamentalmente a través de dos redes básicas de culturización: la red del aparato familiar y la red del aparato educativo. A partir de la función de inculcación cultural que desempeña el aparato familiar, observamos que el campo de conciencia de los individuos sólo se cohesionan con un margen muy estrecho de realidades que prioritariamente abarca los intereses particulares del

núcleo familiar. Se descarta sustancialmente en esta fase la vinculación directa con el conjunto de intereses y objetivos que detentan los principales grupos sociales que transforman la formación económica. En esta etapa, es la célula familiar quien esencialmente impone la directriz y dinámica del proceso de formación de la conciencia.

Una vez avanzada esta primera práctica cultural y continuada durante mucho tiempo más, los individuos entran en contacto con la segunda red de socialización que está constituida por el conjunto de relaciones sociales que conlleva el aparato escolar. A partir de éste, el campo cultural de los sujetos se incorpora a un radio de intereses más amplios que está dado por la práctica de las clases y fracciones de clases que participan en la tarea pedagógica. Usualmente, en el modo de producción capitalista, debido a que el aparato escolar está controlado por el sector dirigente, este contacto significa la cohesión de la conciencia de los hombres con el espectro de intereses de las clases dominantes que detentan la dirección de este bastión cultural.

No es sino hasta la última década del siglo XIX y principios del siglo XX, que al surgir la cultura de masas con la emergencia de los primeros emisores colectivos (el cine en 1895, la radio en 1920 y la televisión en 1936), los campos de conciencia de los agentes sociales entran en un nuevo proceso de socialización cualitativa. Dicha situación, dependiendo de la clase social a la que se pertenece, se inicia por lo común en el periodo intermedio que oscila entre la fase de ideologización que desarrolla el aparato familiar y la fase de inculcación que realiza el aparato escolar, y se prolonga durante toda la vida social de los sujetos.

De esta forma, se introduce gradualmente en el proceso contemporáneo de constitución de la conciencia social, un nuevo conjunto de soportes culturales que contribuyen sustancialmente a crear una mutación cualitativa en el proceso de creación de la conciencia social desde el momento en que la transforman de un simple campo psicológico-cognitivo expuesto al contacto de relaciones locales y reducidas, a un campo psicológico-cognitivo expuesto al conjunto de las relaciones mundiales. Con este nuevo proceso de aculturación, los individuos adquieren un revolucionado y extenso panorama cultural que constantemente los vincula, desde las edades más tempranas del desarrollo individual, con los intereses más disímbolos, heterogéneos y lejanos que coexisten al interior de la superestructura ideológica de la formación social. Así, en una formación dependiente, el campo de conciencia de los sujetos queda cohesionado por mediación del aparato de comunicación de masas con los intereses económicos, políticos y culturales de las distintas fracciones de clases financieras, comerciales, burocráticas, industriales y agrarias, nacionales y foráneas, que coexisten simultáneamente en los límites de la formación social.

Es por esto que, tanto en las zonas del capitalismo avanzado como en las áreas del capitalismo periférico, no es extraño encontrar que los campos de conciencia de los agentes sociales, antes de establecer contacto con la función socializadora y reproductora del aparato escolar, ya han sido previamente ideologizados en una medida muy considerable por la labor de inculcación ideológica que ejecutan los aparatos de difusión de masas. Constatamos así que, por ejemplo, en relación a la televisión (el aparato de difusión de masas tecnológicamente más desarrollado), en los polos del capitalismo metropolitano, los párvulos antes de tener contacto con el proceso de socialización que imparte la escuela, desde los seis meses en adelante ya entran en contacto con la dinámica de aculturación que ofrece la televisión. Incluso tal vinculación es promovida, en un alto porcentaje, por los mismos padres, ya que para éstos resulta más cómodo que sus hijos apaguen su vivacidad instintiva frente al televisor, que en los parques, plazas o en compañías recíprocas que ellos deben cuidar.

Esta relación es en tal forma significativa, que en algunos casos se ha observado que “el niño no ha aprendido a hablar por la madre, ni por el kindergarden, sino por la TV. Su vocabulario base proviene de las películas policiales o de la propaganda: es así que las nuevas generaciones aprenden hoy a expresar más ideas que las antiguas, calculándose que de 4 770 palabras asimiladas, por lo menos 2 700 provienen de la vida extraescolar, y sólo 570 de la escuela, siendo unas 1 500 de origen mixto”.⁵⁴ Esta práctica ha sido asimilada por los agentes sociales a tal punto, que “los niños empiezan a ver la televisión 3 o 4 años antes de asistir a la escuela. La mayoría la ven un mínimo de dos horas diarias, y esta duración aumenta durante los años de primaria y disminuye cuando el niño llega a secundaria”.⁵⁵ Así, notamos que, por ejemplo en la actual sociedad estadounidense “los niños crecen viendo un promedio de 3.5 horas diarias de televisión. Por ello, en el decenio 1950-1960 el niño estadounidense de tres años y más dedicó como promedio la sexta parte del total de sus horas de ocio a contemplar las imágenes mágicas del aparato audiovisual” (Schram y Parker, 1965, pág. 15, también págs. 32-170).

Dicha costumbre se incrementa cuando encontramos que, “a los seis años el pequeño estadounidense ve la televisión un promedio de 54 horas semanales, dedicándole, según recientes sondeos, la tercera parte del tiempo semanal. Lo mismo ocurre con el niño francés de siete a doce años que dedica preferentemente un gran porcentaje de sus momentos de ocio a ver televisión, pues se aburre en casa en cuanto deja de estar frente al televisor: la TV tiende a reemplazar el juego” (véase figura 3.1).⁵⁶

Lo mismo se manifiesta en Italia, donde la encuesta DOXA para familias cristianas reveló, en abril de 1980, que el 90% de los niños de

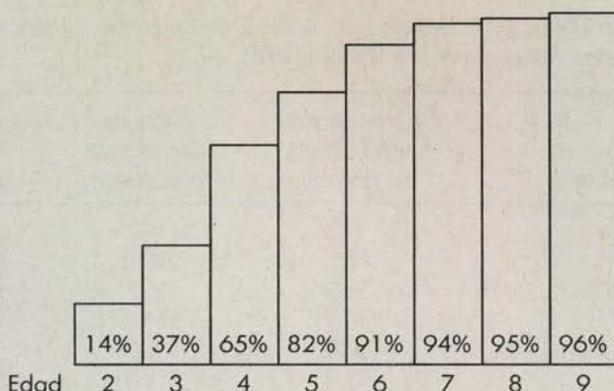


Figura 3.1. Uso comparativo que el niño estadounidense realiza de la televisión, según distintas edades (FUENTE: Schram y Parker, 1965, pág. 37).

Roma pasan gran parte de su tiempo libre frente al televisor: el 16% menos de una hora, el 37% hasta dos horas, el 40% más de dos horas, y entre éstos últimos una parte (el 5.6% del total) más de 4 horas.⁵⁷ Esta situación también se constata en otras coordenadas geográficas donde observamos que los niños sudamericanos, como los chilenos, “ven un promedio de tres horas diarias de programas de televisión según muestra la investigación realizada por la Comisión Nacional Científica y Tecnológica (CONACYT) en Santiago de Chile. De este total, el 90% del material que asimilan es de procedencia extranjera, pese a que se aplican cuatro y medio millones de dólares al sector televisivo”.⁵⁸

Idéntica tendencia cultural se presenta en la ciudad de México, donde un análisis efectuado en 1976 por el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Anáhuac, confirma que el niño del Distrito Federal ve televisión un promedio de tres horas y 36 minutos diarios. Sobre una muestra de 2 047 niños se comprueba que sólo el 7% no ve televisión; el 12% ve menos de una hora al día; el 27% de una a dos horas; el 22% le dedica de tres a cuatro horas, y el 32% restante destina más de cinco horas diarias a ver televisión (véase tabla 3.1).

Tal inclinación infantil está determinada por el nivel socioeconómico, la clase social, el lugar de residencia (rural o urbana), el tipo de escuela (pública o privada), la edad y la escolaridad que se tiene. Así encontramos que un análisis efectuado en México en 1969 por el Centro de Estudios Internacionales del Colegio de México para examinar algunas de las características que condicionan el grado de exposición de los niños mexicanos a la información política que trasmite la televisión, revela que existe una relación directa entre el medio en el que se desenvuelve el niño y la frecuencia con que ve televisión (véase tabla 3.2).

Tabla 3.1. Porcentaje de tiempo que dedican diariamente los niños mexicanos a ver televisión (1976).

<i>Frecuencia</i> (total: 2 047 niños)	<i>Entre semana</i> <i>Frecuencia</i> (porcentaje)	<i>Sábados</i> <i>Frecuencia</i> (porcentaje)	<i>Domingos</i> <i>Frecuencia</i> (porcentaje)
No ven TV	144 (4.2)	167 (8.3)	260 (12.9)
Menos de una hora	239 (11.7)	222 (11.0)	315 (15.6)
De una a dos horas	546 (27.1)	459 (22.7)	498 (24.6)
De tres a cuatro horas	435 (21.6)	530 (26.2)	464 (22.9)
Cinco horas o más	649 (32.2)	646 (31.9)	485 (24.0)
Número de horas al día, promedio (horas, minutos)	3.36	3.37	3.18
Desviación estándar	1.25	1.26	1.32
No respondieron	(1.7%)	(1.1%)	(1.2%)

FUENTE: Rota y Fernández Collado (1976, pág. 18).

Igualmente, en relación a los comics, se observa que “en el Tercer Mundo los niños disfrutaban del cómic antes de haber aprendido a leer y quedan relacionados íntimamente con los personajes de las historietas. Saben de memoria las aventuras del Pato Donald o de la Zorra y el Cuervo, y sin embargo apenas conocen algo de la vida y obra de Martí, Bolívar, Juárez y los próceres de la independencia latinoamericana” (Paz, 1977, pág. 118).

La socialización de la conciencia de jóvenes y adultos

Este hábito de socialización no sólo se manifiesta en las tradiciones infantiles contemporáneas, sino también dentro del marco de prácticas de los agentes sociales jóvenes y adultos que protagonizan el desarrollo de la formación social capitalista: el torrente de los aparatos de difusión de masas accede muy temprano al campo de conciencia de los agentes históricos y se prolonga a lo largo de toda su existencia.

Tabla 3.2. Frecuencia de exposición de los niños mexicanos a la TV (1969).

<i>Determinantes</i>	<i>Frecuencia de exposición a la TV todos los días</i>
<i>Ocupación del padre</i>	
Empresarios y profesionales	90.0%
Empleados, comerciantes y artesanos	80.0%
Funcionarios	74.0%
Obreros	70.0%
Campeños	63.0%
<i>Lugar de residencia</i>	
Urbana	85.3%
Rural	65.0%
<i>Localidad</i>	
D. Federal	91.4%
Nuevo León	86.7%
Jalisco	79.3%
Estado de México	73.5%
Tabasco	69.6%
Oaxaca	58.4%
<i>Tipo de escuela</i>	
Pública	79.2%
Privada	83.0%

FUENTE: Acosta (1972, pág. 14).

De esta manera, independientemente de las cifras absolutamente exactas y coherentes, los hechos globales reflejan una gran compenetración de la conciencia de los adolescentes con la TV, y esto adquiere tintes dramáticos cuando se declara que “en Estados Unidos un joven de 16 años ha pasado 15 mil horas frente al aparato audiovisual y ha recibido aproximadamente 650 mil anuncios publicitarios”.⁵⁹ Esto se constata con la información que afirma que “a los 17 años los adolescentes estadounidenses medios han observado 16 mil horas de televisión, lo que equivale a dos años enteros viendo la telepantalla día y noche. A esta edad se han recibido 350 mil *spots* publicitarios y se han asimilado 18 mil asesinatos”.⁶⁰ Para los 18 años, “la juventud estadounidense, antes de efectuar su servicio militar, ya ha internalizado como mínimo 20, 30 o 40 mil horas exclusivamente de TV”.⁶¹ La misma realidad se registra en Perú, donde un estudio realizado por el Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado de la Universidad de Lima, en 1969, descubre que

el 88% de los jóvenes limeños ven televisión con gran frecuencia. De éstos, el 35.3% tienen contacto con la pantalla todos los días, el 36% sólo ve televisión dos o tres veces por semana, y el 16.5% restante la ve de cuatro a cinco veces por semana (Inst. de Invest. Ec. y de Mercado, 1969, pág. 24). Por último, dentro de este contexto podemos afirmar que “un niño que nazca en una ciudad mexicana en 1979, al cumplir los 18 años habrá pasado más tiempo delante del televisor que en cualquier otra actividad de ocio”.⁶²

El proceso de aceptación de este hábito (crecientemente popularizado), ha quedado internalizado a tal punto, dentro del conjunto de prácticas culturales que efectúan los jóvenes contemporáneos, que en términos cuantitativos advertimos que en la actualidad se registra un mayor tiempo de exposición de su campo de conciencia al aparato audiovisual, que al aparato pedagógico. De esta forma encontramos que, por ejemplo, “la Universidad de Harvard ha calculado que, a los 18 años, los jóvenes estadounidenses han visto 15 mil horas de televisión y sólo han pasado 11 mil horas en las aulas” (Cremoux, 1974, pág. 7). En igual sentido, corroboramos que “en Estados Unidos los niños y adolescentes dedican entre una cuarta parte y la mitad de su actividad diaria a ver TV. Asimismo, en cada año académico atienden a 186 horas-clase, en tanto que ven 1 343 horas de TV; y al entrar a la Universidad la persona ha estado 22 mil horas frente a la TV, contra 12 mil horas frente al maestro” (Guinsberg, 1978, págs. 8-17). Una idéntica realidad es constatada por otras fuentes estadounidenses así, un estudio efectuado por la Fundación Ford, asegura que “los niños estadounidenses ven un promedio de 50 horas semanales de televisión, lo que supone más tiempo del que pasan en las aulas”.⁶³ Esto mismo lo confirmamos en la ciudad de México, donde encontramos que “entre la edad de tres años (en que algunos niños empiezan su educación formal), y la de 18, en la que muchos terminan su educación preparatoria, el niño promedio del país ha pasado más de 18 mil horas frente al televisor. Esto es un total mayor que el número de horas que habrá estado en la escuela, aun suponiendo que efectivamente haya entrado a ésta a los tres años y haya permanecido hasta los 18 años sin perder ni un solo día de clases”.⁶⁴

En cuanto a los adultos, esta realidad se da con igual o mayor intensidad, notándose un incremento cada vez mayor de su contacto con los diversos aparatos de la cultura de masas según su estado de desarrollo tecnológico y la fase de evolución social por la que atraviesan. Así, descubrimos que “durante 1920 en Gran Bretaña, una persona adulta de cada dos leía un diario entre semana, mientras que una de cada cuatro personas adultas leían cinco periódicos del domingo. En 1947, diez personas adultas leían doce diarios y veintitrés periódicos del domingo” (Raymond, 1974, págs. 25-28). Únicamente en cuanto al cine se nota una

reducción excepcional de su auditorio, pero esto se debe al surgimiento de un nuevo aparato de cultura de masas que absorbe la atención de dicho auditorio: la TV. De este modo, "en 1939, en Gran Bretaña, el número de espectadores que iban al cine por semana era de 19 millones, y en 1946 superaban los 31 millones. Para 1956 la emergencia y consolidación de la TV provoca que el número de espectadores por semana fuera inferior a los 21 millones; en 1959, de 11 millones y medio, y en 1964, de 8 millones. Durante este periodo de la posguerra cerraron sus puertas más de la mitad de las salas de cine. En 1952 los cines abiertos al público sumaban 4 609; en 1959, 3 450; en 1965, 2 056, y la baja continúa" (*Ibid.*, págs. 28-29).

Para 1964 el crecimiento de radioescuelas y televidentes es espectacular. "Entre 20 y 25 millones de personas en Gran Bretaña ven la televisión cada día. La mayoría de las familias tienen aparato de radio, y más del 90% de la población posee un televisor en su casa [...]. En esta fase, también se asiste a un enorme desarrollo de la difusión del disco; más de 78 millones fueron lanzados al mercado británico durante 1964" (*Ibid.*, pág. 30). Para finales del periodo de los años sesenta se detecta que en Lima, Perú, el 96.6% de los habitantes tienen un contacto permanente con el medio teleaudiovisual. El 64% de la población adulta ve televisión todos los días, el 16.3% lo hace de cuatro a cinco veces por semana, el 15.7% de dos a tres días por semana y únicamente el 3% la ve una sola vez por semana o nunca. Este fenómeno se distribuye en forma muy peculiar según sea la edad, el nivel de escolaridad y la posición profesional que posee el receptor adulto (véase tabla 3.3).

Para principios de la década de 1970, se advierte que "el estadounidense típico pasa cada día tres horas y media mirando la TV y dos horas y media escuchando radio. La industria calcula que aproximadamente el 87% de la población está expuesta a la TV durante toda la semana, y el 90% a la radio... Debido a esto, se estima que aunque los medios electrónicos no son la única fuente de información sobre los acontecimientos que ocurren fuera de la aldea, como ocurre en los países donde hay grandes masas de analfabetos, esos medios, como han podido comprobar los editores de *Look* y de *Life*, sustituyen cada vez más a las revistas ilustradas, así como a los libros y los periódicos, como fuente primaria de información o de distracción. Cerca del 96% de las diversiones de que goza el 87% de la población estadounidense cada semana procede de las tres grandes cadenas: NBC, ABC, CBS" (Barnet y Muller, 1974, págs. 344-346).

Esta alta tendencia también se registra en Brasil, en donde en 1976 el Instituto Brasileño de Opinión y Estadística revela que de 45 millones de televidentes nacionales, 7 millones de paulistas pasan un promedio de tres horas diarias ante la pantalla de TV.⁶⁵ Igualmente-

Tabla 3.3. Constante del consumo televisivo por los adultos limeños (1976).

<i>Características</i>	<i>Todos los días</i>	<i>4-5 veces</i>	<i>2-3 veces</i>	<i>Una vez</i>	<i>Menos de una vez</i>	<i>Nunca</i>
General	64.6	16.3	15.7	2.1	0.2	0.7
Hombres	44	61	69	63	83	75
Mujeres	56	39	31	37	17	25
	100	100	100	100	100	100
Edad: 19-24	21	24	26	17	50	37
25-34	30	30	33	23	17	25
35-44	20	20	22	25	17	19
45-54	14	15	9	19	0	0
55 y más	15	11	10	15	16	19
	100	100	100	100	100	100
Escolaridad: Primaria	29	28	24	23	33	19
Secundaria	48	47	39	44	50	13
Superior	18	23	34	29	17	62
Ninguna	5	2	3	4	0	6
	100	100	100	100	100	100
Actividad: Independiente	14	15	24	27	17	19
Dependiente	28	43	39	42	50	25
Ama de casa	41	19	15	21	0	6
Estudiante	13	20	20	8	33	44
Jubilado	2	2	1	2	0	6
Desocupado	2	1	1	0	0	0
	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado (1969, págs. 68-69).

te, observamos que en 1978 “una familia estadounidense ve TV una media de 6 horas y 10 minutos diarios, lo que significa haber estado sentado en 60 años más de 131 mil horas frente al aparato, equivalentes en definitiva a 15 años de su vida” (Guinsberg, 1978, pág. 8). Esta asidua presencia ante el televisor la volvemos a confirmar cuando en marzo de 1979, 200 millones de estadounidenses permanecieron sentados durante 14 horas frente a la televisión para seguir, a lo largo de una semana, los capítulos de la serie *Raíces* que plantea la historia de la esclavitud del pueblo negro estadounidense.⁶⁶

Dentro de este marco de relaciones culturales con los medios de

comunicación de masas, resalta especialmente el grado de información comercial recibida por los adultos en su vida cotidiana; por ejemplo, "el estadounidense medio, en su edad madura, recibió diariamente en 1962 un promedio de 1 600 mensajes publicitarios distintos sin que hayan sido colados u orientados por ningún líder de opinión" (*Time*, 12-X-1962). Para 1968 se calcula que el espectador medio en Estados Unidos ve más de 40 mil anuncios que influyen en sus patrones de conducta, "especialmente de consumo" (Barnet y Muller, 1974, págs. 344-346). Finalmente, estima "un publicitario argentino que calculando 208 combinaciones posibles se llegó a la fórmula de 526 asimilaciones informativas, o sea que un receptor de avisos puede estar sometido anualmente a 526 *más doscientos ocho* veces exposiciones publicitarias. En Estados Unidos, R. Bauer y S. Greyser calculan que el consumidor estadounidense está expuesto a 750 anuncios potenciales por día. Una encuesta realizada en el mismo país calcula que un adolescente de 16 años ha pasado 15 mil horas frente a la televisión, lo que significa que ha visto 640 mil anuncios publicitarios. A esta cantidad apreciada correspondería agregar la publicidad no televisiva (radio, calles, edificios y negocios, periódicos, revistas, cines, etc.) que acrecienta en mucho el impacto potencial sobre tal adolescente" (Guinsberg, 1978, págs. 76-77).

Pero esta permanente práctica de inculcación ideológica que cotidianamente ejerce el aparato de comunicación de masas sobre el campo de conciencia de los agentes sociales, no ha sido una simple variable más que ha contribuido a determinar la visión del mundo y de la historia que se forman los hombres, en especial aquellos que constituyen las fuerzas productivas, sino que se ha convertido en el más poderoso instrumento de socialización cultural que ha modelado la conciencia contemporánea en función de los intereses de quienes los detentan y administran.

De este modo, encontramos que algunas investigaciones demuestran que las primeras generaciones que ha formado el complejo cultural de aparatos de difusión de masas (cuyas edades oscilan entre los 30 y 50 años), hoy presentan modificaciones sustanciales en su esfera de conciencia y su vinculación con la realidad. Particularmente son masas de individuos que han sido afectados esencialmente en el hemisferio izquierdo de su cerebro (sede de la palabra y del razonamiento lógico) por el conjunto de ideologías heterogéneas que permanentemente han sido trasmitidas por los soportes de la cultura de masas durante casi cincuenta años.

En algunos casos, esta relación que se ha entablado con los aparatos de masas se ha convertido en un hábito cultural tan arraigado en los agentes sociales contemporáneos que, en un gran porcentaje, esta inclinación se ha transformado en una "adicción cultural" inconsciente al

aparato de la cultura de masas. Así, constatamos que en 1978 una estudiante de Florida que se confiesa “adicta a la TV”, declara que “la televisión es algo que siempre tendré en casa. La necesito para vivir. Me siento frente a la pantalla, la enciendo y me dejo hipnotizar. Por esto la TV es media vida en Norteamérica”.⁶⁷

Por otra parte, esto se vuelve a confirmar en Estados Unidos en la organización de las relaciones familiares, cuando una campaña de “abstención televisiva” que en 1978 lanzó un diario de Detroit, ofreciendo una considerable suma económica a la familia que estuviera dispuesta a renunciar al video durante un mes, alcanza un minúsculo éxito. De toda la ciudad, sólo cinco familias aceptan la oferta, confesando algunas de ellas que varios de sus miembros tuvieron que enfrentar serias dificultades para encontrar otras actividades suplementarias con las cuales pudieran ocupar su tiempo de ocio.⁶⁸

Esto mismo se constata en 1979, en la ciudad de Tokio, cuando el Instituto de la Juventud de Kobe realiza una invitación a una muestra de 42 familias japonesas a que renuncien a ver televisión durante 30 días para determinar con ello el grado en que la audio-imagen se ha apoderado de sus vidas. Nuevamente los resultados son negativos puesto que sólo el 1.68% puede desprenderse de este hábito y, dentro de este total, se registran grandes irregularidades. Por ejemplo, la resistencia de una de las familias participantes no duró ni siquiera una semana. Se descubrieron hechos de deslealtad hacia los experimentadores, pues los hombres de las familias salieron de sus casas y acudieron a la de algún amigo para ver los partidos de basquetbol por TV. Muchas quejas procedieron de los niños, ya que se sintieron aislados y marginados en el colegio porque no podían charlar con sus compañeros sobre sus programas infantiles o, también, porque no habían aprendido un determinado baile que la TV había lanzado con un popular conjunto musical. Muchos japoneses, privados del entretenimiento diario, recurrieron al alcohol. Finalmente, en algunos casos, la gente se quejó de la imposibilidad de dormir una vez privada del “somniafero televisivo”.⁶⁹

Esta costumbre se ha imbricado a tal punto en el desarrollo existencial de los sujetos, que en muchos momentos sustituye la presencia de la compañía humana. Así, los intelectuales y productores de los medios reconocen que, por ejemplo, “las series televisivas son una cura para la soledad y un remedio para la vejez. Nadie puede negar que la programación de la pantalla chica sirve de compañía a la gente de mayor edad o a solitarios empedernidos que gozan la vida a través de las aventuras y pasiones que protagonizan sus actores favoritos. La TV, insisto, no hace daño a nadie, sino que al contrario cumple mejor que las sociedades de beneficencia con una función social y caritativa”.⁷⁰

Por último, paralelamente a esta realidad, observamos la existencia

de una relación directa entre el grado de desarrollo cultural de los agentes sociales y el grado de contacto con el aparato global de la cultura de masas, especialmente la TV: a menor desarrollo cultural, mayor contacto con los aparatos de trasmisión de masas, y viceversa. Esto se refleja en todas las coordenadas del capitalismo contemporáneo, y en especial, dentro del capitalismo europeo, en España, donde los analfabetos son los más asiduos consumidores de la TV. Así, un estudio efectuado por el Ministerio de Cultura Español sobre los requerimientos culturales del pueblo, concluye que el 52.4% de los analfabetos y el 58.8% de los iletrados nacionales mantienen como principal relación cultural su contacto con la programación televisiva, al grado de subordinar o marginar a ésta cualquier otra alternativa o fuente cultural. Mientras tanto, en la población escolarizada los porcentajes son distintos dependiendo del nivel cultural. En la rica Cataluña se registra el mayor rechazo a ver televisión.⁷¹

Todo ello nos lleva a concluir que en el modo de producción capitalista, desde las edades más tempranas por las que atraviesan los sujetos hasta los momentos más maduros de su desarrollo personal, los aparatos de difusión de masas controlados por la clase en el poder, operan como mediadores tecnológicos que vinculan el proceso de la formación de su conciencia con las múltiples necesidades de reproducción que presenta el capital nacional y transnacional.

Su gran capacidad de legitimación continua y acelerada

Una propiedad más que convierte a los medios de difusión de masas en la gran vanguardia cultural del conjunto de aparatos de hegemonía del estado capitalista, es su alta capacidad de trasmisión discursiva continua y acelerada. Esta facultad se convierte en vehiculización instantánea y de gran continuidad discursiva cuando se trata de medios de difusión electrónica, y en propiedad de emisión veloz cuando se trata de simples medios mecánicos de información colectiva.

Ambas cualidades de difusión ideológica representan, para fines de legitimación estructural —particularmente en las formaciones capitalistas con agudas crisis orgánicas, como son la mayoría de las sociedades latinoamericanas—, los instrumentos superestructurales más importantes a través de los cuales la clase dirigente desarrolla, sobre el campo de conciencia de los diversos grupos sociales ubicados dentro de los límites geográficos de la acción cultural de los distintos medios de difusión, su mayor poder de presencia y persuasión psicológica. Ello permite crear, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, un consenso ideológi-

co favorable para la reproducción estructural del modo de producción capitalista como instancia política dominante dentro de las formaciones sociales marginales, particularmente de América Latina.

Estas propiedades, complementadas con su facultad de amplia difusión de masas, convierten a estos medios, en diverso grado según sea la institución de que se trate (TV, radio, cine o prensa) y la coyuntura social en la que actúan, en los mediadores más eficaces para mantener cotidianamente en las diversas clases sociales la estructura y dirección que requiere el bloque histórico capitalista como relación dominante. Esto significa que, a partir de esta propiedad, los medios de difusión de masas desempeñan la función de vincular cotidianamente, en un margen que oscila desde la instantaneidad hasta la periodicidad, los múltiples campos de conciencia que presentan los numerosos agentes sociales, con la dirección política, económica y cultural que requiere la existencia y reproducción habitual de la sociedad global en la que están inscritos y sobre la que actúan.

En esta forma, los aparatos dominantes de difusión masiva actualizan y reactualizan varias veces al día, si no es que constantemente, los campos de conciencia y de comportamiento social con respecto a las coordinadas dinámicas que requiere el proyecto de dominación social. Es a partir de éstos como el sector dirigente crea constantemente su más significativo proyecto cultural de "nación", de "patria", de "historia"; en una palabra de participación social. Así se construye cotidianamente, a todos los niveles de las regiones y formaciones ideológicas, la imagen de la sociedad que se requiere para asegurar las bases de la reproducción y fetichización del proyecto de acumulación de capital del que se trate.

Si bien es cierto que esta actualización y reactualización de las coordinadas de reinstalación que presenta el capital se efectúa en general a través de la "visión del mundo" y de los "modelos de vida funcionales" que trasmite e inculca la gran constelación discursiva que producen y recopilan los intelectuales especializados de los medios dominantes de difusión masiva, existen dos tipos de formaciones o producciones discursivas, que desempeñan una tarea fundamental (función orgánica) en el proceso de reproducción de las condiciones subjetivas que requiere la reproducción del capital: el discurso noticioso y el discurso publicitario.

Por una parte, el discurso noticioso, bajo el velo de presentación de la "ideología de la información objetiva" y de la "ideología del producto cultural más relevante", vincula permanentemente el campo de conciencia de los agentes sociales con las coordinadas culturales, especialmente de orden político, que requiere diariamente el proyecto de reproducción, expansión y legitimación del capital nacional e internacional. Con ello, los actos y comportamientos de los individuos reciben constantemente

la orientación y dirección adecuada que requiere el proyecto de dominación social que ampara al reino del capital.

Por otra parte, el discurso publicitario, bajo la cortina de la "ideología de la modernización social", la "ideología de la satisfacción de las necesidades básicas", y la "ideología de la libertad de consumo", permite cotidianamente, en forma constante y desapercibida, la realización del ciclo de acumulación del capital, puesto que obtiene la rápida circulación y el ágil consumo masivo de las mercancías elaboradas en condiciones de explotación. Esta operación discursiva es el mecanismo más favorable con que cuenta el proyecto contemporáneo de realización del capital a nivel de circulación masiva de los productos, puesto que permite, por una parte, en el mayor radio colectivo de influencia cultural la consumación del proceso de valorización del capital, y al mismo tiempo, por otra, la realización del proceso de fetichización de las mercancías que oculta el proceso de producción desigual de las mismas. Con ambas se obtiene la reproducción de la relación fundamental de la sociedad capitalista: la subordinación de la fuerza de trabajo asalariada al capital bajo relaciones sociales de explotación.

En la actualidad, estas dos áreas discursivas son los puntales culturales de mayor relevancia estructural, a partir de los cuales los medios de difusión de masas diariamente contribuyen, de manera inadvertida, a mantener las relaciones dominantes de estabilidad y reproducción-transformación que requiere el bloque histórico capitalista: las relaciones de explotación capitalista y sus correspondientes relaciones políticas y culturales de subordinamiento social.

Con esta gran capacidad de cobertura, rapidez y persuasión ideológica que obtiene la clase dirigente al emplear los medios de difusión de masas como instrumentos de vehiculización de su ideología dominante, ésta alcanza, paralelamente a la trasmisión e inculcación de su constelación ideológica, un sólido poder hegemónico que le permite realizar amplias movilizaciones sociales en favor de la protección de sus intereses dominantes, especialmente alrededor de aquellos programas políticos que tienden a la conservación y reproducción coyuntural de su sistema imperante. Con ello crean y aplican permanentemente una estrategia superestructural de reactualización y readaptación de la cultura dominante, que apunta a la superación ideológica de las crisis periódicas que genera su principio de desarrollo desigual y su tendencia de evolución irracional.

Es por ello que, tanto en las fases más estables como en los periodos más críticos de las sociedades capitalistas contemporáneas, la clase dirigente está obligada históricamente a emplear los aparatos de difusión de masas para orientar el funcionamiento de su sociedad civil, y con ello, el de la sociedad en su conjunto. Esto explica por qué desde que los medios

son concebidos claramente como aparatos de socialización política, los principales candidatos de los partidos dominantes siempre los han utilizado prioritariamente, y no otro tipo de aparatos ideológicos, para difundir sus programas políticos.

Los casos que ejemplifican la situación anterior los encontramos en las elecciones de James Carter en Estados Unidos, José López Portillo en México, Rodrigo Carazo en Costa Rica, Margaret Thatcher en Gran Bretaña y muchos otros más.⁷²

En este sentido, afirmamos que en la etapa avanzada del capitalismo contemporáneo “el uso de los medios de difusión se ha vuelto indispensable para las campañas políticas. Comprar tiempo en la TV, sobre todo en las horas más convenientes, resulta carísimo pero tiene la ventaja de dar una oportunidad al candidato de alcanzar un millón de votantes en una sola presentación... Por esto, las estaciones de televisión ofrecen tiempo libre a los postulables, ahorrándoles así una cantidad considerable de dinero y dándoles la oportunidad de presentarse ante millones de espectadores que, en ausencia de tales debates, nunca llegarían a conocer a los contendientes” (Lytle, 1979, pág. 24).⁷³ Es por ello que, continuando esta afirmación, estamos de acuerdo con McLuhan cuando declara que “las elecciones estadounidenses son ahora un acto televisivo. Vivimos la fase de la vida electrónica y esto es lo que predomina por encima del talento individual. El líder de una sociedad de consumo de las masas: éste es Carter”.⁷⁴

Asimismo, esta necesidad aclara por qué durante la reforma política del estado mexicano en 1977, el juego de fuerzas políticas que buscaban la modificación de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), exigían fundamentalmente el acceso a la participación permanente en la radio y TV, y no sobre el resto de las instituciones culturales que existen al interior del estado (Comisión Federal Electoral, 1978, pág. 318).

Por los mismos motivos, el secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Felipe González, en vísperas de la promulgación de la nueva constitución española de 1978, desafía al presidente del gobierno español, Adolfo Suárez, a entablar un debate televisado sobre la convocatoria a elecciones generales.⁷⁵ Por esa misma época, Adolfo Suárez y Felipe González deciden emplear la TV como instrumento para exhortar a los cuatro millones de sufragantes españoles a apoyar el referéndum electoral.⁷⁶ Igualmente que en el caso mexicano, las fuerzas políticas que luchan en España por una nueva constitución nacional exigen, en febrero de 1979, a la Junta Central Electoral, que todos los partidos que presenten candidatos para las elecciones de marzo del mismo año tengan derecho a utilizar 30 minutos de tiempo gratuito en la TV estatal.⁷⁷

Por otra parte, reconociendo las propiedades que poseen los medios de comunicación de masas como aparatos ideológicos de Estado, a finales de 1978 la Secretaría de las Naciones Unidas lanzó a través de los aparatos de masas una campaña de 500 mil dólares con objeto de promover los derechos palestinos y crear una imagen moderada de la Organización para la Liberación de Palestina en las Naciones Unidas y en otros países occidentales. El despliegue publicitario incluye panfletos, informes públicos, programas en los medios y una película titulada *Los palestinos también tienen derechos* en la que el jefe de la Organización para la Liberación Palestina (OLP), Yasser Arafat, juega un papel de líder nacional.⁷⁸ Igualmente, algunos meses más tarde, ante la lentitud de las negociaciones de paz entre Israel y Egipto, el estado egipcio desencadena, a través de sus aparatos oficiales de difusión, una vasta campaña antiisraelí que no cuenta con precedentes desde el viaje del presidente Sadat a Jerusalén. En esta irrupción propagandística el estado egipcio presenta a Israel ante la opinión pública nacional e internacional como "incapaz de asimilar las proyecciones de la iniciativa egipcia de paz" y se pone en duda la buena fe de los dirigentes israelíes que instrumentan una "vulgar y ancestral política de regateos baratos".⁷⁹

Por otra parte, en los momentos de crisis y anarquía social, las fracciones dominantes requieren hacer un uso estratégico de los aparatos de difusión para corregir el rumbo político que adopta el conjunto social. Es por esto que, ante el deterioro que sufrió la empresa privada por el conflicto político de 1978 y el liberalismo ideológico que se desató en los primeros años del gobierno del presidente Luis Echeverría, el capital privado, a través de su Consejo Coordinador Empresarial, organizó a partir de 1975 una campaña masiva para mejorar la imagen de la empresa privada en México.

Utilizando diversas estrategias de cambio cultural, el Consejo Coordinador Empresarial eligió preferente y prioritariamente el empleo de los medios masivos de difusión, y muy en especial la televisión, para llegar a la opinión pública, ya que "el vehículo con mayor fuerza y penetración en la actualidad es la TV".⁸⁰

Igualmente, ante la crisis interna que vivía la burguesía burocrática francesa en abril de 1979, el presidente Valéry Giscard D'Estaing se vio obligado a emplear la TV (y no otro aparato ideológico), como instrumento de propaganda que le permitiera fustigar a su ex primer ministro Chirac, jefe del Partido Degolista que intenta resquebrajar la unidad de la derecha francesa.⁸¹

En síntesis, se descubre que son las propiedades de los aparatos de difusión de masas las que obligan a las clases y fracciones dirigentes contemporáneas a utilizarlos y controlarlos en favor de su proyecto de dominación social. Es sólo a partir del sujetamiento y de la capitalización polí-

tica de éstos que la clase hegemónica puede gobernar la dirección cultural de la sociedad. De no hacerlo así, quedan imposibilitadas para continuar existiendo por la vía del consenso como estratos dominantes.

Su enorme poder de formación del consenso y de movilización de los individuos

Otra facultad más, que a partir del desarrollo y de la consolidación de las propiedades anteriores, convierte a los aparatos de difusión en los principales aparatos ideológicos de la actual lucha cultural que se entabla en la sociedad civil contemporánea, es su gran capacidad de creación del consenso colectivo y, en consecuencia, de movilización de los agentes sociales. Si bien es cierto que, debido a la dinámica de persuasión controlada que se entabla entre el maestro-inculcador y el alumno-receptor (presentación de la ideología-evaluación de su asimilación bajo estricto control-modificación y repetición del proceso de enseñanza) el aparato educativo posee mayores ventajas para sensibilizar los campos de conciencia de los agentes sociales, también es cierto que no puede provocar la socialización y movilización de la conciencia social en forma tan amplia, rápida y constante como lo realizan el conjunto de aparatos de difusión para las masas, que forman parte del complejo global de comunicación-información.

Sin concluir que la práctica ideológica que desarrollan los aparatos de difusión colectiva es una actividad de inoculación más completa que la que efectúa la escuela, o es una práctica persuasiva de naturaleza omnipotente y automática,⁸² sí reconocemos que, no obstante todas las contradicciones ideológicas de carácter primario y secundario a que está expuesta dicha práctica cultural, y que variando según el aparato de difusión del que se trate (TV, radio, cine, prensa, etc.),⁸³ éste crea un sentido colectivo de la realidad y de la historia que se instaura como el principal consenso social. Por lo tanto, es a partir del aparato global de difusión colectiva que la sociedad civil moderna adquiere su dirección ideológica fundamental.

En la sociedad capitalista esta tarea de incitación social se realiza en dos direcciones básicas: *a*) en la dirección económica que demanda la reproducción del proceso nacional de producción capitalista, y que busca inducir al consumo de los bienes para mantener en movimiento el proceso general de realización del capital; y *b*) en la dirección político-cultural que requiere la subsistencia del capital, y que pretende la creación del consenso necesario para conservar el orden subjetivo que exige la fase contemporánea por la que atraviesa el programa de acumulación del que se trata.

La movilización en la dirección económica

Hay hechos históricos que, de manera fragmentada, nos muestran la relevante función persuasiva que desde su etapa de afirmación cultural como aparato de masa, hasta su actual estado de desarrollo avanzado, han desempeñado los aparatos de difusión colectiva.

En relación al orden económico que crean los aparatos de difusión, observamos que en su primera fase de desarrollo sobresale el hecho de que, a partir de los años cincuenta, debido a la creciente necesidad que tiene la producción capitalista de acelerar la circulación de mercancías y con ello su proceso de acumulación de valor, el capital estadounidense inicia, a través de los aparatos de difusión de masas, la creación de una nueva superestructura de conciencia que, basada en la estrategia del "desuso psicológico", convence y activa al público para consumir gran parte de los satisfactores en función a la creación artificial de la "moda". Este nuevo marco ideológico paulatinamente construye un intrincado ciclo afectivo-cultural que moviliza hasta nuestros días al receptor en función del permanente hábito de recambio cultural que introduce esta práctica ideológica, y que conlleva como trasfondo la necesidad creciente de mantener la circulación de los productos. Esto ocurre tan eficazmente que sólo en la década de 1945-1955, esta nueva práctica cultural permitió que la mayoría de las empresas estadounidenses, especialmente de índole textil y de manufactura de ropa, duplicaran sus ganancias netas como nunca antes se había logrado con medios tradicionales (Paz, 1977, pág. 48).

En su segunda fase de desarrollo presenciamos, a partir de la década de 1960, una cotidiana y exitosa movilización colectiva que a través de un ciclo publicitario más elaborado efectúan los principales canales de difusión dominantes para alcanzar el consumo de los productos elaborados por el sector económico oligopólico. Es una movilización fundada básicamente en el valor de uso cultural de las mercancías y no en el valor de cambio material de las mismas. Ejemplo de esto es una de las más recientes movilizaciones culturales a nivel internacional en el campo de productos de belleza femenina: el concurso Miss Universo 1980. Fundada en una estrategia publicitaria que, como en pocas ocasiones, ha fetichizado las propiedades de valor de las mercancías, y aprovechando el epicentro cultural que mundialmente provocó el concurso Miss Universo 1978 en la ciudad de México, la empresa Max Factor —declaran sus funcionarios— en un periodo inferior a dos meses "agotó todas las existencias de su línea de cosméticos, teniendo que incrementar la producción por los pedidos que nos siguen llegando".⁸⁴

La movilización en la dirección político-cultural

En cuanto al orden político-cultural que generan los aparatos de difusión de masas, encontramos que en su primera fase de consolidación como "industrias de la conciencia" destaca, en octubre de 1938, la confusión y movilización accidental que Orson Welles provoca en Nueva York al transmitir sorpresivamente por la cadena radiofónica CBS su programa *La guerra de los mundos*. Al relatar la invasión de un ejército de seres provenientes del planeta Marte en Nueva Jersey, el autor provoca el pánico, la angustia, la histeria, el desmayo y el suicidio de miles de neoyorkinos que se lanzan a las calles con la cabeza envuelta en toallas húmedas para evitar el efecto de "los gases tóxicos que arrojan los marcianos". Mientras tanto, otros cientos de miles de habitantes huyen desesperadamente fuera de la ciudad llevándose alimentos y parte de sus pertenencias. Simultáneamente, otros contingentes civiles en San Francisco, Chicago, San Luis, Nueva York y Nueva Orleans acuden en masa a las estaciones de policía y defensa militar para formar brigadas de voluntarios que apoyarían a los siete mil guardias que se han movilizado para combatir al enemigo. Finalmente, en todo el país las vías telefónicas quedan bloqueadas por los cientos de miles de personas que se comunican para darse la despedida final: "si el mundo se acaba, éste es el adiós".

Este mismo libreto se irradió en Santiago de Chile el domingo 12 de noviembre de 1944 y, no obstante haberse avisado con anticipación la irrealidad y la calidad experimental de la transmisión, se produjo nuevamente el pánico masivo. A fines de los años cuarenta se repitió el mismo programa en Ecuador, en donde al terminar la emisión el público asaltó e incendió la emisora en señal de protesta por el fraude, por lo cual perecieron algunos de los productores del programa (Alsina Thevenet, 1976, págs. 269-274 y 275-283, y Taufic, 1974, pág. 154).

En su segunda etapa de desarrollo observamos que entre 1968 y 1973, en el Sur de América Latina, sobresale la increíble labor de atracción y movilización que los aparatos de difusión de masas nacionales y multinacionales realizan sobre la conciencia del pueblo brasileño y del mundo en general al lograr la aceptación del "milagro brasileño". Organizado por un consorcio compuesto por cuatro de las mayores agencias publicitarias de Brasil (todas ellas penetradas por el capital estadounidense), se consolida en 1972 la creación de la mayor empresa de *marketing* en la historia de la nación, tendente a la construcción de una nueva imagen nacional y mundial de Brasil que lo justifique ante la conciencia internacional como el nuevo polo de desarrollo del capitalismo latinoamericano. Diseñada en conjunto con los intereses del capital nacional, transnacional y del Estado, se elabora una cuidadosa campaña de propa-

ganda en cinco idiomas que es supervisada por la agencia Kenyon and Eckardt de Nueva York, encargada de realizar la revisión final de los textos y planear su inserción en los grandes diarios y revistas de los principales países de la órbita capitalista (véase tabla 3.4).

Tabla 3.4. "Dónde se fabrica el milagro brasileño."

<i>Países</i>	<i>Medios</i>	<i>Tiraje (en miles)</i>	<i>Número de inserciones</i>	<i>Costo (dólares)</i>
EU	Fortune	580	1	9 510
	Newsweek*	2 615	3	48 105
	Wall Street	518	1	10 478
	Time**	5 610	4	167 276
RFA	Visión	179	3	11 925
	Die Welt	226	3	8 526
	Frankfurt	244	3	10 184
Argentina	Handelsblatt	75	3	5 758
	La Nación	272	3	5 687
Colombia	La Prensa	259	3	5 379
	El Tiempo	45	3	3 097
Francia	L'Express	561	3	10 440
	Le Monde	360	1	1 121
Inglaterra	The Economist	105	3	3 600
Japón	Nihon Keizai			
	Shimbum	1 300	3	11 148
México	Excélsior	160	3	504
Venezuela	El Nacional	107	3	1 585

* Propiedad de *The Washington Post*, copropietario, con el *N.Y. Times*, del *International Herald Tribune*.

** La circulación del *Time* en Estados Unidos alcanza 4 250 000, el resto circula en Asia (180 000), Europa (430 000), Canadá (480 000), en América Latina (115 000) y el Pacífico Sur (135 000).

FUENTE: *Visao*, 18 de agosto de 1972, pág. 59. Consultar Armand Mattelart (1973b, págs. 35-36).

Con ello, Brasil alcanza durante casi una década un nuevo equilibrio político sostenido en gran parte por la vía del consenso cultural, que le permite fungir como un apéndice de las necesidades del capital monopolístico estadounidense en su moderna fase de reproducción transnacional. Sin embargo, la enorme concentración de contradicciones que continúa arrastrando su acelerado proceso de desarrollo desigual provocan que, a partir de 1974, la estructura dominante de cohesión social entre en una aguda crisis de legitimación que demanda un nuevo y urgente esfuerzo de reactualización del proyecto cultural dominante.⁸⁵

En otras coordenadas geopolíticas, también observamos la enorme movilización que, a través de sus aparatos de cultura de masas

(especialmente la televisión, la radio y la prensa), realizó la derecha chilena en su momento de crisis hegemónica de 1970 a 1973. Basada en una nueva estrategia de conducción cultural, instrumentada por los medios más avanzados de la difusión colectiva, la clase dominante chilena construyó una novedosa "línea de masas" que le permitió organizar a sus contingentes burgueses, pequeñoburgueses y proletarios en contra de las conquistas políticas alcanzadas por la lucha de la Unidad Popular. Ahí constatamos que

después de haber recurrido, principalmente, en un primer periodo a los instrumentos clásicos de la democracia burguesa (parlamento, partidos políticos, tribunales, aparato ideológico de comunicación), la burguesía chilena adoptó la estrategia de crear un modelo de línea de masas para tratar de recuperar la parte del poder político que había perdido y luchar contra las masas populares. A lo largo de los tres años del gobierno popular y con una intensidad mayor a partir de abril de 1972, la burguesía lanzó como consigna en sus diarios y panfletos la necesidad de una vuelta a la base, de un contrato con las masas para resistir activamente el régimen popular [. . .] Según una escalada rigurosa, la derecha trató de no dejar ningún sector al margen de la movilización permanente. . . (M. Mattelart, 1974, págs. 3-8).

Una de las formas más sorprendentes en que se manifestó este nuevo fenómeno de organización social, fue cuando

la mujer invadió la calle para defender su derecho a quedarse en su casa. En esta estrategia de politización de masas la clase dominante prestó una voz a "la mayoría silenciosa" para transformarla en "masa sediciosa", haciéndole creer que esta voz era su propia voz, que la sedición a la cual se lanzaba respondía a sus propios intereses. En una palabra, le hizo creer que ella decidía su propio destino. Apoyándose en motivaciones individualistas que comportan una dimensión unificadora en estos periodos de ofensiva, la burguesía pudo vincularse con su base, pudo movilizarla con incentivos profundamente desmovilizadores. Quizás el ejemplo más gráfico es que estas mujeres, durante las manifestaciones de las ollas salieron a la calle, en aras de su liberación política, blandiendo el signo más puro de su explotación ancestral: una olla [. . .] la burguesía les ofreció su esclavitud disfrazada de libertad y su inercia envuelta en activismo.⁸⁶

Por otra parte, con relación al grado de persuasión que los medios estadounidenses desarrollan en los principales periodos de crisis de su relación con México, presenciamos que éstos también son aparatos culturales sumamente eficaces para inculcar en la conciencia de la población estadounidense y en el consenso mundial, las políticas imperiales que deben implantarse en la periferia para fortalecer el dominio del capitalismo estadounidense. El caso más reciente, pero ya olvidado por la

opinión pública nacional, es la campaña antimexicana que instrumentó el Congreso Judío de noviembre de 1975 a febrero de 1977, con motivo de la política de apoyo internacional que el gobierno del presidente Luis Echeverría presentó en la resolución de la Organización de las Naciones Unidas para condenar al sionismo como forma de racismo el 10 de noviembre de 1975.

Basada en una política de sabotaje cultural que difunden los principales aparatos de comunicación estadounidenses, entre los cuales figuran los periódicos *The New York Times*, *Los Angeles Times*, *Washington Post*, la revista *Business Week*, diversas estaciones de radio y televisión de Brownsville, Harlingen, McCallen, Weslaco, Río Grande City, y algunas agencias internacionales de noticias, el gobierno estadounidense produce un conjunto de imágenes e informaciones recortadas que manipulan desfavorablemente el prestigio internacional de México. Así, se crea en el ámbito nacional y mundial una imagen antimexicana que provoca desde la detención injustificada de ciudadanos por los militares mexicanos en busca de drogas y otros estupefacientes, asaltos a los viajeros en las carreteras por grupos guerrilleros y gavillas subversivas especialmente en Tijuana, incremento del narcotráfico México-EU, tortura y maltrato a los estadounidenses presos por delitos civiles en las cárceles mexicanas, hasta ventas masivas de las riquezas ganaderas del norte por la irregularidad política del país, rumores infundados sobre el control de cambios de divisas en los bancos nacionales, traslado masivo de fondos mexicanos a bancos estadounidenses fronterizos e inversiones mayúsculas en bienes raíces de Texas, San Antonio y Florida, comentarios sobre un cercano golpe de estado y amenaza de enfrentamientos en diez estados de la república, soborno a funcionarios mexicanos por las compañías Lockheed, Rollins, General Popo y otras transnacionales, invasión de campesinos en 40 mil hectáreas de Sinaloa con la consiguiente destrucción de los cultivos de papa y arroz, deficiencia absoluta en todos los servicios turísticos nacionales, denuncia del "Grupo de los 77" en el Congreso estadounidense sobre la creciente "comunistación" del país, y noticias que afirman que las relaciones México-EU han llegado a su "más bajo nivel".

Con ello, los aparatos de difusión estadounidenses en unos cuantos meses crean un clima de desconfianza y caos en la imagen internacional del país. De esta forma, no obstante contar con el aliciente que significó la devaluación del peso mexicano, en 1976, para atraer al turismo, especialmente estadounidense, puesto que ofreció una rebaja del 40% en todos los precios, los programas de ingreso turístico son abortados en un 90% durante los dos siguientes años. Atrapada en esta encrucijada, la industria turística nacional afronta su más grave crisis de los últimos veinte años, lo que, por una parte, genera desempleo masivo y la quiebra

de muchas empresas del ramo; y por otra, la economía nacional resiente la pérdida de 300 de los 800 millones de dólares que anualmente recupera por dicho concepto para hacerle frente al creciente déficit de su balanza comercial con Estados Unidos, que en ese periodo ascendía a 2 mil millones de dólares.

A partir de 1976 el gobierno del presidente Echeverría se vio obligado a renegociar esta situación con el rabino Alexander N. Schindler, presidente de las 36 Organizaciones Judías en Estados Unidos, y la industria turística mexicana poco a poco regresa a su cauce anterior. Con el inicio del gobierno del presidente José López Portillo, esta realidad se vuelve a renegociar con el rabino Arthur Hertzberg, cabeza de la delegación del Congreso Judío que visitó México en 1977, y se obtiene el restablecimiento e incremento de las relaciones turísticas con Estados Unidos y la consiguiente restauración de la imagen de México ante la opinión pública internacional.⁸⁷

Otro hecho sobresaliente que en el terreno de la cultura de masas revela el poder de movilización que poseen los aparatos de difusión colectiva, es la creación del nuevo ídolo transnacional del *star system*: John Travolta. Conocido localmente a principios de 1977 por el restringido público de la serie juvenil "Welcome Back, Kootie" en Estados Unidos, Travolta es convertido a finales del mismo año por la Paramount en el nuevo ideal de los jóvenes occidentales.

Diseñado por un grupo de expertos publicistas en modelamiento de imagen, Travolta es reconstruido en función de las nuevas necesidades de la circulación y de la acumulación del capital transnacional, especialmente ligado a la industria textil y a la cultura. Se crea así una imagen masculina delgada, de pelo corto y alaciado hacia atrás (antes lo usaba largo), con camisa sport, trajes blancos con chaleco de tela muy ligera, que con apoyo del conjunto "The Bee Gees" y un inmenso caudal publicitario, introduce un nuevo paso y ritmo musical que garantiza el éxito de la película *Saturday Night Fever* y posteriormente *Grease*.

Así, en poco menos de dos años, este fenómeno se extiende como "boom ideológico" en el área de la cultura occidental y provoca multitud de movilizaciones aisladas que llevan a la fiebre por la "travoltomanía" expresada en escenas de histeria que superan las provocadas por los Beatles y los Rolling Stones en Inglaterra. Esto ocasiona desde declaraciones anatematizantes de la iglesia guatemalteca por las escenas alienantes y perversas para la juventud; concursos semanales de bailes "estilo Travolta" en las televisiones española, mexicana y centroamericana, tres semanas después de haberse estrenado la película *Saturday Night Fever*; inauguración de 12 mil discotecas y nuevas salas de baile en Estados Unidos y 500 en Italia en sólo dos años para aprender y disfrutar los ritmos modernos del nuevo astro juvenil; permanentes asaltos grupales de jóve-

nes quinceañeros que no han podido entrar en una de las miles de salas en las que se exhiben sus películas; modificación masiva de la arraigada moda juvenil de los *jeans* de algodón y el pelo desaliñado, para sustituirlo por las prendas de poliéster y nailon de trazos y colores agresivos, con zapatos altos, cinturón delgado, encajes, lentejuelas y maquillaje exuberante que permite nuevamente enseñar los senos, espaldas y piernas a las jóvenes; condecoración de su compañera Olivia Newton-John con la Orden del Imperio Británico en Inglaterra; saturación permanente de las discotecas de Santiago, México, Barcelona, Caracas, Lima, Tokio, Buenos Aires, Lisboa y Amsterdam (sólo en Italia, cada fin de semana, tres millones de personas de entre 15 y 40 años concurren a 3 500 discotecas); hasta una acumulación de ganancias netas de 4 mil millones de dólares en Nueva York por concepto de renta de discotecas y de 221 millones de dólares por la exhibición de las películas *Saturday Night Fever* y *Grease*; reproducción y consumo de millones de *posters* y camisetas con su imagen; ventas de más de 15 millones de ejemplares del disco "Fiebre del sábado" en sólo un año en Estados Unidos y más de 30 millones en el mundo; duplicación de las ganancias de las empresas mexicanas con sedes estadounidenses "Sears", "Topeka" y "Polydor", en la rama de ropa y discos por explotar la imagen del nuevo ídolo mundial.⁸⁸

Un caso más, que ilustra el impacto cultural que los aparatos de masas pueden lograr sobre la conciencia de su público, son las reacciones presentadas durante 1978 y 1979 en Alemania Federal y los principales países de Europa Occidental por el auditorio de la miniserie televisiva producida por la NBC denominada *Holocausto*. Ante un público de más de 420 millones de telespectadores de más de 29 países, que compraron la serie a un costo tan elevado en dólares que no tiene precedentes en la historia de la compra-venta de programas de TV, el judío-alemán Gerald Green narra detalladamente el proceso político-ideológico de exterminación de seis millones de judíos en la Alemania nazi de 1935 a 1945.

A más de treinta años de distancia de los hechos, el auditorio europeo, especialmente el alemán, desata fuertes manifestaciones de conmoción que van desde la imposibilidad de lograr un sueño tranquilo en buena parte de la población telerreceptora del programa, la consulta telefónica de más de 40 mil espectadores a la Central Federal para la Formación Política de Bonn sobre la veracidad de los hechos presentados, la organización de discusiones especiales sobre los distintos capítulos de la miniserie en más del 25% de las escuelas de toda Alemania Federal, la compra de tres millones y medio de ejemplares del libro después de haberse exhibido la serie en Estados Unidos, la colecta pública del semanario *L'Express* para financiar la presentación del telefilm en París, ya

que las autoridades francesas rechazaron la compra de los derechos de difusión por ser "muy caros", la dedicación de 18 páginas comentadas del periódico *Der Spiegel* cuando se televisó el primer capítulo en Alemania y de 15 páginas cuando se difundió el segundo programa, hasta el intento de suicidio frente al edificio de la TV en Colonia de un ex combatiente alemán que recuerda los crímenes cometidos contra el pueblo judío, "pintas" en calles y edificios de Madrid por la ultraderecha española denunciando que *Holocausto* es una "maniobra sionista que no relata la verdad", bombazos a la torre de transmisiones de la Central Radiofónica de Coblenza por transmitir la serie projudía, ataque de jóvenes neonazis a una escuela de Berlín Oeste para impedir la discusión del documental, presiones de varias embajadas para que no se transmita la miniserie en España, participación del jefe del gobierno alemán, Helmut Schmidt, en una discusión pública sobre las repercusiones del hecho en su país, y la declaración del embajador francés en Bonn afirmando que "la transmisión de *Holocausto* ha sido el acontecimiento político más importante en Alemania desde el fin de la Segunda Guerra Mundial".⁸⁹

Otro hecho que revela el enorme poder persuasivo de los aparatos de difusión de masas se observó a finales de enero de 1979, cuando de manera sorpresiva todos los sectores dominantes del Estado, la clase dirigente y la Iglesia Católica mexicana se coordinaron para generar el mayor movimiento de masas de que se haya tenido registro en las cuatro últimas décadas con el fin de recibir al papa Juan Pablo II en su visita a México.

Una portentosa campaña propagandística generada por los sectores monopólicos de la economía mexicana se desató a través de los diversos medios de difusión. Los resultados: la formación de una valla humana de 8 km para aclamar al visitante con el grito de "¡Viva el Papa Wojtyla!", "¡Viva el Vicario de Cristo!", "¡Viva México!", "¡Viva Cristo Rey!", pago de 300 pesos para ver el paso del Pontífice desde las azoteas de diversos edificios; despliegue de cien mil elementos de seguridad para proteger su vida; seguimiento por televisión de 50 millones de personas para recibir su bendición; multitudes de cinco millones en el Distrito Federal, de un millón en Oaxaca, de dos millones en Guadalajara y de un millón en Monterrey para ver al Papa celebrar misa, acompañarlo en sus distintos recorridos o despedirlo al partir de cada ciudad; ventas por varios millones de pesos en carteles, medallas y libros con la imagen del Papa, así como por grabaciones y discos con las misas y discursos pronunciados.⁹⁰

Un hecho menos relevante, pero que también contribuye a demostrar el poder persuasivo que poseen los aparatos de difusión, se registró a principios de 1980, cuando la estación radiofónica WPFW, propiedad de la cadena Pacific Broadcasting Company con sede en California,

irrumpe su programación la mañana del 30 de abril con ruidos de sirenas y gritos que anuncian un ataque nuclear a Estados Unidos. En un clima de tensión internacional entre Norteamérica, Irán y el bloque soviético, dicha información hace creer que Estados Unidos es agredido como respuesta al fallido intento de rescatar los rehenes estadounidenses de la embajada iraní.

Las reacciones no se hacen esperar y el pánico cunde rápidamente por varias ciudades del sur de Estados Unidos provocando refugios masivos en los sótanos de los edificios con instalaciones antinucleares. Otros grupos se apresuran a llamar y buscar a sus familiares y amigos creyendo inminente la destrucción de la ciudad de Washington. Otros más, subieron a las azoteas esperando localizar la dirección de la nube nuclear para poder salvarse de sus efectos.⁹¹

Por último, el poder de seducción cultural que ejercen los aparatos de difusión sobre el campo de conciencia de los agentes sociales, vuelve a resaltar cuando un estudio efectuado por auspicios del Departamento de Salubridad de Estados Unidos, revela en 1972 que la violencia presentada por la televisión conduce a un incremento del comportamiento agresivo, aunque debe subrayarse que esto se produce muy probablemente sólo en niños predispuestos a ella, pues depende de factores externos como "niveles preexistentes de agresión, factores implícitos en la personalidad y diversos aspectos de actitudes y comportamientos deficientes de los padres".⁹² En ese mismo año, un estudio realizado en Caracas por el poeta colombiano Jaime Tello denominado "Algunas peculiaridades del castellano en Venezuela" demuestra que a raíz de la influencia que ha ejercido el idioma inglés difundido por la radio, televisión, prensa y cine nacional sobre el idioma regional, éste se ha deformado. Las principales mutaciones consisten en la producción de esdrújulas y plurales incorrectos, pleonasmos y neologismos, así como el incorrecto uso de las preposiciones "de" y "a" en casi todos los sectores.⁹³

Por otra parte, la práctica comercial que se desarrolla en 1967 en Puerto Rico evidencia que el poder de la radio es tan notorio que la Compañía de Correos de Ponce, para convencer a los habitantes de la ciudad sobre las ventajas que encierra el poseer una casilla postal, invirtió 20 mil dólares en una campaña de difusión sobre dicho servicio. En poco menos de siete semanas, sin haberse promovido en otros medios, el porcentaje de adquirentes se elevó del 24% al 80% del total de la población.⁹⁴ Para ratificar esto podemos recordar que, en junio de 1976, un grupo de jefes de programación musical de radiodifusoras, ejecutivos de empresas disqueras y cantantes declaró que el gusto musical en México es inducido por las empresas radiofónicas. A dichas empresas no les interesa la calidad y el tipo de tema que lanzarán. Lo verdaderamente importante es que se venda. Tal es el caso del conjunto

“Acapulco Tropical”, el cual se impuso en las clases populares mediante un vasto proyecto de difusión masiva.⁹⁵

Esta desmedida influencia de los medios se muestra cuando la tradicional y férrea disciplina del Japón se quiebra en los salones de clase de las escuelas secundarias de Osaka, debido a la negativa influencia de las escenas de violencia que trasmite la TV. Derivado de esto se constata que en 1972 se cometieron más de 1 800 casos de transgresión escolar que van desde “levantamientos escolares” y aprehensión de maestros, hasta la destrucción de las aulas.⁹⁶ El poder persuasivo de la TV se evidencia cuando en 1977 el niño estadounidense Ronnie Zamora, de 15 años de edad, es declarado culpable de robo y asesinato debido a que, imitando un programa de televisión, despoja y victima a otra persona; o bien cuando en septiembre de 1978 en las playas de San Francisco, cuatro niños de diez a 15 años de edad violan a una niña de nueve años con una botella de cerveza, siguiendo el ejemplo del film *Nacida Inocente* transmitido por la NBC cuatro días antes en una serie infantil.⁹⁷ También en México hay ejemplo de esta influencia: la empresa Televisa, mediante la trasmisión de una telenovela llamada “Ven Conmigo”, logró que en 1978, 750 mil adultos analfabetos acudieran a inscribirse en los Sistemas Abiertos de Educación para recibir instrucción básica (Covarrubias, s/f, pág. 23).

Esto vuelve a constatarse cuando en abril de 1979 un estudio realizado en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Pensilvania comprueba que las personas que ven televisión regularmente tienen una imagen más pesimista del mundo que las que no han contraído el hábito de ver televisión. Las primeras desarrollan un miedo exagerado por su propia seguridad y creen que todos los demás son profundamente egoístas, y por ello se hacen muy aprensivos y temerosos. Esto se debe a que tienden a describir el mundo tal como lo ven en la pequeña pantalla y no como lo perciben a través de su contacto social concreto.⁹⁸ O bien, cuando en ese mismo año la conducta insurreccional que promueve la televisión inglesa requiere ser controlada por el Estado mediante un nuevo reglamento oficial que limita toda presentación de escenas violentas ante la opinión pública inglesa.⁹⁹ Finalmente, encontramos otro ejemplo en mayo de 1979, cuando la cadena estadounidense ABC descubre que su serie semanal denominada “Tres es compañía”, en la que se presenta a dos mujeres y un hombre que comparten un mismo piso, ha influenciado y avalado inconscientemente el que un gran número de jóvenes hayan hecho de los tríos mixtos una forma de vida. Aunque estas combinaciones maritales son poco ortodoxas y asimilables por la moral occidental, se palpa también que “gracias a la serie de TV, ahora es más aceptable socialmente vivir en grupos de tres”.¹⁰⁰

Pero este conjunto de hechos alusivos al poder de movilización eco-

nómico-cultural que desarrollan los aparatos de difusión de masas, no significa que posean un poder omnipotente y absoluto para convertir en dominante cualquier discurso emitido a través de ellos. Significa que cuando la gama de discursos transmitidos por los aparatos de difusión de masas encuentran condiciones psicológicas favorables en los agentes sociales receptores, éstos los asimilan con el mismo signo y sentido con que son emitidos y producidos. No debemos olvidar que "el receptor es pasivo pero no neutro ni socialmente virgen. Éste practica su propio procesamiento de lo que los medios le ofrecen de acuerdo con su propia experiencia y su inserción social [. . .] Esta credibilidad aumenta cuanto más alejada está de la experiencia social del receptor. La comprobación se hace particularmente importante y grave en el terreno de la información internacional, ya que en este caso el receptor no dispone de los mecanismos de control de veracidad y verosimilitud que su experiencia social le proporciona cuando se trata de información local. Es incierto que un lector latinoamericano acepte a fardo cerrado lo que las agencias transnacionales de noticias afirman sobre su propio país, pero ¿cómo dudar de la imagen que le proporcionan de Kadafi?" (Roncagliolo, 1977, págs. 5-6).

Por otra parte, cuando las informaciones vehiculizadas por los aparatos de difusión de masas son contrarias a la experiencia vital concreta de los agentes sociales dentro de la estructura y relaciones de clases en las que se desenvuelven, son radicalmente rechazados por su campo de conciencia. Así se explica el frecuente fracaso de las "prensas oficiales", ilustrado por la trayectoria del general Juan Domingo Perón en la Argentina, quien es elegido con toda la "gran prensa" en su contra en 1946 y contra parte de ella en 1973, y derrocado con toda la prensa a su favor en 1955. O también, cuando en julio de 1979 el general Anastasio Somoza es derrocado por el Frente Sandinista de Liberación Nacional en Nicaragua, no obstante controlar y dominar durante más de treinta años la estructura y dinámica vertical del aparato de la cultura nacional.

En este sentido, podemos afirmar que aunque las formas, condiciones y causas que provocan que los agentes sociales asimilen o rechacen las ideologías que transmiten los aparatos de difusión de masas, son temas prácticamente abandonados por el análisis marxista, se alcanza a distinguir la existencia de una relación directa entre el grado de internalización de los discursos de los aparatos de masas y las condiciones concretas en las que vive el receptor: a mayor relación del mensaje con las circunstancias materiales del receptor, mayor grado de aceptación de los paradigmas cognitivos que transportan; y a menor relación de las significaciones con las condiciones históricas que viven los individuos, menor grado de consentimiento de las directrices culturales que difunden.

En conclusión, si bien es cierto que la dinámica de inculcación ideo-

lógica que posee el aparato educativo es cualitativamente superior al proceso de socialización que ejerce el aparato de difusión de masas, también es cierto que su margen, constancia y flexibilidad de inculcación y movilización cultural son inferiores a los que practica el aparato de la cultura de masas. De aquí que la labor de persuasión que desempeñan los medios los convierta en los principales aparatos de socialización y consenso con que cuenta el estado capitalista contemporáneo.

La prolongación de la sociedad civil

Otra especificidad más que contribuye a convertir a los medios de difusión de masas en los principales aparatos de hegemonía del capitalismo contemporáneo y que quizá es el argumento más contundente, es su capacidad histórica para prolongar y ejecutar gran cantidad de funciones politicoculturales que son propias de otros aparatos ideológicos que coexisten simultáneamente al interior de la superestructura de la formación social. Es decir, atraídas por las propiedades fisicomateriales que históricamente ha ido conquistando el aparato global de la cultura de masas (amplio radio de acción ideológico, temprana y asidua multisocialización del campo de conciencia de los agentes sociales, gran capacidad de legitimación continua y acelerada, y enorme poder de formación del consenso y de movilización de los agentes sociales), éstos quedan atravesados, en un primer nivel, por el conjunto de intereses de las diferentes clases y fracciones de clases que coexisten al interior de la formación economicosocial, especialmente aquellas que componen el bloque en el poder. Pero además, en un segundo nivel, seducidas por los mismos atributos anteriores, también son atravesadas por la prolongación de algunas de las distintas funciones ideológicas que desempeñan los diversos aparatos culturales que producen la conciencia social.

Esta superioridad de los medios, dentro de la amalgama de aparatos ideológicos con que cuenta la clase en el poder, no sólo es reconocida por el análisis sociológico de corte crítico, sino con mucha anticipación es descubierta y utilizada por la misma práctica cultural que desarrollan el conjunto de fracciones de clases en el poder. Esto significa que la red cultural que sostiene a cada aparato ideológico, gobernado y orientado por alguna o la suma de las clases dirigentes, no sólo recurre a su propio subsistema cultural (sea el escolar, el de iglesias, el de partidos políticos, el de organizaciones jurídicas, etcétera) para imponer su ideología particular como ideología nacional, sino que en la actualidad, cada conjunto de instituciones ideológicas, cualquiera sea su naturaleza, recurre a los medios de difusión masiva como extensiones superestructurales que reproducen en escala ampliada su específica tarea cultural.

En esta forma, todos los aparatos ideológicos del estado contemporáneo, con distintos grados, estrategias y enfoques de clase, utilizan a los medios de masas como prolongaciones técnicas de las particulares funciones culturales que deben realizar. Así, encontramos que:

a) El aparato ideológico escolar utiliza a la TV como continuación de su acción "educativa" y da origen a la tele-educación dominante; recurre a la radio como ampliación de su práctica "formativa", dando vida a la radio-educación burguesa; al cine como reforzamiento de su tarea pedagógica mediante la educación audiovisual, etcétera.

Esta tendencia cultural se ha destacado en tal forma entre el resto de las tareas ideológicas que se realizan al interior del aparato de la cultura de masas, que han marcado el surgimiento de una nueva función cultural, de importancia vital para el proceso de reproducción de la formación social: su contribución a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.

b) Los aparatos ideológicos sindicales y los aparatos culturales de orden político, aprovechan las técnicas e instituciones de difusión masiva para irradiar colectivamente sus respectivos discursos de clase sobre un margen de población más amplio, que sus propios subsistemas culturales, por sí mismos, no les proporcionan. Con ello incrementan su competitividad cultural, lo que les permite participar en condiciones políticas más favorables en la lucha por la creación y dirección de la opinión pública o del consenso social. Así se observa que, por ejemplo, ante la nueva elección de diputados de la ciudad de México en 1979, los siete partidos políticos registrados, inclusive los de registro condicionado (Partido Comunista Mexicano, Partido Demócrata y Partido Socialista de los Trabajadores), prolongaron sus actividades de proselitismo político a través de la radio y TV nacionales. Dicho trabajo cultural es a tal grado eficaz que un estudio realizado sobre una muestra representativa de la población del Distrito Federal expuesta al impacto de los medios, revela que el 50.7% de los habitantes sí reciben la información que envían los partidos mencionados. Dentro del sector que lo percibe el 77.4% lo obtiene por medio de la TV y el 22.6% restante por medio de la radio.¹⁰¹

Esta situación de prolongación cultural de los partidos políticos a través del aparato de cultura de masas, es cada vez más un recurso de poder indispensable para los sectores dirigentes en la medida en que la fase avanzada del capitalismo monopolista se encuentra en una cada vez más creciente crisis política. Es decir, aunque anteriormente

los partidos se constituían en aparatos ideológicos de primer rango al elaborar y transmitir, en lo esencial, un discurso fundamentado en la voluntad general que cimentaba las instituciones de la democracia representativa y garantizaban el estado de derecho (el caso de los partidos fascistas es diferente); en la actualidad la administración se erige en organizador político

principal y en verdadero partido de las clases dominantes, destinado a asimilar también a las masas populares: la hegemonía del capitalismo monopolista multinacional dentro de la alianza en el poder está vinculada indudablemente a esta usurpación. La administración representa el lugar de la toma de decisiones; se dirige directamente a los diversos grupos socio-profesionales por encima de los partidos, al favorecer un neocorporativismo y un neoclientelismo vertical.

De ahí la crisis de representatividad de los "partidos de poder" en las clases y grupos que representan, tanto más cuanto que la legitimación pertenece también a la administración por una mutación acelerada de la soberanía popular en soberanía estatal [. . .] Esta crisis institucional atañe en primer lugar a las formaciones que participan de manera regular en el gobierno y, entre ellas, a los partidos de la social-democracia. Su acceso al poder en Alemania o en Gran Bretaña no sólo deja de representar una alternativa política real, sino además, aunque no se les pueda asimilar a simples reproducciones de la derecha, los ciudadanos no consiguen operar una elección claramente diferenciada entre unas élites dirigentes intercambiables [. . .]

En cuanto a los demás partidos socialistas y eurocomunistas, alejados del gobierno, también sufren las consecuencias: la legitimación plebiscitaria y la personalización del poder refuerzan su carácter burocrático tradicional, y por lo tanto, incitan a su dirección a utilizar a los medios de comunicación de masas para alinear a la base (Poulantzas, 1979b, pág. 32).

c) En lo que se refiere al empleo de los aparatos de masas por los sistemas de iglesias, encontramos que éstos también dependen del aparato global de comunicación-información para alcanzar nuevas posiciones hegemónicas que su red tradicional de inculcación religiosa (sermón dominical, catequesis de pequeños grupos, trabajo en células de base, etcétera), no puede conquistar. Es por ello que hace ya varias décadas la Iglesia Católica de Occidente creó su propia infraestructura de difusión ideológica a través de *Radio Vaticano*. Desde ésta no sólo desempeña una amplia labor de propaganda religiosa, sino también una ofensiva política en los términos que cada correlación de fuerzas le exige. Por idénticos motivos, al celebrarse el Congreso Eucarístico Nacional de Sevilla, en agosto de 1968, el comité organizador utilizó la radio para que el papa Pablo VI pronunciara su discurso de clausura.¹⁰² Persiguiendo los mismos fines, la Comisión Episcopal Mexicana hizo las gestiones para utilizar la televisión como instrumento de difusión de todas las actividades realizadas por el papa Juan Pablo II en su viaje por la inauguración de la Tercera Conferencia Episcopal Latinoamericana (Celam), especialmente, la celebración de la misa solemne oficiada en la basílica de Guadalupe, transmitida a un auditorio potencial de 450 millones de personas.¹⁰³

En virtud de que la Iglesia Católica "no tiene suficientes medios para llegar al grueso de la población", el cardenal peruano Juan Landázuri,

representante de la Comisión de Estudios de la tercera Celam, solicita para América Latina la creación de un canal propio de comunicación social (TV, radio y prensa) que sea "la voz de los pobres y desposeídos de la región, aun con los riesgos que esto implica". Dichos medios serán trascendentales en la "evangelización de las grandes masas de latinoamericanos que todavía hoy están sumidos en la pobreza, en la marginalidad, en la injusticia y en la ignorancia de Dios".¹⁰⁴ Reiterando esta posición, la directora del Departamento de Comunicaciones Sociales del Consejo Episcopal Latinoamericano (Decos-Celam), declara que en esta época no se puede evangelizar sin utilizar los medios modernos de comunicación como son la prensa, la radio, la TV y el cine.¹⁰⁵

Por último, en lo que se refiere a la importancia y el uso que la iglesia latinoamericana debe darle a los aparatos de difusión de masas en los próximos años, la tercera Celam concluye que:

1. Urge que la Jerarquía y los agentes pastorales en general conozcan, comprendan y experimenten más profundamente el fenómeno de la *comunicación social*, a fin de que adapten sus respuestas pastorales a esta nueva realidad e integren la comunicación en la Pastoral de conjunto.

2. Para ser *efectiva la articulación* de la Pastoral de la comunicación con la *Pastoral orgánica*, es necesario crear donde no existe, y potenciar donde la hay, un departamento u organismo específico (nacional y diocesano) para la comunicación social e incorporarlo en las actividades de todas las áreas pastorales.

3. La tarea de formación en el campo de la comunicación social es una acción prioritaria. Por tanto urge *formar* en este campo a todos los *agentes de la evangelización*:

—Para los aspirantes al sacerdocio y a la vida religiosa es necesario que esta formación se integre en los planes de estudio.

—Para los *sacerdotes, religiosos, agentes pastorales* y para los mismos responsables de los organismos nacionales y diocesanos de Pastoral social, es necesario programar procesos de formación permanente.

—Especial atención merecen *los profesionales* de la comunicación y una formación más adecuada los que cubren la información religiosa.

4. Cada iglesia particular, dentro de las normas litúrgicas, disponga la forma más adecuada para introducir en la *Liturgia*, que es en sí misma comunicación, los recursos de sonido e imagen, los símbolos y formas de expresión más aptos para representar la relación con Dios, de forma que se facilite una mayor y más adecuada participación en los actos litúrgicos.

5. *Educar al público receptor* para que tenga una actitud crítica ante el impacto de los mensajes ideológicos, culturales y publicitarios que nos bombardean continuamente con el fin de contrarrestar los efectos negativos de la manipulación y de la masificación.

Se recomienda a los organismos eclesiales continentales (UNDA, OCIC, UCLAP) dedicar una especial atención a la formación del público receptor así como de las personas mencionadas en el número 106.

6. Sin descuidar la necesaria y urgente presencia en los medios masivos, urge *intensificar los Medios de Comunicación Grupal* (MCG) que, además de ser menos costosos y de más fácil manejo, ofrecen la posibilidad del diálogo y son más aptos para una evangelización de persona a persona que suscite una adhesión y compromiso verdaderamente personales.

7. La Iglesia, para una mayor eficacia en la trasmisión del mensaje, debe utilizar un *lenguaje* actualizado, concreto, directo, claro y a la vez cuidadoso. Este lenguaje debe ser cercano a la realidad que afronta el pueblo, a su mentalidad y a su religiosidad de modo que pueda ser fácilmente captado, para lo cual es necesario tener en cuenta los sistemas y recursos del lenguaje audiovisual del hombre de hoy.

Recomiéndase un esmerado manejo del sonido en los lugares de culto.

8. La Iglesia, con el fin de iluminar con la luz del Evangelio el acontecer cotidiano y acompañar al hombre latinoamericano sobre la base del conocimiento de su quehacer diario y de los acontecimientos que influyen sobre él, debe tener *canales propios de información y de noticias* que aseguren la intercomunicación de nuestras iglesias y su diálogo con el mundo. Esto es tanto más urgente cuanto que la experiencia muestra las continuas distorsiones del pensamiento y de los hechos de la Iglesia, por parte de las agencias.

9. Conocida la situación de pobreza, marginalidad e injusticia en que están sumidas grandes masas latinoamericanas y de la violación de los derechos humanos, la Iglesia, en el uso de sus "*Medios*" *propios*, debe ser cada vez más *la voz de los desposeídos*, aun con el riesgo que ello implica.

10. Las limitaciones que hemos tenido en el continente nos fuerzan a ratificar el *derecho social a la información* con sus correlativas obligaciones dentro de los límites éticos que impone el respeto a la privacidad de las personas y a la verdad. Estos principios son válidos al interior de la Iglesia, la cual debe recibir con humildad las críticas aun injustas.

11. La presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación social exige importantes *recursos económicos* que deben ser provistos por toda la comunidad cristiana.¹⁰⁶

Finalmente, uno de los hechos que comprueban no sólo el interés que muestra el aparato religioso para proyectarse a través del aparato de la cultura de masas, sino también el grado en que reconoce y emplea su eficacia histórico-social para ejecutar sus tareas ideológicas, es la aceptación de otorgar "validez de recepción" a dos de sus principales rituales, transmitidos por TV durante la visita del papa Juan Pablo II a México en enero de 1979: la participación en la ceremonia de la misa y la recepción de la bendición papal.

Dado que la Iglesia Católica centra su máximo rito ideológico en la celebración del oficio eucarístico, los beneficios "espirituales" que se

obtienen de ésta siempre han sido cuidadosamente administrados por la jerarquía eclesiástica. Sin embargo, ante la imposibilidad de reunir en un mismo espacio físico a los millones de agentes sociales que desean participar en la liturgia cristiana que celebra Karol Wojtyla, la Iglesia mexicana modifica su modalidad tradicional y recurre al aparato televisivo para distribuir a un alto número de fieles los beneficios de la bendición papal. Es decir, el aparato religioso apela a los medios no sólo para legitimarse periódicamente a través de la difusión de su imagen, sino que también mediante éstos realiza sus funciones ideológicas.

En cuanto a los aparatos ideológicos de tipo jurídico, organizaciones gremiales o profesionales, fundaciones culturales, etcétera, también ellos tienden a emplear los medios como instrumentos de propagación masiva de su producción cultural. Con ello, pueden luchar por conquistar y conservar diversas posiciones del consenso que les permite existir y reproducirse como dominantes por vía de la acción ideológica.

Por ejemplo, en 1978, se observa en Washington que el aparato judicial estadounidense en colaboración con la Fundación Ford y la Asociación Nacional de Padres de Familia, aprovechan las series policiales para enseñar a los niños del país las características del aparato judicial de Estados Unidos. De esta forma los niños no solamente obtienen entretenimiento, sino que ahora tendrán que tomar nota de lo que sucede para discutir al día siguiente en clases los derechos constitucionales, el respeto a la ley, la propiedad privada, el mantenimiento del orden civil, etcétera.¹⁰⁷

En relación al aparato militar, también resaltan las operaciones políticas que éste ha realizado para aprovechar las ventajas que le ofrece el aparato de la cultura de masas. Es decir, aunque opera fundamentalmente a partir de la acción represiva, aun así no ha podido desconocer los avances políticos que ha introducido en la esfera cultural el vertiginoso desarrollo tecnológico de los medios de difusión de masas.

Es más, para legitimar, en algunos casos, y para efectuar, en otros, sus acciones represivas, el aparato militar se ha visto obligado a proyectarse a través de los aparatos del consenso de masas. Es por ello que, por ejemplo, después de haber sido tomada la embajada estadounidense en Teherán en noviembre de 1979, el Ayatollah Jomeini da instrucciones al segundo comandante de las fuerzas militares de la revolución iraní, Alí Jamenei para que utilice la TV local con el fin de adiestrar militarmente a 20 millones de jóvenes musulmanes y forme 22 comandos de ataque que puedan luchar en la guerrilla. Con esto aumenta la seguridad nacional de Irán frente al sorpresivo ataque estadounidense que intentó liberar a los diplomáticos presos en su embajada.

Esto mismo se observa en el caso de México y la mayor parte de los países latinoamericanos, donde el ejército emplea la TV, la radio y la

prensa para transmitir desfiles militares o para difundir la ceremonia de jura de la bandera por los nuevos miembros del servicio militar. Mediante estos hechos y otros más, se actualiza anualmente, en tiempos de paz, la expresión de fuerza que ha conquistado el sector militar frente a la población civil, lo que consolida en el fondo su hegemonía como fracción de poder.¹⁰⁸

En otro orden, también destaca el uso que el Ejército y el Departamento de Policía y Tránsito de la ciudad de México realizó de los medios de difusión de masas para reclutar, durante el segundo semestre de 1979, a los nuevos aspirantes a ingresar a sus filas. Con los mismos fines la "Heroica Escuela Militar Nacional" utilizó la radio y televisión para difundir su propaganda de alistamiento de aspirantes durante los primeros meses de 1980 en el Distrito Federal.

De esta manera, los medios de difusión masiva son empleados por el conjunto de aparatos de poder y aparatos ideológicos del estado moderno, como prolongaciones técnicas de naturaleza colectiva de sus diversas y singulares tareas hegemónicas. Esta realidad significa que en la actualidad los medios de difusión de masas se han convertido en un vértice histórico del conjunto heterogéneo de aparatos ideológicos dominantes del estado capitalista o de la sociedad civil. Así, según sea la particular estructura de poder de cada medio y de acuerdo con la coyuntura política por la que atraviesan, a través de los medios de difusión se canalizan y reflejan las diversas tendencias culturales fundamentales del bloque de fracciones de clases que gobiernan la formación social.

Esto los ha convertido en los principales aparatos de creación de consenso expuestos al mayor grado de contradicciones secundarias (antagonismos internos de la clase dominante) de toda la sociedad civil. Es por ello que, aun en tiempos de dictadura donde la autonomía relativa de la superestructura cultural se reduce sustancialmente

los *media* y los mensajes de la cultura de masas, por sus proposiciones democratizantes y "pluriclasistas" son hoy de hecho, junto con la institución eclesiástica, uno de los pocos terrenos en los que, a pesar de la censura, aún se pueden expresar públicamente las contradicciones sociales. La plataforma de los *media* (televisión, prensa, radio), los cuales, sin censores, sin partidos, sin parlamento, deben proporcionar a la dictadura militar su "intelectual orgánico" para salir de la crisis, se enfrentan al mismo tiempo con el peso de las formas de organización del poder legadas por el estado liberal y con todas las fisuras que existen entre las operaciones de la propaganda y la acción metabólica de la ideología.

[Ante] la necesidad de terminar con las contradicciones existentes en el seno de los medios, la dictadura incita el desarrollo de una producción cada vez más coherente con la regresión fascista, y dentro de los programas importados, favorece la selección de aquellos que son más compatibles con

los valores y las actitudes promovidas por el proyecto de militarización de los generales y los esfuerzos por subsanar la vida política y moral. El incremento en la TV de programas deportivos, juegos y telenovelas melodramáticas producidas por el país e importados de otras naciones latinoamericanas (la producción de estas telenovelas se ha duplicado o triplicado en estos últimos años, y cada vez más países las realizan), es un indicio de la necesidad sentida por aceptar el desafío. Resulta paradójico el que en estos países, bajo la mirada total de las multinacionales, se manifieste tanto la necesidad de nacionalizar, en pleno periodo de internacionalización del capital, los contenidos de la cultura encargada de juntar las mentes alrededor del modelo de desarrollo implementado por el gran capital internacional (A. Mattelart, 1978, págs. 23-25).

De aquí que, en última instancia, el análisis de la función ideológica que ejercen los aparatos de difusión de masas revele las principales posiciones de poder cultural que ocupa el sector dirigente nacional y transnacional en el proceso de construcción de la hegemonía social. Por lo tanto, a través del estudio de éstos se refleja qué clase o fracción de clase desempeña la vanguardia en la elaboración de la dirección moral de la sociedad civil contemporánea y, en consecuencia, cuál sector impone la dinámica de la construcción de la "voluntad colectiva" que requiere la formación social capitalista para su reproducción.

Su permeabilidad al proyecto dirigente

Otra factor más, derivado de la forma de organización monopólica de la cultura en la sociedad capitalista, y que contribuye a instituir a los aparatos de difusión en los principales aparatos de hegemonía de la clase en el poder, es su gran capacidad de permeabilidad participativa que ofrecen a las diversas fracciones de la clase dominante. Es decir, mientras la iglesia, la escuela, los sindicatos, la familia, etcétera, son instituciones de hegemonía que siguen la tendencia a expresar básicamente los intereses de una sola fracción de la clase dirigente, que es la que les da vida, los medios de difusión de masas están expuestos a un mayor grado de lucha intraclases dominantes que el resto de los aparatos ideológicos del estado capitalista contemporáneo.

Esto significa que en una formación capitalista dependiente tanto la burguesía comercial, como la industrial, la financiera, o la burocrática, nacional o foránea, encuentran un gran margen de participación superestructural a través de los aparatos del consenso masivo para construir su hegemonía, necesaria para legitimarse y existir. Esto se debe a que, una vez instalada la infraestructura material que soporta el proceso de difusión masiva (instalación de los emisores, conquista de un auditorio cauti-

vo, ampliación de su cobertura de difusión masiva, etcétera), lo único que requieren estas fracciones de clase para transmitir e inculcar masivamente su ideología dominante es adquirir tiempo o espacio de difusión (según sea la naturaleza del medio) para vehiculizar sus intereses particulares de clase e imponerlos como necesidades generales y prioritarias del conjunto social.

Esta capacidad de permeabilidad no se da con la misma facilidad para la clase dominante en el resto de los aparatos ideológicos de Estado. Aunque es cierto que los aparatos de hegemonía reflejan un conjunto de intereses de clases y fracciones de clases, también es cierto que cada aparato, según sea su constitución histórica, responde, con mayor o menor fuerza, a una tendencia de clase guía que es la que imprime el carácter básico de la función estructural que debe desempeñar.

Ello quiere decir que el sistema de escuelas, de familias, de iglesias, de partidos políticos, de sindicatos, etcétera, responden con mayor énfasis a la clase que históricamente le da vida, y en cierto grado reducen o subordinan la participación de otras fracciones de clase añadidas a los intereses de la tendencia dominante. Esto no sucede con los medios masivos como aparatos ideológicos del Estado, puesto que en la actual estructura de dominación cultural, su altísimo costo de funcionamiento (especialmente de los electrónicos), requiere la participación económica y, por consiguiente, política y cultural, de todas las fracciones de la clase dominante, nacional y extranjera, para mantenerlos en operación.

Es esta situación la que los convierte en aparatos de hegemonía permeables a todas las fracciones de la clase dominante, lo cual significa la participación de toda la clase dirigente, local y foránea, en el proceso de construcción y readaptación masiva de la superestructura de legitimación social, en función de los diversos intereses de existencia y reproducción de los distintos tipos de capital que soportan la estructura social. En consecuencia, a través de la función que éstos desempeñan se refleja la principal correlación de fuerzas que se establece entre las diversas fracciones de la clase dominante, que participan al interior de la sociedad civil del bloque histórico capitalista.

Esta vinculación dependiente de los aparatos de difusión de masas con todas las fracciones de la clase hegemónica, los eleva al rango de aparatos ideológicos principales dentro del actual momento de evolución del capitalismo mundial.

Su hermetismo de acción al programa proletario

Por último, una realidad más, también derivada de la forma de organización de la cultura en la sociedad capitalista, que impone a los medios

dominantes de difusión masiva como los principales aparatos de hegemonía de la formación capitalista, es su fuerte grado de impermeabilidad hacia la participación de los intereses de los sectores subalternos. Es decir, con el fin de conservar el equilibrio que requiere el reino del capital, los dirigentes, a través de sus acciones directas o mediante la intervención adecuada del estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su programa integral de crecimiento y sujetamiento social, al sistema global de comunicación-información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. Dentro de estos últimos, prioritariamente monopolizan a los técnicamente más avanzados, puesto que son los que les ofrecen el mayor poder de creación de consenso.

Ello significa que, debido a que la opinión pública que crean los medios de difusión, además de ser el vínculo que cohesiona psicológicamente a los distintos individuos de las diversas clases sociales de los múltiples modos de producción que coexisten en el mismo tiempo y espacio histórico de la formación social, es también "el contenido político de una voluntad política que puede ser discordante" (Portelli, 1974, pág. 31); la clase gobernante debe mantener el control de los mismos, ya que esto le representa una condición indispensable para conservar su equilibrio autoritario. Por ello, con 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 (Portelli, 1974, pág. 31).¹⁰⁹

Esta determinación en última instancia de los aparatos de comunicación de masas por la clase en el poder, ha variado históricamente según han sido las fases de desarrollo por las que ha atravesado el capital monopolista, pero básicamente en su etapa transnacional quedan determinados por las siguientes variables de poder:

El condicionamiento estructural

La intervención de la clase dirigente local o foránea convierte a los medios de difusión de masas en sus principales aparatos de conducción cultural en los momentos del "equilibrio hegemónico"; esto no se realiza en forma automática y directa, sino por intermedio del sometimiento de los siguientes factores primarios que determinan su naturaleza

dominante: la propiedad de los medios, el financiamiento económico de los mismos, su desempeño como industrias culturales, y su marco jurídico de actuación.

A partir del condicionamiento de dichas variables estratégicas, se sobredetermina el carácter de clase de numerosos factores secundarios que contribuyen a definir la función cultural que éstos ejercen, a través de su producción, difusión e inculcación discursiva. Entre las principales causas secundarias sobresalen:

A nivel de la producción del sentido:

- a) El control de los ideólogos o profesionales que elaboran el discurso dominante.
- b) El subordinamiento de la forma y contenido de las significaciones que se producen.

A nivel de circulación de la significación:

- a) La determinación del tipo de discurso que se emite.
- b) La dirección y velocidad de vehiculización cultural: sometimiento generalmente monopólico de las agencias trasmisoras de información.
- c) El gobierno privado de la tecnología comunicativa que se emplea para la irradiación cultural.

A nivel del consumo discursivo:

- a) La dinámica de infusión cultural que se ejerce entre el emisor y receptor.¹¹⁰

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 dominante: oligárquico-nacional y transnacional. Se convierten así en los aparatos culturales que vigilan la conservación y reproducción superestructural de las relaciones de explotación imperiales y de las condiciones de explotación regionales.¹¹¹

Aunque ambos intereses afectan, en mayor o menor grado, la estructura de poder de los medios, unos y otros se caracterizan por mantener sobre éstos diversas vinculaciones de dominio, más o menos estrechas,

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 factor que determina prioritariamente la función ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas es su propiedad jurídica, pues a través de ella el propietario obtiene el derecho de usar, gozar o disponer ampliamente de los medios, según sean sus intereses y necesidades de existencia y renovación material.

Mediante el gobierno legal que se ejerce sobre el medio,¹¹² el dueño obtiene la facultad de orientar su función cultural hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales que, generalmente, coinciden con los intereses que movilizan a la clase en el poder. Esto se debe a que, en términos generales, la propiedad de los transmisores, especialmente de los tecnológicamente más avanzados, está condicionada a la inversión de un fuerte capital inicial.

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 grupo, 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 las de los intermediarios de los grupos de dominación extrema 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 (Martínez Terrero, 1975, pág. 9).

El monopolio de los canales de difusión por parte de un pequeño grupo hegemónico, permite que los “medios de información y comunica-

ción 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 televisión, dondequiera que son, han sido la 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" (Miliband, 1976, pág. 219).¹¹³

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 consumo de los bienes 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 mismos, 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 (Miliband, 1976, pág. 220).

En esta forma, a través del control legal que la clase en el poder ejerce sobre la propiedad de los canales de trasmisión, éstos se convierten en sus principales aparatos de dominación ideológica, a través de los cuales se realiza la 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 la otra impide, en los sectores subalternos, el surgimiento de una conciencia de clase para sí que cuestione, 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 transnacional. Esto ocasiona que la administración y el aprovechamiento de los mismos se ejerza en función a las necesidades privadas de

conservación y reproducción de las relaciones sociales que le dan vida como motor de la historia.

Su desempeño como industrias culturales

Otro factor más que, derivado del tipo de posesión jurídica que se detenta sobre los medios, condiciona la práctica cultural que desarrollan los aparatos de comunicación de masas en la formación social capitalista 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 los medios,¹¹⁴ 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.

Aprovechando, en algunos casos, 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 tienden a la producción y acumulación de capital mediante la explotación de la fuerza de trabajo asalariada que labora dentro de los mismos y el encarecimiento de la mercancía-información que elaboran en su proceso de producción cultural.

Es precisamente esta última modalidad la que, por su naturaleza netamente comercial, los convierte en un instrumento de acumulación de capital. Simultáneamente, esto mismo los transforma, en la mayor parte de las superestructuras culturales actuales de la sociedad capitalista contemporánea, 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 sus ventajas materiales, deben invertir una alta cuota de capital variable (véase tabla 3.5).

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 los encontraremos

Tabla 3.5. Costos de participación de los sectores sociales estadounidenses en TV, radio, revistas y periódicos (1970 y 1977).

<i>Unidad publicitaria</i>	1970 (dólares)	1977 (dólares)
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

Nota: Estas cifras son promedios; los programas y las publicaciones individuales pueden ser radicalmente diferentes (ver Fajen, 1979, pág. 74).

FUENTE: "Annual Review of Media", *Media Decisions*, agosto de 1977.

nuevamente en Estados Unidos donde, en 1973, el costo de producción por hora de programas como "Gunsmoke", "Columbo" o "Marcus Welby, M. D.", asciende a 200 mil o 250 mil dólares, aun cuando éstas no son las emisiones más costosas. En 1971 y 1972 el costo de compra de dos *spots* de 30 segundos en alguno de los programas populares como "Gunsmoke" y "The Odd Couple" en trece semanas, excede el 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 mil dólares, y para el invierno ese mismo tiempo en el programa "The Nicolas Show" se eleva a 64 mil dólares. En la primavera de 1977, un minuto de programación costaba 100 mil dólares (Phillipof, 1977, pág. 36).

Esta situación se incrementa para el periodo 1977-1978 en donde 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 mil dólares (Fajen, 1979, pág. 73).

Esta característica, que impide la expresión de los intereses proletarios a través de la difusión de masas, la hallamos también en el capitalismo periférico, en donde con otras modalidades se relega igualmente la participación cultural de los sectores trabajadores. No escapa a esto la estructura económica del sistema de aparatos de difusión de masas del capitalismo mexicano (véanse tablas 3.6, 3.7 y 3.8).

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 para intervenir en la orientación de la producción, trasmisión e inculcación cultural que efectúan los medios hegemónicos, con el fin de difundir a través de éstos sus intereses de sector. Con ello, la cotidiana dirección moral de la sociedad fundamentalmente queda en manos de las fracciones dominantes que gobiernan la formación social.

Tabla 3.6. Costos de participación en la TV mexicana (1979).

<i>Televisión</i> (Televisa-Canal 2)						
<i>Tiempo de duración</i> (segundos)	<i>Horario "AAA"</i> (19:30 a 24:00 hs.)		<i>Horario "AA"</i> (17:00 a 19:30 hs.)		<i>Horario "A"</i> (24:00 a 17:00 hs.)	
	<i>Precio en corte</i>	<i>Precio dentro del programa</i>	<i>Precio en corte</i>	<i>Precio dentro del programa</i>	<i>Precio en corte</i>	<i>Precio dentro del programa</i>
20	\$21 600.00	\$26 400.00	\$16 800.00	\$18 000.00	\$ 9 600.00	\$12 000.00
30	\$32 400.00	\$39 600.00	\$25 200.00	\$27 000.00	\$14 400.00	\$18 000.00
40	\$43 200.00	\$52 800.00	\$33 600.00	\$36 000.00	\$19 200.00	\$24 000.00
60	\$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.

Tabla 3.7. Costos de participación en la radio metropolitana (1979).

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

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

Tabla 3.8. Costos de participación en la prensa nacional (1979).

Prensa
(Periódico: *El Heraldo de México*)

<i>Sección y tamaño</i>		<i>Precio por tipo de impresión en línea ágata</i>			
		<i>Blanco y negro</i>	<i>Un color adicional</i>	<i>Dos colores</i>	<i>Selecc. de colores</i>
Primera					
sección	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
	Plana par	\$43 000.00	\$49 900.00	\$56 800.00	\$60 150.00
Cualquier	Plana impar	\$46 450.00	\$53 250.00	\$60 150.00	\$63 600.00
sección,	Contraportada	\$48 200.00	\$55 000.00	\$61 900.00	\$65 350.00
planas	Deportes	\$41 300.00	\$48 200.00	\$55 100.00	\$58 450.00
completas	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	Gacetilla (línea ágata)	\$ 75.00	—	—	—
sección,	1 plana	\$71 300.00	—	—	—
publicidad	1/2 plana	\$35 650.00	—	—	—
comercial	1/4 plana	\$17 825.00	—	—	—
o política	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.

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 de 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 económico

La propiedad privada de los aparatos de difusión masiva constituye el factor principal que determina, prioritariamente, la operación simbólico-cultural que desempeñan éstos en la estructura del modo de producción capitalista. Aunado, pero subordinado a esta primera variable, el financiamiento económico, especialmente de la trasmisión de sus mensajes, constituye el segundo factor que, en última instancia, y en forma más rígida y directa que el primero, condiciona la función cultural que desempeñan los medios al 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 aquélla es el principal factor social que otorga el poder más amplio sobre los medios de difusión. De esto se deriva que el resto de los elementos que contribuyen a definir su específica función superestructural quedan sobredeterminados por las directrices centrales impuestas por dicho factor. Por ello, el financiamiento total o parcial de sus operaciones queda sujeto a las políticas de aceptación o rechazo que señalan sus propietarios, ya que son éstos quienes detentan el poder definitivo sobre dichos aparatos de hegemonía cultural, y quienes, en última instancia, deciden el grado y la forma de orientación ideológica que deben 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 ambos existe 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 aparatos y realizar su proceso de extracción de valor como empresas económicas, los propietarios se encuentran fuertemente necesitados de los grandes capitales acumulados por los sectores económica y políticamente poderosos que, por lo común, dominan las más relevantes ramas de la producción nacional. 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 mercancías, y por el 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 a

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, etcétera), ejerzan e impongan fuertes influencias políticas en la determinación de la función y dirección hegemónica que los medios desempeñan. Dichas presiones no varían grandemente 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 implementa en la formación dependiente.

En consecuencia, en el modo de producción capitalista, debido a la necesidad de mutuo apoyo y 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 el sector dirigente y, por consiguiente, dentro de una perspectiva global, comportan los mismos intereses de la clase en el poder: los intereses del capital.

Este control ejercido por 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 bajo dos modalidades:

a) A través de la total o parcial subvención económica que realizan las principales fracciones de la clase económica y políticamente poderosa, especialmente por parte del Estado que financia y ampara las operaciones de los canales con 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 alienación mental.

b) A través de la inversión de capitales, que principalmente el sector comercial e industrial gasta por concepto de publicidad en las diversas instituciones de difusión masiva con el fin de dar a conocer sus productos y provocar el consumo generalizado de los mismos. Esto les permite obtener un poder casi absoluto, no directamente sobre la naturaleza jurídica del aparato, sino sobre el espacio de difusión temporal que adquieren para su comercialización.

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 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 patrocinan 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,

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, ni de ninguna manera, exento de connotaciones políticas e ideológicas de carácter más o menos definido (Miliband, 1976, pág. 217).¹¹⁵

La concentración de poder que la oligarquía nativa y transnacional alcanza sobre el gobierno de los aparatos de 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 ocasionalmente tales compradores de publicidad pueden o intentan siquiera dictar los contenidos y las políticas de los medios cuyos clientes son. 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, los 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 a tratar con cuidado excepcional todo lo relacionado con dichos intereses poderosos y valiosos. Pero eso es útil también, puesto que dan nuevas garantías a los círculos de negocios, en general, de que se les tratará 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 (Miliband, 1976, págs. 222-223).¹¹⁶

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 (Baran, 1969, págs. 197-198).

Dicha situación nos permite comprender con claridad que con los

recursos dedicados a la compra de espacio en los periódicos y revistas, y tiempo en las radiodifusoras y televisores [. . .], 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, radioyente y espectador para elevar constantemente sus niveles de consumo (Sahagún, 1974, pág. 86).

Por otra parte, a 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 Estados Unidos, se ha establecido en todo el globo un *matrimonio* de verdadera influencia universal (Sahagún, 1974, pág. 86).

Todo esto se realiza a través de las agencias de mercadotecnia y 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 propagadores 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 (Martínez Terreno, 1975, pág. 86).

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 (Terrero, 1975, pág. 86).

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 (Dos Santos, 1976, pág. 80).¹¹⁷

El marco jurídico

No obstante el amplio poder de dirección política que mediante la posesión de su propiedad y del control de su financiamiento alcanzan las múltiples fracciones del sector hegemónico sobre los aparatos de transmisión colectiva, con objeto de extender y consolidar su base de dominio, legitimar su poder y control sobre éstos, y garantizar el subordinamiento cultural de los mismos a un nivel mínimo que asegure la conservación y renovación ideológica de sus relaciones sociales imperantes, 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 racionalidad operativa es a tal grado eficaz en los momentos de hegemonía social que, por lo general, no se requiere la intervención represiva del Estado para hacerla cumplir, sino que es observada por los trabajadores de los medios debido a los mecanismos de "autocensura" que impone la misma estructura de operación vertical de éstos.¹¹⁸

Delimitando 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, median-

te sus aparatos jurídicos, como la instancia legal que debe dictaminar valoritariamente sobre la legalidad de las prácticas culturales que se efectúan al interior de la formación social.

La construcción de dicho consentimiento la autoriza, en primer término, a juzgar cuándo son lícitas o ilícitas las acciones estructurales y superestructurales que desarrollan los medios y, en segundo lugar, a legitimar de la manera más “natural”, “justa” y “patriótica”, 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 al 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.¹¹⁹

En 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 secundarias (control de los ideólogos de los medios, subordinación de la forma y contenido de los discursos, determinación de la dirección y velocidad de vehiculización cultural, gobierno privado de la tecnología comunicativa, sujetamiento de la dinámica de infusión cultural, etcétera), el capital logra orientar la función ideológica de los principales aparatos culturales de inculcación de masas hacia su proyecto simple y amplio de reproducción desigual.

La impermeabilidad a lo subalterno

Apoyado en el dominio de los factores primarios y secundarios que sobredeterminan la acción estructural que ejercen los canales del consenso colectivo, el sector dirigente conquista el gobierno casi total sobre la orientación cultural de éstos, adoptándolos como sus principales aparatos de hegemonía social y permitiendo, paralelamente, el funcionamiento de una “relativa autonomía” de operación ideológica que no amenaza la existencia de su monopolio cultural. De esta forma, con objeto 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 canalizadas hacia la producción y difusión masiva de la ideología dominante, inculcándola sobre los múltiples campos de conciencia que representan los numerosos agentes sociales inscritos en los límites históricos de la formación capitalista.

El control unilateral de su orientación discursiva permite que sus directrices de sentido sean manipuladas con base en los requerimientos de existencia y reproducción de las necesidades materiales y políticas del sector en el poder. Esto es, a través del sello de clase que imprime el grupo hegemónico sobre la producción, circulación y consumo de los bienes culturales que generan los medios, éstos siguen la tendencia de canalizar 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 económico, político e ideológico-cultural de la sociedad global.

Ante tales condiciones de control, los sectores trabajadores quedan marginados de la dirección del aparato de la cultura de masas. Cuando más, el principal recurso con que cuentan las fracciones subalternas es su presión organizada como fuerza de trabajo: su derecho a huelga y de organización gremial. Pero ante esta alternativa, los funcionarios de la superestructura cultural se encargan de mantener fuertemente ideologizada y controlada a dicha fuerza de trabajo, a través de múltiples reivindicaciones reformistas y de avanzadas técnicas de relaciones públicas (control psicológico de la conciencia de clase asalariada a través de una sutil manipulación de la imagen de la empresa capitalista) para evitar su subversión.

Por ello pensamos que es falso el optimismo idealista de Hans Magnus Enzensberger (1976, pág. 76) 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 *intelligentsia* burguesa. Ésta es una de las razones del resentimiento de la *intelligentsia* 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.

Sin embargo, la realidad superestructural del capitalismo contemporáneo desmiente esta concepción metafísica del problema: mientras más avanzada sea la estructura monopólica de los medios, se observa que la participación de los sectores subalternos en su operación y dirección, se reduce a un grado cero de intervención por vía pacífica. Es por ello que,

ante este panorama de sometimiento hegemónico de los aparatos de masas y frente a la necesidad creciente que presentan los sectores revolucionarios de participar en ellos para crear y conservar su nuevo consenso subalterno, los grupos insurgentes han acudido a la creación de otras estrategias de intervención de naturaleza militar para afectar la dirección de los medios.

De esta manera, a través de los factores de control primarios y secundarios que la clase dirigente aplica sobre los aparatos de difusión de masas, la creación-transformación de la superestructura cultural cotidiana de las formaciones capitalistas queda en poder del sector dominante, y por lo tanto en manos del capital. Para la fracción en el poder esto significa el subordinamiento político de los principales recursos superestructurales con que cuentan las sociedades contemporáneas para imponer su visión del mundo y de la historia, sin oposición de una aguda lucha de clases al interior de los mismos por parte del sector subalterno. Con esto, los medios dominantes de difusión, como intermediarios técnicos de las relaciones sociales, se convierten en los mediadores más amplios, a través de los cuales y siguiendo la perspectiva de la reproducción del capital, se establecen los vínculos estructurales de mayor dimensión cuantitativa con la totalidad de agentes sociales que transforman la formación social. La comunicación de masas se constituye así en el factor principal de la superestructura cultural que cotidianamente realiza el bloque histórico capitalista en su mayor cobertura social. En consecuencia, cada vez es más necesario decodificarlos dentro de su "hábitat natural": la totalidad social.

LA REPRODUCCIÓN DE LA CALIFICACIÓN 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 al interior de la sociedad moderna, ha sido fruto de diversos esfuerzos teóricos, metodológicos y prácticos de la investigación contemporánea. Dentro de estos factores, destaca por una parte, la influencia obrada por la investigación, a través de la acumulación creciente de diversos conocimientos, especialmente provenientes de las ciencias sociales, que han modificado el entorno conceptual con el que se relaciona la teoría clásica de la comunicación colectiva. Por otra, resulta también la contribución que ha generado la constante tarea de autocrítica y reinterpretación de la misma,

desde distintas perspectivas epistemológico políticas, particularmente de las dimensiones funcionalistas, estructuralistas y materialistas.

Sin embargo, no obstante haberse avanzado en forma significativa en este quehacer intelectual, existen multitud de 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 de comunicación, 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.

No obstante lo anterior, debido al notable retraso histórico que se observa en 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 los medios al interior de la formación capitalista: la de producción, circulación e inculcación de la ideología, y la de contribución al proceso global de la acumulación de capital, por medio del discurso publicitario (esta última, menos desarrollada que la primera).

Sin embargo, otra tercera y nueva función más, 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 de contribuir en la reproducción 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 político-cultural que practican los aparatos de difusión, puede decirse que, en la actualidad, ya se empieza a adquirir, a nivel 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 la perspectiva materialista.

Si bien es cierto lo anterior, también es verdad que esto último no puede afirmarse sobre 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 1940 en el capitalismo central, y desde la década de los sesenta en las zonas de la periferia. Ello debido a que, pese a que ha sido estudiada por corrientes netamente empíricas, historicistas o funcionalistas, que no han rebasado el nivel del mero registro descriptivo del fenómeno,¹²⁰ hasta el momento, dicha fun-

ción no ha sido explorada ni desarrollada o incorporada por ninguno de los trabajos marxistas o de la sociología crítica de la comunicación colectiva con la dimensión que le corresponde.¹²¹

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 masas desempeñan una nueva tarea histórica al contribuir a reproducir la capacitación de la fuerza de trabajo, con 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 se ha producido sobre el funcionamiento de los medios de comunicación y de la cultura de masas, reconocen una diversidad de operaciones, 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, elaboró un breve resumen interdisciplinario sobre el campo de conocimientos que se han producido en materia de comunicación.¹²² En éste se señala la relación que existe entre la comunicación, la realidad y los modelos de desarrollo; el acceso al 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 difusión de masas. Armand Mattelart y Seth Sieglaub (1979) realizaron la mejor síntesis existente sobre la conciencia totalizadora que las ciencias sociales han elaborado sobre el funcionamiento histórico de los aparatos de comunicación colectiva. Incluyen los aportes 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 e imperialista; pero tampoco, en ningún momento, formulan la nueva tarea pedagógica que realizan los medios al contribuir en la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.

Nicholas Garnham (1979) analiza cómo deben ser estudiados desde la perspectiva de la economía política. Explica qué función económica desarrollan al 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 no 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) presentó ante la Comisión Especializada sobre Medios de Comunicación de la Cámara de Diputados de México, un valioso documento que expone detalladamen-

te cuál es la situación general de los medios de información en el país (F. Fernández, *et al.*, 1980). En dicho trabajo 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.

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 belga Armand Mattelart sobre la tele-educación infantil en las metrópolis imperialistas y su exportación a la periferia.¹²³

Sin embargo, los trabajos de Mattelart distan de concebir la nueva función, que a partir de los años cincuenta han empezado a realizar los aparatos de difusión de masas, de contribuir gradualmente a la calificación de la fuerza de trabajo.

Por el contrario, siguiendo las dos líneas directrices que han 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 a la inculcación de una nueva ideología en el sector educativo y secundariamente 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, el concebir que el aparato global de la cultura de masas inicia su función educativa por la urgencia político-ideológica que enfrenta el sector dominante para inculcar un nuevo consenso que soporte las recientes contradicciones generadas por las nuevas readaptaciones del capitalismo mundial, A. Mattelart (1974b, pág. 84), indica que "el eslogan 'aprender riendo' es la nueva forma de penetración cultural imperialista con ropaje de entretenimiento que se da a través de los teleprogramas educativos".

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 desaclimatación y aportan algo más que las anteriores. Seguir pensando en estos 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 (A. Mattelart, 1974, pág. 85).

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, mediante la incorporación de la industria electrónica al terreno de la educación, A. Mattelart (1973b, págs. 40-43) 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".

El planteamiento materialista más reciente que también se aproxima a comprender que esta función desarrollada por 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 de Nicos Poulantzas antes de su muerte.

Después de haber afirmado que en coyunturas de hegemonía la escuela es el principal aparato de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, al analizar la crisis de la hegemonía de los partidos políticos contemporáneos reconoce 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; ella los acusa también. 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 de la universidad*, desplazamiento fundado en lo anteriormente señalado, porque el despliegue 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 calcadas las de la administración. Estos fenómenos se sitúan en la base de una crisis y una declinación de los partidos políticos (Poulantzas, 1979b, pág. 32, cursivas nuestras).

No obstante la presencia de estas dos importantes aproximaciones al problema, ninguna de ellas logra rebasar la perspectiva de la joven tradición crítica que pesa sobre la corta trayectoria de la investigación acerca de los medios de comunicación masiva. 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, mediante la inculcación de la ideología dominante; y su participación en el proceso de acumulación de capital, a través de la circulación cultural de las mercancías.

En este sentido, nos proponemos demostrar desde la perspectiva de la economía 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 esto aportaremos a la teoría crítica de los aparatos de comunicación colectiva un nuevo capítulo que hasta el momento no ha recibido atención.

Hacia una nueva función estructural del aparato de la cultura de masas

A diferencia de la creencia general que sostiene la tradición marxista, y a través de la cual se presenta a la escuela como el único aparato relevante que reproduce 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, cada vez más su reproducción también está siendo efectuada por el aparato global de la comunicación colectiva, sin que hasta el momento éste haya logrado suplir la tarea pedagógica ejercida por 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 político-culturales 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 aspectos de refuncionalización más relevantes que en las últimas décadas ha desarrollado el aparato pedagógico, es la tendencia a elegir al aparato global de difusión de masas como su principal prolongación técnico-institucional. Mediante éste, el Estado y los sectores de poder que participan en dicho proceso, ejecutan a escala ampliada las dos funciones concretas que le corres-

ponden 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 del 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 las demandas: por una parte, el incremento de calificación de la fuerza de trabajo que ha exigido la gran revolución industrial capitalista, y por otra, la contradicción que ha surgido entre el aumento demográfico de la población y la capacidad de atención del sistema educativo tradicional (consultar Esteinou, en prensa).

El surgimiento de los nuevos sistemas pedagógicos de comunicación

A partir de las modificaciones que ocurren en la base material 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 las nuevas modalidades 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 para poder continuar regulando a la sociedad dentro de los márgenes que imponen las relaciones capitalistas de producción. De no realizarlo así, el modelo de conducción de la sociedad fijado por el Estado dirigente se cancela, y con ello se ve amenazada la estabilidad del desarrollo de la sociedad capitalista contemporánea.

Debido a la creciente demanda de calificación que fija el cada vez más alto nivel de desarrollo tecnológico de las fuerzas productivas, a la insuficiente capacidad del aparato tradicional para cubrir el volumen que impone el inmoderado crecimiento de la 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 a 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.

Por ello, la injerencia que a partir de 1940 se observa al interior del

aparato escolar, demuestra que la escuela, sin abandonar su tradicional labor grupal de formación ideológica, cada vez más se inclina por efectuar la reproducción 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: 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 al proyecto dominante y su hermetismo ante el proyecto proletario.¹²⁴

En esta forma, ante la imposibilidad 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 TV, a programas como la "Telesecundaria", la "Tele introducción a la Universidad", la "Tele alfabetización de adultos", la "Tele capacitación obrera", la "Tele formación profesional", etcétera; mediante el radio, a la "Radio instrucción técnica", la "Radio alfabetización campesina", la "Radio preparación indígena", la "Radio capacitación agropecuaria", la "Radio escuela", etcétera; a través del cine, a la "Educación audiovisual", al "Video capacitación rural", etcétera y mediante la prensa, al "Periódico didáctico", al "Periódico comunitario", etcétera.

Con esta nueva operación pedagógica de masas la superestructura cultural del modo de producción capitalista puede avanzar en 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 calificación 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, 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 mundial que se fija, sino desde el momento de la calificación de la fuerza de trabajo. Es decir, siendo 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 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 dinámica de la reproducción del capital.

En el capitalismo central (Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Alemania y Japón) y en el capitalismo periférico (Colombia, Puerto Rico, Brasil, Chile, Honduras, Guatemala, Venezuela, India, etcétera), se instrumentan con modalidades distintas pero igualmente eficaces, las diversas prolongaciones del aparato escolar al terreno de la información de masas.

La reproducción de la calificación y el discurso de la información 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, éste 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 competente, 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 económico-social. Abarca todas las edades y niveles, pues oscila desde la enseñanza más elemental, como la alfabetización, hasta la instrucción más elaborada, como son las especializaciones técnicas y científicas.

Del tipo y forma de capacitación que recibe la fuerza de trabajo a través del aparato de la cultura de masas, depende su habilidad para realizar 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 los medios de difusión contribuyen a formar y reproducir la calificación de la mano de obra,¹²⁵ 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 a 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, que delinear la cobertura cultural que ha conquistado: a) nivel de educación elemental o primera aculturación; b) nivel de información básica; c) nivel de capacitación media; d) nivel de preparación técnica; y e) nivel de educación superior.¹²⁶

La educación elemental

Considerando que todo proceso de calificación de la mano de obra no es el resultado de la simple asimilación de un solo nivel especializado de conocimientos, sino que es producto de la internalización de un conjunto de experiencias más amplias, que se extienden desde la primera aculturación o despertar social 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 las 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 que se obtiene mediante la cristalización global de una serie de procesos de socialización graduales, que le 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 anilina-ción química, de su resistencia cerrada, etcétera, sino desde el instante en que éste aprende a hablar, leer, escribir, contar, obedecer, etcétera, para desempeñarse en la sociedad. 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 o si no comparte el mismo código fundamental de relación social? Cubrir estas fases de la socialización elemental es asegurar las bases de la futura capacitación especializada. Por esta razón 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: el periodo de socialización infantil.

Aunque existen diversas experiencias de educación preescolar a distancia ("Hodgepodge Lodge", "Misteroges Neighborhood", "Out to lunch", "Feeling Good"), los más elaborados son los proyectos que desde 1968 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 ambos programas pedagógicos, fue especialmente "Plaza Sésamo" el más rápidamente asimilado por las conciencias infantiles de Norteamérica y del mundo entero. A finales de 1977, solamente en Estados Unidos, más de nueve millones de niños (de un auditorio potencial de 12.5 millones) siguieron día a día las lecciones televisivas en sus cursos de tercer año; poco después, esta misma población infantil lo adoptó como el nuevo maestro preescolar permanente.¹²⁷

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 día, 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, 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. . .". A las diez de la mañana apagan el aparato y comunican a su madre que ya regresaron de la escuela.¹²⁸

A través de estas exposiciones se le capacita al niño en actividades y habilidades de socialización primaria que van desde las representaciones simbólicas (letras, palabras, sonidos, imágenes, objetos numéricos), la organización cognitiva (desarrollo y orientación de la percepción, elementos de relación y clasificación), el razonamiento

y la solución de 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).¹²⁹

Ahora bien, el éxito de "Plaza Sésamo" y de los programas restantes no proviene meramente del contenido cultural que ofrecen sus series, sino de sus muy atractivos resultados de aprovechamiento escolar. Efectuando 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; un 15% los que lo veían dos o tres veces por semana; un 19% quienes lo recibían cuatro o cinco veces y en un 25% entre los que lo presenciaban más de cinco, de donde se comprobó que, tras registrar el grado de asimilación que alcanzan los niños antes y después de presenciar "Plaza Sésamo", los conocimientos infantiles se incrementan notablemente en la medida en que aumenta el contacto con la serie (Scharmm, 1977, pág. 29) (véase figura 3.2).

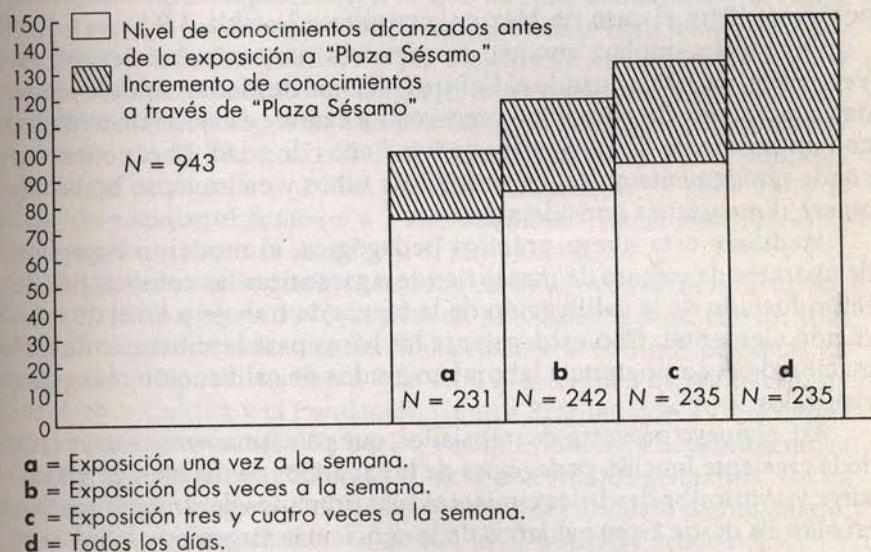


Figura 3.2. Efectividad de la educación preescolar, en niños estadounidenses, a través de "Plaza Sésamo".

Después de los éxitos obtenidos en Estados Unidos, el proyecto pedagógico de "Plaza Sésamo" se trasladó, en 1970, a más de veinte países, y llegó en 1975 a más de noventa naciones. Para entonces, América Latina ofrece una clientela de 22 millones de niños de edad preescolar

Tabla 3.9. Asimilación de conocimientos transmitidos por la versión criolla de "Plaza Sésamo" en México (1970) (en porcentajes).

Niveles	Conoci- mientos generales	Reconoci- miento de relaciones	Hábitos de clasifi- cación	Habili- dades nu- méricas	Exposi- ción de emisi- ones
Estrato medio-alto urbano	64	59	33	42	56
Estrato bajo urbano	51	63	21	38	38
Sector paupérrimo urbano	51	56	13	28	34
Grupo mestizo rural	49	58	16	37	34
Grupo indígena rural	43	49	13	26	18

FUENTE: Elaborado con datos presentados por Díaz Guerrero, *et al.* (1975, págs. 77-139).

para la versión española y de once millones para la versión portuguesa. Aunque en estos casos la adaptación ideológica de la matriz original a otros idiomas implicó la presencia de diversos desajustes culturales para su óptima asimilación, los resultados de aprendizaje fueron altamente positivos. (Para el caso de México, consúltese la tabla 3.9.)

Otro caso similar, aunque de menores dimensiones, ocurrió en Venezuela, en 1951, cuando el Centro Nacional de Medios Audiovisuales de Caracas, ofreció educación preescolar a catorce escuelas maternas, con un promedio de cien niños de 5 a 7 años de edad. El experimento cunde rápidamente entre los jardines de niños y en un lapso breve adquiere dimensiones considerables.

Mediante esta nueva práctica pedagógica, el moderno complejo de aparatos de cultura de masas tiende a garantizar las condiciones de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo a nivel de educación elemental. Con esto, 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 creciente 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 en los niveles preescolares, sino que también han posibilitado 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, 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.

Entre algunos de los casos que más se han destacado en América Latina, a través de la capacitación radiofónica, figura el proyecto que auspició, en 1976, la entonces Dirección General Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública en México para proporcionar el currículo académico de cuarto, quinto y sexto grados de primaria en 39 escuelas rurales de "Organización Incompleta" de San Luis Potosí (escuelas en las que no se imparten los seis grados escolares de educación primaria, sino que se estudian sólo del primero al tercero).¹³⁰ Dentro del amplio repertorio en el que ha sido utilizada la televisión para esta nueva función económico-cultural, sobresalen los esfuerzos que en 1961 realizó la Fundación Joa 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 emisiones de la Escuela Televisiva. 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 llegaban a quince estados y 1 250 ciudades.

Dos proyectos más que continuaron esta nueva tendencia histórica, son los intentos que, en 1975, realizó el "Movimiento Brasileño de Alfabetización" para brindar instrucción primaria a 400 mil personas en Brasil, y el programa nacional que en 1976, realizó el Ministerio de Educación y Cultura y la Fundación Centro Brasileña de TV Educativa para proporcionar educación básica a quince millones de adolescentes y adultos que no habían cubierto el ciclo de estudios primarios. Dicha capacitación se impartió dentro del formato del discurso telenovelado, y contó con un financiamiento estatal de 2 500 000 cruzeiros.¹³¹

En Colombia también se realizó una experiencia de telecapacitación básica a gran escala en 1960. El Departamento de Televisión Educativa, con apoyo de la UNESCO, la Universidad Nacional y el Ministerio de Educación, proporcionaron instrucción primaria a más de cien escuelas de diversas zonas del país. Mediante la coordinación de 500 teleaulas, el Departamento de Televisión Educativa del distrito especial de Bogotá y Cundinamarca, llegó a 200 mil niños en los cinco grados de escolaridad primaria. En 1965, dichos servicios se ampliaron a los departamentos de

Antioquía, Caldas y Atlántico, con una cobertura de más de 300 mil alumnos con 6 200 maestros. Para 1966, el Instituto Nacional de Radio y TV se extendió a los departamentos de Bolívar y Santander y la masa de telealumnsos se incrementó a 400 mil, con nueve mil docentes. Al finalizar 1968, 486 144 estudiantes de los departamentos de Cundinamarca, Tolima, Risaralda, Caldas, Antioquía, Bolívar, Atlántico, Santander, Bocaya y Quindió recibían las lecciones televisadas, coordinadas por 10 346 maestros (García Jiménez, 1970, págs. 232-237).

Entre 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 brindaba educación a cinco mil niños. Dicho proyecto evolucionó y se convirtió, en 1962, en la Tele-Escuela Popular Americana de Arequipa (TEPA), que se dedica a impartir los conocimientos de lectura, escritura y cálculo elemental. Para 1969, el proyecto TEPA cuenta con ocho mil niños. En 1964 surge el Instituto Nacional de Tele-educación (INT), que promueve la institución primaria en Lima, Piura, Chicalayo, Trujillo, Tama 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, llega a 600 mil alumnos mediante la TV 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 currículo de escolaridad primaria mediante la difusión de cursos sobre historia, matemáticas, física, ciencias naturales, lenguaje, geografía, etcétera. Lo mismo ocurre en Argentina, de 1965 en adelante, cuando 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 niños de 6 a 12 años. Actualmente, el estado argentino atiende, solamente en la ciudad de Buenos Aires, a 300 escuelas primarias, y más de 80 mil alumnos de las provincias de Salta, Corrientes y Santa Fe. Venezuela también ha introducido la tele-educación primaria desde 1968 para impartir las asignaturas de castellano, matemáticas, geografía, civismo, literatura, fisiología, sociología, ciencias físicas naturales y música.¹³²

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 (véase tabla 3.10).

Tabla 3.10. Expansión de las escuelas radiofónicas en América Latina (1973).

Proyectos de escuelas radiofónicas en América Latina, 1973

País	Escuelas	Fecha de iniciación	Audiciencia	Núm. de Centros	Núm. de alumnos	Medios utilizados							Organización
						Niveles educativos	Radio	Libros	Nólicas	Cuadros	Otros	Otros	
Argentina	INCUPO		AR	-	-	A	X	X	X	X	X	X	MV/S
Bolivia	CAMCOS	-	avamará I	443	6 167	A	X	X	X	-	-	-	MV/S
	ERSAR	1970	AR	67	866	A	X	X	X	-	-	-	MV/S
	ACLO	1967	quechua I	126	1 890	A	X	X	X	-	-	-	MV/S
Brasil	FEPLAN	1965	AR	-	675	A	X	X	-	-	-	-	MV/S
	MER	1961	AR	-	8 912 4 776	equiv. sec. 1º, 2º ciclo	X	X	X	X	X	X	P(?)
Chile	Sta. Clara	1967	AR	-	-	1er. ciclo	X	X	X	X	Método Freire	-	-
Colombia	AGFO	1947	AR	22 212	167 451	A/1º, 2º	X	X	X	X	Otros métr. de lect.	MV/SP	-
Costa Rica	IOBCU	-	-	-	-	-	X	X	-	-	-	-	-
República Dominicana	Sta. María	1964	AR	-	10 000	A	X	X	X	-	-	-	MP/S
Ecuador	ERPE	-	AR	-	-	A/1º	X	X	X	-	-	-	-
	SEMA	1964	AR	65	1 000	A/Prim.	X	X	-	-	Periódico mural	MV/S	-
	SUCUA	1972(?)	shuar A	60	2 035	A/1º	X	X	-	-	-	MV/(?)	-
El Salvador	Escuelas radiates	-	AR	-	-	A/1º, 2º	X	-	-	-	-	-	-
Honduras	Escuelas radiates	1962	AR	-	-	A	X	X	-	-	Método Freire	MV/S	-
	Rad. progreso	1969	AR	-	-	A	X	X	-	-	Método Freire	-	-
Guatemala	Escuelas radiates	-	indio mal. ladino	-	-	A	X	X	-	-	-	-	-
México	Tarahumara	1957	tar. prim. niños	46	1 081	Primaria bas-ta 4º grado	X	X	-	X	-	-	PP
	Huayacoocula	1964	AR indig.	80	2 000	A	X	X	-	-	-	-	MV/S
	Rad. católica	1966	AR	67	2 000	A	X	X	-	-	-	-	-
Panamá	CEPAS	1969	AR	50	470	A	X	X	-	-	Método Freire	-	-
	Rad. hogar	-	AR	-	-	A	X	X	-	-	-	-	-
Paraguay	-	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-
Perú	Rad. Onda Azul	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-
	Rad. 800-Hullaya	-	-	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-
Venezuela	IVT	Planado para 1973	AR	-	-	A	X	X	-	X	Películas	MV/S	-

Clave: AR = analfabeta rural; AR = adulto rural; A = alfabetización; M = voluntario; S = supervisor; P = pagado; PP = profesor pagado.
FUENTE: Mc Anany (1976).

Uno de los ejemplos que consolidan la teleinstrucción primaria como fruto del aprovechamiento de los avances técnicos aplicados a la educación preescolar, es la serie "The Electric Company" en Estados Unidos. Dirigida a un público escolar de 7 a 10 años, esta serie es utilizada dos meses después de su lanzamiento por más del 23% de las escuelas primarias de ese país, y para 1972 contaba con un público infantil de más de cuatro millones de alumnos. Apoyada con 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 (A. Mattelart, 1977b, págs. 200-202 y 212-213).

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 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 TV. El éxito es tal que para 1967 la telesecundaria mexicana imparte todas las materias del primer año por TV, y para 1969 el ciclo completo de secundaria queda totalmente integrado en este medio. Se instruye sobre educación cívica, matemáticas, tecnología, español, educación física, biología, geografía, historia, química, inglés, etcétera. 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 indus-

trialización, con el objeto de elevar la productividad del país. Es 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, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Jalisco, Aguascalientes, Querétaro, Guanajuato y Michoacán.

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. 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 cien, y esta modalidad instructiva es considerada por el gobierno francés como fundamental para la educación. Más adelante, estos avances a 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 medio de este proyecto, el Ministerio de Educación atiende en el ciclo escolar de 1965 a 1966 a 36 900 alumnos, de los cuales el 63% aprueba excelentemente los 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 moderna, francés, castellano y otros más, que rápidamente incitan al empleo masivo de nuevas tecnologías educativas en el campo de la instrucción media.¹³³

Por medio de esta práctica, el nuevo proyecto pedagógico del estado capitalista moderno completa la formación de la competencia económica de las fuerzas productivas, a 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 forma-

ción 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, sobre cálculo elemental, instalación de conexiones eléctricas, equipos de fuerza motriz, diseño y confección de vestidos, etcétera. Con el tiempo la telesecundaria técnica se ha especializado más, cubriendo 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, que abordan la educación técnica desde el 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 realiza en Uruguay desde 1968 a través de la Universidad del Trabajo. Se imparten conocimientos sobre autoconstrucción de viviendas, reparaciones generales, mecánica elemental, servicios de electrotécnica, albañilería, carpintería, fontanería, etcétera. Con los años, esta modalidad educativa se extiende a otros países, y en 1975 surge en Bolivia y Paraguay con la fundación de las tele-escuelas técnicas. En este año, la instrucción especializada abarca la ciudad de La Paz, en el primero; la de Asunción, en el segundo. Se transmiten cursos sobre comunicación por transistores, química textil, mantenimiento de la vivienda, mecánica automotriz, reparaciones eléctricas, etcétera. Toda esta educación se refuerza con apuntes impresos que se distribuyen gratuitamente y, al concluir los cursos, se entregan diplomas de auxiliares en electrónica con reconocimiento oficial.¹³⁴

La formación técnica a distancia también se aplicó en México, en 1980, cuando por medio de la red oficial de TV para la República Mexicana (TRM), inició la capacitación industrial de 500 mil trabajadores y obreros especializados, para adecuarlos a los requerimientos de la acelerada expansión industrial que exige el país.¹³⁵

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 tele-educativo. 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.¹³⁶

Finalmente, con objeto de incrementar la producción agrícola, des-

de 1959 se inicia la instrucción técnica a través de las teleaulas a campesinos en Francia, Italia, Japón y Birmingham (Inglaterra). 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, 175 mil historietas 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 estos instrumentos se informa a las comunidades rurales sobre las técnicas agropecuarias más adecuadas para el perfeccionamiento 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 la estabilidad social del país. Los logros se extienden a tal grado que, para 1982, se planea ampliar la cobertura de TRM a 48 millones de habitantes en los estados de Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Sinaloa, Baja California y Sonora.¹³⁷

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 a las que el antiguo aparato escolar no llega. 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 del decenio de los 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 cursen su forma-

ción profesional desde diversas zonas del país y, al concluir la misma, reciban diplomas académicos reconocidos por el Estado.

La puesta en práctica de esta nueva vía pedagógica es tan rápidamente asimilada por la población joven que, para 1977, en Inglaterra, 25 mil alumnos eran atendidos por este servicio educativo, mientras que en este mismo año, el total de las universidades inglesas sólo recibían a 60 mil estudiantes. Esta tendencia se extiende rápidamente a todas las profesiones, llegando a su culminación algunos años después, cuando la Universidad de Glasgow, en colaboración con el "Scottish Television LTD" inaugura la teleinstrucción de la profesión más prolongada: 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 brinda una actualización permanente en el campo de las ciencias médicas, lo que le permite al estado inglés multiplicar en un porcentaje considerable la planta nacional de médicos.¹³⁰

El desarrollo de la TV instructiva por circuito cerrado en Estados Unidos también se aplica al caso de la formación de médicos. En 1939 se inició su uso 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, ya 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 instaló 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 médicos. En 1956, las escuelas de Odontología de la Universidad de Texas y de Pennsylvania, iniciaron sus matrículas escolares por televisión; y hacia 1962, 42 escuelas de medicina y 37 de odontología incorporaron 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 que aspiran a obtener calificación profesional. En 1963, dichos cursos cubren una audiencia estimada en 300 mil alumnos, que poco a poco se va multiplicando hasta contar con una red de más de 300 universidades estadounidenses distribuidas en todo el territorio con apoyo de la Universidad de San Diego y el gobierno estadounidense; estos programas alcanzan una nueva fase de modernización instructiva, que en breve tiempo es retomada por la BBC y Time Life para distribuir masivamente, por prensa y televisión, conocimientos especializados de nivel superior. Apa-

rece así una nueva red educativa que vincula más de 300 estaciones de televisión y más de 500 periódicos en Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico, Guam, Europa Occidental y el Lejano Oriente, al tiempo que más de 300 universidades coordinan y acreditan los cursos, como si hubieran sido realizados en el aula. El auditorio está compuesto por tres tipos de alumnos: 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 donde se ha creado el "Zeitung Kolleg" (periódico-ologio), el cual 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 rebase las fronteras nacionales y se cree una universidad mundial a través de la televisión. Dicha organización debe ser un verdadero centro docente "desnacionalizado", cuyo principal objetivo serían las investigaciones, 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 académicas, así como en actividades policíacas. 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 administración.

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 Estados Unidos, recibió un fuerte impulso en 1981, cuando el multimillonario Walter Annenberg, editor de TV Guía y ex embajador estadounidense en Londres, donó 150 millones de dólares a la red radiotelevisiva no comercial para crear una universidad televisiva. Con este apoyo, la Corporation for Public Broadcasting (CPB), inauguró un nuevo nivel masivo de calificación del trabajo a escala superior, que posibilitó a numerosos grupos marginados su incorporación como cuadros técnicos, a la estructura de producción nacional.¹³⁹

La acumulación de riqueza telepedagógica a nivel superior lograda por

el capitalismo avanzado, propicia que este modelo universitario también se aplique 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 número de personas rechazadas por el sistema de instrucción superior tengan acceso a ésta por medio de la televisión.

Para apoyar esta nueva modalidad de educación profesional, la empresa creó un Centro de Información y Datos Educativos que cuenta con filмотeca, 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 y pasa de producir simples programas instructivos aislados, 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 4 079 cursos profesionales y 15 mesas redondas, en las cuales participan 1 075 docentes universitarios. En 1976 el Ministerio de Educación de Honduras autorizó la difusión de la "Universidad al Aire" en su territorio nacional, y para 1980, el acervo tele-educativo, único en su especie, cuenta con más de 8 700 programas de media hora, y 3 000 paquetes de una hora.

Entre algunas de las múltiples especialidades en que se capacita a los cuadros superiores, figuran la introducción a la planetología, tectónica de placas, fronteras de la física nuclear, mecanismos 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.¹⁴⁰

Algunas otras aplicaciones de la televisión universitaria se hicieron en 1962, en la zona de la Gran Manila de Filipinas. Coordinado 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, programa 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.

Nuevas perspectivas

El principio de desarrollo desigual que ha sostenido 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 cumplir 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 dependiendo de la naturaleza que los caracteriza y de la crisis que los enmarca. Dentro del conjunto de reacciones de los aparatos culturales, destaca, especialmente, la respuesta que construye el aparato educativo convencional para superar la ruptura institucional que lo induce a convertirse en una institución anacrónica e ineficiente. Debido al 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 mediante la escolarización, el aparato educativo tradicional prepara diversos proyectos reformistas, dentro de los cuales el más sobresaliente en su prolongación 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 al 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, se inclina cada vez más a efectuar la reproducción 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 nueva 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 permite a las masas gozar de algunos de los beneficios sociales que aporta esta moderna etapa del desarrollo capitalista.

Pero la presencia de esta nueva operación pedagógica de la cultura de masas no se explica por las inclinaciones democráticas del gobierno, por 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, funcional para los rápidos cambios que experimentan las contradicciones económicas y políticas de la sociedad; en segundo lugar, 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, etcétera, 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 de difusión de masas, demuestra que, además de la función educativa que estos 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 por parte del Estado.

Experimentado primero en las zonas marginales del ejército industrial de reserva, y luego proyectado y afinado sobre el conjunto 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 colectividades. 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, permanecen pendientes multitud de interrogantes que deben ser esclarecidos 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 presenta 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; hasta qué punto, 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, etcétera.

De cualquier forma, lo que sí queda 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 algunas de las relaciones sociales que las acompañan. De aquí la urgente necesidad de reforzar la investigación de este reciente acontecimiento cultural. Comprenderlo significa crear las bases de transformación del futuro proyecto pedagógico de las fases avanzadas de la sociedad capitalista.

4

Consideraciones finales

Del análisis efectuado anteriormente sobre la triple inserción orgánica que desempeña el aparato global de la cultura de masas en el proceso de producción y reproducción del modo de producción capitalista, se desprenden las siguientes conclusiones:

a) Contrariamente a la rígida, mecánica, y antihistórica concepción althusseriana que plantea que el aparato escolar es el principal bastión cultural que produce las puntas de la hegemonía de las formaciones capitalistas contemporáneas, el análisis histórico de las funciones que ejerce el aparato de la cultura de masas demuestra que, si bien la institución pedagógica ejerció este rol dominante durante el periodo premonopolista, a partir del surgimiento y de la consolidación del complejo superestructural de la cultura de masas, la función de vanguardia cultural de la escuela queda rebasada y sustituida por la nueva operación ideológica que introducen los aparatos de difusión colectiva al interior de la sociedad civil del capitalismo coetáneo.

Aunque en la actualidad el aparato pedagógico sigue desempeñando sus funciones de inculcación ideológica y de reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo, los indicadores históricos demuestran que éstas han sido o están en vías de ser superadas por las funciones culturales que ejerce el aparato de difusión de masas. Así, en primer término, en lo que se refiere a la capacidad de introyección de la ideología dominante por el sistema educativo, se observa que la escuela ha sido rebasada notoriamente por el funcionamiento cultural de los aparatos de comunicación colectiva al ampliar sustancialmente la cobertura de inculcación del discurso, la temprana multisocialización de la conciencia de los agentes sociales, la capacidad de legitimación continua y acelerada, el poder de formación del consenso y de movilización, la prolongación de la sociedad civil en un radio de masas, la permeabilidad de

acción del proyecto dominante y la impermeabilidad a la participación del proyecto proletario.

En segundo término, en lo que corresponde a la función de calificación de la fuerza de trabajo que ejerce el aparato educativo, ésta se sigue realizando prioritariamente a través de la escuela, pero cada vez más es sustituida en una proporción creciente por el discurso pedagógico que transporta el aparato de difusión colectiva. Esto significa que, no obstante que esta tarea cultural es función, principalmente, del aparato pedagógico, la tendencia histórica que muestra el sistema de enseñanza hacia los aparatos del consenso de masas, obliga a que la educación se lleve a cabo cada vez más en el ámbito de la cultura de masas, situación que acerca cada día más a convertir en dominante al aparato de difusión colectiva.

Sin embargo, aunque el aparato de la cultura de masas hasta el momento no ha conquistado todavía la vanguardia en el proceso de reproducción de la fuerza de trabajo, esto no le impide destacar como punta cultural en el proceso de construcción de la hegemonía contemporánea. No podemos desconocer que la hegemonía no es sino la instauración de un consenso dominante en la mayor cobertura cultural de la superestructura ideológica de la sociedad capitalista. Por consiguiente, el hecho de que todavía no sea dominante en el proceso de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, no es un obstáculo fundamental para que su desempeño en la producción e inculcación de la ideología destaque como dominante. Simplemente significa que ejerce una labor muy considerable en el proceso de renovación de la calificación de la fuerza de trabajo, lo cual refuerza desde otro ángulo el avance que ha logrado el aparato de la cultura de masas en el proceso de construcción de la ideología dominante.

En tercer término, la inserción orgánica del aparato del consenso de masas en la dinámica de producción y reproducción del modo de producción capitalista y de la formación de las puntas de la hegemonía contemporánea, no se reduce simplemente a la realización de las dos funciones estructurales que efectúa la escuela, sino que éste introduce una operación más que no desarrolla el aparato escolar y que aporta el marco ideológico básico para la construcción de la hegemonía: su contribución a la acumulación de capital, vía circulación de las mercancías.

Esto quiere decir que, a partir del discurso publicitario que cotidianamente elabora, trasmite e introyecta el aparato de la cultura de masas sobre los campos de conciencia de los agentes sociales, lo que se efectúa, en primera instancia, es la invitación al consumo de las mercancías que se representan simbólicamente (por lo tanto, se incita a la rotación del capital de su fase mercancía a su fase dinero); pero en última instancia, lo que se provoca con la asimilación de dichas mercancías es la

reproducción de la relación desigual que se entabla entre el capital y el trabajo asalariado.

No debemos olvidar que, amparada por la ideología del fetichismo de la mercancía que la presenta como simple producto que no guarda ninguna relación con el proceso de trabajo y de producción que los crea, sino que la representa como bienes autónomos que satisfacen necesidades materiales, el discurso publicitario, al conquistar la voluntad de compra del consumidor, lo que reproduce finalmente es la subordinación de la fuerza de trabajo al capital. Esto sucede desde el momento en que la adquisición de la mercancía por el trabajador implica, por una parte, la aceptación de que los productos no son del trabajador sino de otro propietario, desconociendo el proceso de explotación que ha sufrido por cada mercancía producida; y por otra, implica la entrega al comerciante de determinada suma de dinero obtenida en el proceso de producción capitalista, con lo que queda obligado nuevamente a retomar al mismo para obtener nuevo dinero como medio de intercambio.

Con todo esto, lo que se efectúa en el fondo cuando se acepta el fetichismo de las mercancías que transmite el discurso publicitario, es la reproducción de las condiciones de explotación que requiere el orden capitalista de producción y reproducción, marco fundamental para la construcción de la hegemonía y de las puntas consensuales en cualquier sociedad capitalista, puesto que la dominación cultural de toda ideología capitalista requiere en el trasfondo la previa aceptación de la subordinación del trabajo al capital, o sea, el acatamiento de las condiciones de explotación. De lo contrario, ésta no puede erigirse como expresión dominante y mucho menos como hegemónica.

Con este plameamiento, en ningún momento queremos sugerir una concepción "aparatasta" del cambio social; es decir, no intentamos plantear que mientras los aparatos de difusión de masas funcionen como instituciones dominantes no se puede introducir o lograr un cambio social sustancial. Al contrario, lo único que queremos destacar es la tendencia avanzada que ha alcanzado el ritmo y la dirección de la evolución del aparato de la cultura de masas al interior de la estructura de la sociedad civil, inclinación que los ha convertido en los principales aparatos de hegemonía de la superestructura cultural de la sociedad capitalista contemporánea.

Por lo tanto, esto significa que, así como las actuales clases dominantes controlan el arsenal bélico más desarrollado y aún así se gestan cambios sociales radicales, de igual forma, pese a que los sectores dirigentes utilizan los aparatos de difusión colectiva como los principales aparatos de hegemonía, no dejan de ser factibles los cambios sociales revolucionarios.

En síntesis, podemos decir que estas tres funciones que paulatina-

mente ha conquistado la práctica ideológica de la comunicación de masas ha rebasado el poder cultural que ejerce el aparato escolar. Consecuentemente, esto los ha convertido en los principales bastiones de producción y reproducción del consenso dominante. De esta forma, el nuevo fenómeno de la comunicación de masas se ha transformado en las principales "casamatas" y "ciudadelas" de la sociedad civil. Esto significa que la construcción de la "voluntad" y "moral" social se realiza básicamente por intermedio de los aparatos del consenso de masas.

b) A partir de esta triple inserción estructural que efectúan los aparatos de difusión de masas, éstos contribuyen sustancialmente a construir cotidianamente el bloque histórico del capitalismo contemporáneo en dos de sus facetas fundamentales: la articulación economía-cultura, con fines de reproducción del proceso productivo; y su articulación política-cultura, con fines de legitimación política del proyecto de acumulación de capital del que se trata.

En el primer caso, los aparatos de difusión de masas, mediante su operación económica de acelerar el proceso de circulación-producción de las mercancías, cohesionan la producción, transmisión e inculcación de la cultura de masas con los requerimientos que exige el consumo de sus satisfactores. Colocan en una relación de funcionalidad recíproca el proceso de producción y consumo de los bienes materiales con el circuito de producción y consumo de los bienes culturales. Operan así como articuladores orgánicos entre las necesidades de producción y circulación que presenta el proceso productivo contemporáneo y las direcciones culturales que adopta la sociedad civil en su cobertura de masas.

Por otra parte, dentro de esta misma perspectiva, observamos que la reciente tendencia que han empezado a adoptar algunos aparatos de difusión colectiva para participar en el proceso de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, los ha convertido en instrumentos de una nueva cohesión estructural: vinculan los requerimientos que exige la reproducción cada vez más especializada de la fuerza de trabajo con las directrices que adopta la cultura de masas en su "versión educativa". Mediante estas dos funciones, economía y cultura quedan orgánicamente cohesionadas para cubrir las necesidades que demanda la dinámica de acumulación del capital.

En el segundo caso, los aparatos de difusión de masas construyen permanentemente el bloque histórico capitalista desde el momento en que vinculan en una amplísima cobertura y con gran rapidez las necesidades políticas de la reproducción del capital, con el proyecto de legitimación cultural del mismo. A través de éstos se realiza la principal tendencia de la opinión pública del capitalismo contemporáneo, que se traduce en la principal fuerza del consenso social que moviliza económi-

ca y políticamente a los agentes sociales en función de los requerimientos de la reinstalación del capital. Esto ha permitido que por mediación de los aparatos de masas, el estado capitalista implante su más relevante proyecto cultural de nación, de conciencia y de participación política que requiere la dirección y reproducción hegemónica de cada coyuntura de la formación capitalista.

De esta manera, debido a las propiedades materiales y sociales que han conquistado los aparatos de difusión de masas en su etapa avanzada de desarrollo y organización histórica, se han convertido en las puntas culturales más avanzadas a través de las cuales las múltiples clases y fracciones de clases dominantes de la formación capitalista obtienen la realización de sus principales intereses ideológicos. Esto ha hecho que, en el presente, todo sector ascendente que tienda a transformarse y conservarse como dominante, es decir, que pretenda imponer su concepción particular de la sociedad como concepción imperante, requiere el acceso permanente a los aparatos de difusión colectiva.

En esta forma, se convierten en los principales soportes de consenso del estado capitalista contemporáneo, por intermedio de los cuales se reflejan los intereses fundamentales indispensables para la reproducción de los estratos dominantes. Operan así como un vértice histórico del sector dirigente en el que se traslucen los intereses y necesidades económico-político-culturales prioritarios del bloque en el poder. Por lo tanto, son instancias ideológicas a través de las cuales se evidencian las principales contradicciones secundarias (antagonismos existentes al interior de la clase en el poder) que revelan la correlación de fuerzas existentes al interior de cada coyuntura por la que evoluciona el grupo en el poder.

Es por ello que, así como en otras fases de la historia la clase dominante ha tenido que controlar el principal aparato de hegemonía para gobernar como sector dirigente (en el modo de producción mercantil subordina a la escritura y su proceso de difusión, en el modo de producción feudal controla a la iglesia y a su práctica ideológica, y en la etapa del capitalismo premonopolista controla a la escuela), en la fase contemporánea del capital monopolista está obligada a controlar el aparato de difusión de masas y sus subsistemas de comunicación-información: satélites, informática y cibernética. En la actualidad, la clase dirigente puede no tener control sobre el aparato religioso, el aparato educativo, y otras redes menores de socialización cultural, pero no sobre el aparato de la cultura de masas. Éstos le son estructuralmente indispensables para gobernar. De no ser así, pierde la dirección política de la sociedad y, con ello, su hegemonía de sector en el poder.

Son estas tres propiedades estructurales y las peculiaridades con que se efectúan, las que frente al conjunto de soportes culturales de la socie-

dad civil los convierten en los principales aparatos ideológicos del estado capitalista contemporáneo. Por ello, son cada vez más las entidades orgánicas que funcionan al interior del modo de producción capitalista en su fase monopolista y, por ello, son instancias que sólo pueden transformarse a partir de un cambio general de la estructura social.

c) De la misma forma como la concepción crítica de la comunicación de masas ha reconocido que el único marco global para interpretar correctamente la operación histórica que realiza el aparato de la cultura de masas es el punto de vista de la economía política, las ciencias sociales revolucionarias deben reconocer que la actual dinámica de la hegemonía dominante se realiza básicamente por mediación del aparato de difusión colectiva. Es decir, así como la ciencia crítica de la comunicación acepta que el proceso material de la sociedad determina, en última instancia, al proceso de comunicación colectiva, o, así como reconoce que la lucha de clases atraviesa y sobredetermina la producción del sentido que generan los aparatos de la cultura de masas, después de haber demostrado el lugar "nodal" o "vértice" que ocupan los medios de difusión en el proceso de producción cultural, es necesario que las ciencias sociales vanguardistas admitan e integren en su teoría general de la sociedad los aportes de la corriente crítica de la comunicación al proceso de construcción de la ideología contemporánea.

Es esta realidad la que nos obliga a reconsiderar la trayectoria que ha seguido el estudio actual de la superestructura cultural dominante, para reformularlo y reiniciarlo, prioritariamente, a través de la decodificación de las características que hacen de los medios de difusión de masas los principales aparatos ideológicos del estado capitalista contemporáneo. Es a través del análisis de éstos y de la cultura de masas que podremos determinar cuál es el principal proyecto global de movilización civil que implanta el estado capitalista moderno en coyunturas de hegemonía y crisis políticas para reproducir las principales condiciones político-culturales que requiere su programa de acumulación de capital.

d) En consecuencia, el conocimiento y la descripción de todo el entorno histórico anterior, nos lleva a comprender que la actual discusión sobre el nuevo orden informativo y las políticas de comunicación nacional no es un simple debate superestructural sobre algunas de las instituciones culturales que más se han destacado por su función modernizante en la historia presente, sino que, debido a la triple inserción orgánica que practica el aparato de la cultura de masas al interior de la estructura de la sociedad capitalista, en el fondo de la polémica lo que se cuestiona es la transformación de tres funciones vertebrales de la sociedad que se llevan a cabo por intermedio de los medios de difusión de masas.

En este sentido, el proyecto del nuevo orden informativo, al plan-

tearse la transformación de la actual estructura comunicativa dominante, lo que está realmente afectando es:

En primer término, la esfera económica de la sociedad capitalista, puesto que al modificar la cultura de masas se afecta el proceso de circulación de las mercancías, mediante ello la dinámica general de la producción, y con esto las bases materiales que soportan a la sociedad. De aquí la necesidad de que el proyecto del nuevo orden informativo cuente también con un nuevo programa de orden económico nacional y mundial.

En un segundo término, lo que también se afecta es la redistribución de la hegemonía, y por lo tanto, la redistribución de las áreas de influencia del poder nacional e internacional. Esto nuevamente obliga a que el proceso del nuevo orden informativo sea asimilado por una nueva alternativa de práctica política.

Y en tercer lugar, se afecta la dirección del consenso dominante desde el momento en que lo que se propone es la democratización de los aparatos de difusión de masas y del proceso cultural en sentido amplio. Ello igualmente demanda que el nuevo orden de información internacional sustituya la transformación del consenso prevaleciente mediante la construcción de una nueva "dirección moral de la sociedad".

En síntesis, lo que debe estar presente en el trasfondo de la polémica del nuevo orden informativo y de la creación de las nuevas políticas nacionales de comunicación es la lucha por la creación de un nuevo proyecto de sociedad.

5

La óptica de estudio

Dado que todo análisis de la realidad, consciente o inconscientemente, siempre parte de una lectura determinada de la misma, y que sólo a partir del conocimiento de ésta se pueden valorar los límites o aportes de una reflexión sociológica, es imprescindible conocer las condiciones de producción de cada interpretación social. De lo contrario, todo discurso científico borra las huellas de su elaboración y aparece como un producto ahistórico, prepotente y mágico que pierde su carácter de instrumento analítico, y se convierte en dogma paralizante, mera herramienta de propaganda.

Por tal motivo, en este último capítulo presentamos los ocho criterios de referencia que normaron nuestra perspectiva de estudio, y a partir de los cuales deben contextualizarse cada una de las formulaciones presentadas. Fuera de estos contextos, el pensamiento aquí construido pierde su validez. Los ángulos de recorte del problema son los siguientes:

1. Metodológicamente, la temática se aborda desde una perspectiva macrosocial de análisis sociológico. Dentro de ésta, exclusivamente privilegiamos la observación de las líneas generales que caracterizan la especificidad material que ha alcanzado el desarrollo de las instituciones que constituyen la avanzada hegemónica. Por limitaciones de esta primera observación, no consideramos aquí los fenómenos ideológicos microsociales que se presentan en las múltiples zonas de las formaciones capitalistas; éstos son objeto de otra reflexión que por el momento no incluimos.

Estamos conscientes que la elección de esta óptica de estudios se debe a que nuestras condiciones culturales de interpretación de la comunicación de masas todavía responden a la herencia teórica y metodológica dominante que se ha gestado y transmitido sobre esta temática de 1965 a 1980 en América Latina. Esto es, somos producto de la corriente que nos lleva a decodificar la comunicación colectiva desde una perspectiva

macrosocial, y no desde una visión microsocia de los fenómenos ideológicos, influencia que, por otra parte, en la actualidad todavía determina la selección y el recorte de los objetos de estudio y de los procedimientos metodológicos de la mayoría de los investigadores de la comunicación en América Latina; y que sólo una porción muy reducida de ellos escapa a esta perspectiva, al acercarse a problemáticas ideológicas más particulares, de carácter regional, grupal o de agentes individuales.

Sin embargo, pensamos que esta perspectiva es no sólo válida sino imprescindible en la medida en que explica el nuevo comportamiento estructural de los fenómenos comunicativos.

2. El orden de la exposición conserva la característica de mostrar básicamente el aspecto sincrónico del problema. Es decir, exhibe exclusivamente la reflexión transversal de la constitución histórico-estructural de las puntas de la hegemonía, y no tanto la dinámica histórica del funcionamiento de las mismas (visión diacrónica del fenómeno).

En este sentido, nuestra posición de observación interpreta esta realidad desde el ángulo estructural materialista del problema más que desde una referencia genética del mismo.

3. Se analiza el proceso de construcción de la hegemonía desde el ángulo de la consolidación del estado dominante o burgués, y no desde la creación del nuevo estado proletario o subalterno. Esto es, se estudia desde qué soportes culturales se construyen las crestas de la hegemonía de la burguesía del capitalismo avanzado, y no las formas como el sector proletario edifica su nuevo proyecto de reconstrucción de la sociedad en el capitalismo tardío.

En este sentido, dicha perspectiva nos lleva a considerar los aparatos dominantes del estado capitalista, y no los aparatos proletarios del sector trabajador. Dentro de los primeros privilegiamos la observación de los medios de comunicación atrapados por la lógica de la producción comercial del capital, y los aparatos de difusión colectiva condicionados por la lógica del poder estatal. Por tal motivo, descartamos en esta primera fase de estudio el examen del circuito de comunicación alternativo o de contrainformación social.

4. Abordamos el estudio de las puntas de la hegemonía desde los momentos de funcionamiento equilibrado de la estructura social, es decir, desde las fases en que el estado capitalista moderno realiza la dirección y control de la sociedad, predominantemente por la instancia cultural (aparatos hegemónicos del Estado). Esto quiere decir que nuestro nivel de observación no registra las dinámicas de desplazamiento y de avanzadas culturales que se originan en los momentos de crisis capitalistas, como son los periodos del fascismo, militarismo y estados de excepción por los que atraviesa la estructura global del sistema en etapas de endurecimiento político.

Ello significa que la especificidad de nuestro trabajo mantiene un rango de validez para una época especial de la historia: el momento de la hegemonía capitalista (fase de correspondencia entre relaciones de producción y desarrollo de las fuerzas productivas). Por lo tanto, las reflexiones aquí planteadas en ningún momento pretenden convertirse en un discurso totalizador que rinda cuentas de todos los momentos culturales que constituyen el desarrollo de la historia, ni de todo el complejo global de aparatos hegemónicos que operan al interior de la sociedad capitalista avanzada. Abordamos exclusivamente el fenómeno de la formación de las puntas de la hegemonía en los periodos de realización del consenso social.

Esto implica también que no abordamos en este primer momento del análisis la fase de desestructuración de los aparatos hegemónicos dominantes, pues el aspecto que interpretamos es la faceta anterior: el proceso de formación y organización de las puntas de consenso dominante. Esto no quiere decir que, por el solo hecho de mostrar este ángulo de la producción y reproducción de los aparatos culturales dirigentes, nuestra concepción esté fundada en la visión estructural-funcionalista de la ideología, que postula que los aparatos de consenso sólo crean y reinstalan el orden social preexistente.

Por el contrario, partiendo del principio de que los aparatos de difusión de masas son espacios culturales atravesados por las diversas luchas sociales, aceptamos en todo momento que éstos generan contradicciones y se enfrentan a antagonismos estructurales, de naturaleza primaria y secundaria, que son causados por las crisis internas de su organización y por las crisis externas provenientes de los procesos de descomposición de la sociedad. Ambos fenómenos, en la medida en que no son encarados con respuestas adecuadas de readaptación institucional, golpean duramente sus procesos centrípetos de organización ideológica y, a largo plazo, provocan su inestabilidad y degeneración progresiva.

5. Esta reflexión es sólo una parte de un proyecto más amplio para estudiar la economía política de los aparatos de comunicación de masas en la fase moderna del modo de producción capitalista (1900-1980), por ello no desarrollamos aquí toda la complejidad propia de la superestructura ideológica y de sus soportes de materialización. Simplemente presentamos el tratamiento de lo que consideramos que son las principales puntas institucionales de producción de la hegemonía contemporánea.

Es decir, no se explica toda la conformación y mecánica infraestructural que caracteriza el funcionamiento económico que sirve de sustento material a la superestructura cultural de la sociedad capitalista, ni tampoco examinamos la configuración, los elementos fundantes, y los princi-

pios de determinación y autonomía que modelan a la superestructura social y al Estado, especialmente en su nivel ideológico. Retomando como dada la dinámica desigual del modo de producción capitalista en todas sus esferas (económica, política y cultural), y la función rectora que ejerce el Estado dentro de ésta, partimos del proceso que ordena la dinámica avanzada de elaboración de la conciencia, para localizar cuáles son las zonas de producción de las crestas ideológicas de la sociedad civil contemporánea (véase Esteinou, 1978).

Por lo tanto, metodológicamente, nos ubicamos en el análisis del proceso de creación de las puntas del consenso que conforman la orientación psicológica, afectiva, cognitiva y motriz de la sociedad, es decir, que generan la principal conducción político-cultural de la misma. Así, desmontamos la específica función estructural que desempeñan los aparatos dominantes de difusión de masas dentro del conjunto de establecimientos de hegemonía del sistema capitalista, y dentro del sistema de relaciones sociales que soportan al mismo. De esta forma, aunque nuestro análisis no desarrolla las particularidades de las estructuras fundantes de la sociedad capitalista, se basa en ellas para examinar las funciones hegemónicas que ejercen los medios de información social (véase figura 5.1).

Esto no implica que por no presentar aquí todo el conjunto de determinaciones históricas que condicionan a los aparatos de difusión, nos situemos en la óptica idealista que concluye que éstos operan como instituciones desvinculadas de todo el proceso de reproducción social. Por el contrario, reconocemos que son expresiones culturales de los proyectos y contradicciones políticas que se viven al interior del campo del poder. A su vez, sabemos que éstos son reflejos de los antagonismos que subsisten en la base material de la sociedad y, al mismo tiempo, son resultantes del modelo y de la coyuntura histórica por la que atraviesa la sociedad.

En síntesis, reconocemos plenamente que los aparatos de difusión de masas son productos particulares del proceso de reproducción y desestructuración permanente de la sociedad global.

6. Se resaltan y confrontan entre sí las principales tendencias generales que muestra la estructura del aparato escolar dominante y el esqueleto del aparato dirigente de la cultura de masas en el capitalismo contemporáneo. En esta comparación, el aparato escolar (instrucción preescolar, primaria, secundaria, preparatoria, técnica, superior, etcétera) y el aparato de la cultura de masas (televisión, radio, cine, prensa, etcétera), son concebidos en sentido amplio, sin precisar las funciones específicas que cada subaparato o subsistema de éstos desarrollan.

En este sentido, los planteamientos que aquí se exponen pueden ser válidos básicamente como teorías de alcance global, que explican las características de operación de los medios en los ciclos históricos de las

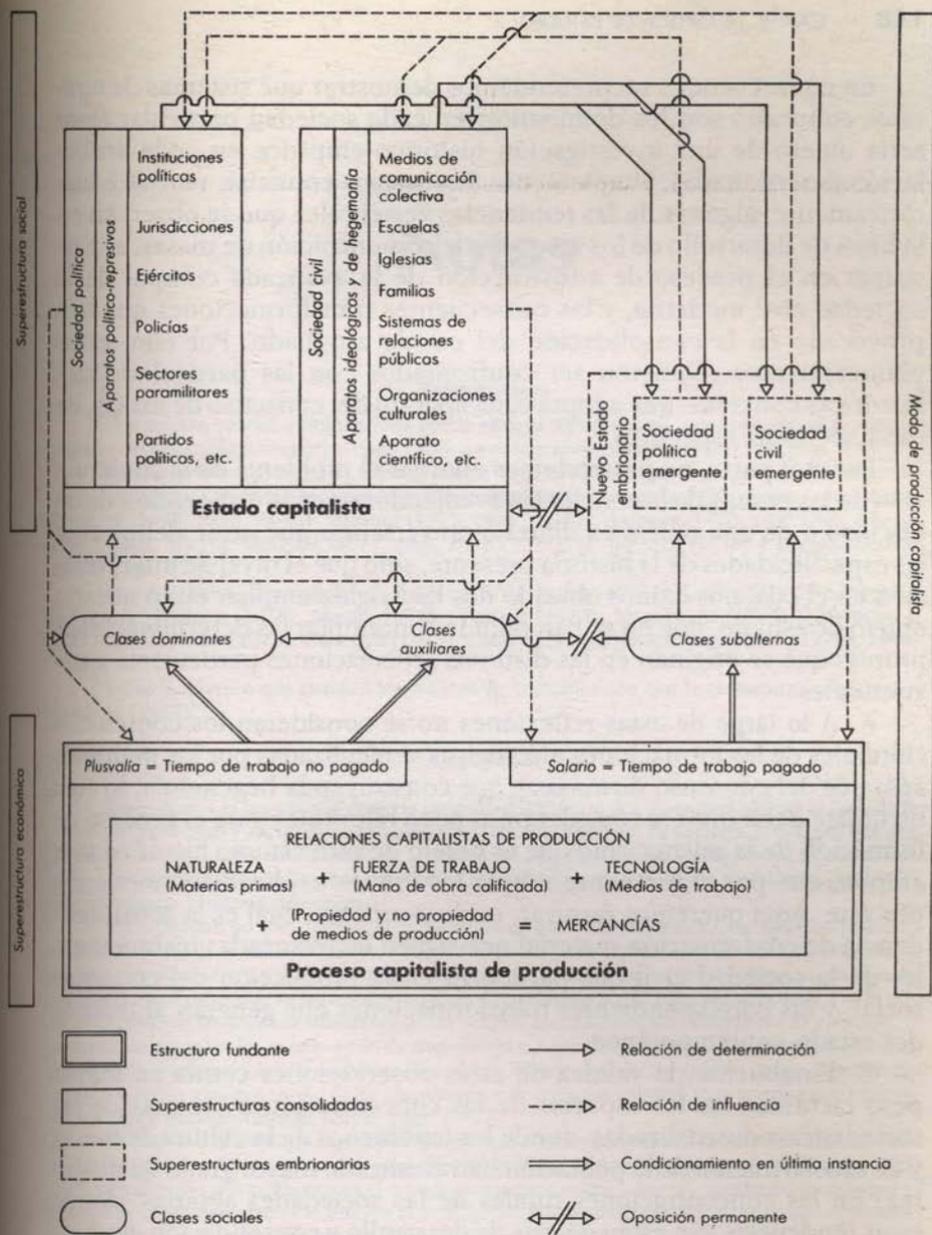


Figura 5.1. Aparatos de comunicación de masas y estructura social capitalista.

formaciones capitalistas. No son teorías de alcance sectorial que, necesariamente, aclaren de forma exhaustiva el comportamiento particular de cada aparato de difusión de masas en las distintas coyunturas históricas por las que atraviesa el cuerpo social.

En consecuencia, no pretendemos demostrar qué sistemas de aparatos culturales son los dominantes en cada sociedad particular (esto sería objeto de una investigación histórico-empírica en cada articulación determinada). Simplemente intentamos enunciar, teórica e históricamente, algunas de las tendencias vertebrales que se observan en la línea de desarrollo de los aparatos de comunicación de masas, al participar en el proceso de construcción de la avanzada cultural de la sociedad civil moderna, y las consecuentes transformaciones que han provocado en la consolidación del estado ampliado. Por ello, estos planteamientos requieren ser confrontados con las particularidades históricas concretas que adopta cada aparato del consenso de masas, en cada sociedad específica.

Por otra parte, no pretendemos abordar el problema de la construcción de las puntas de la conciencia evadiéndonos en la elaboración de un discurso o de una polémica difusa o universalista que no se defina ante las especificidades de la historia presente, sino que el nivel de interpretación en el cual nos hemos ubicado nos ha exigido ampliar tanto nuestro objeto de estudio, que no se han podido contemplar las determinaciones propias que se originan en las distintas articulaciones particulares y coyunturales.

7. A lo largo de estas reflexiones no se consideran los contenidos culturales de las formaciones ideológicas vehiculizadas por los múltiples aparatos del consenso de masas y que construyen la hegemonía, lo cual no quiere decir que los consideramos poco relevantes para el proceso de formación de la misma, sino que es objeto de otro estudio histórico más amplio, que por el momento rebasa los límites explicativos impuestos por éste. Aquí queremos mostrar, exclusivamente, cuál es la actual tendencia de conformación material que siguen las avanzadas institucionales de la sociedad civil que participan en la producción del consenso social, y las correspondientes transformaciones que generan al interior del estado contemporáneo.

8. Finalmente, la validez de estas observaciones centra su mayor peso científico en los espacios de las concentraciones urbanas de las sociedades industrializadas, donde los fenómenos de la cultura de masas y de escolarización de la población han alcanzado mayor grado de madurez. En las concentraciones rurales de las sociedades agrarias, donde estas tendencias aún están en vías de desarrollo y consolidación gradual, el fenómeno reviste otras características. Esto es debido a que en estas formaciones históricas subsisten fuertes sedimentos de viejas relaciones económicas, políticas y culturales de antiguos o distintos modos de producción, la articulación hegemónica que se da al interior de las mismas está soportada por viejos aparatos ideológicos que, dentro de éstas, ocupan el rango de instituciones culturales dominantes.

Notas

Introducción

¹ Una noción parcial e influenciada por la escuela althusseriana, pero que enumera algunos avances del materialismo histórico hasta 1968, la encontramos en Harnegger (1968, págs. 8-9).

² Para una visión aproximada sobre el estado de desarrollo en que se encuentra el tratamiento de la problemática referida a la superestructura cultural en la década de 1970, revisar Lutzemberg y Bernardi (1978, págs. 39-42); Vasconi (1975, págs. 51-53); Assman (1976, pág. 180); Chacón (1975, págs. 15-16); Margulis (1977, págs. 64-65 y 77); G. Jiménez (1978) y Buci-Glucksman (1978, págs. 65-92).

³ Nos referimos a los trabajos de Texier (1975); Bobbio (1972); Lenk (1974); Rodríguez P. (1972); G. Jiménez (1978); Mouffe (1978); Portelli (1973); Macciocchi (1975); Limoneiro C. (1975); Jakubowsky (1973); Guichard (1975); Córdova (1976) y Poulantzas (1969, 1976a, 1976c, 1979a).

⁴ Sobre la relación que guardan los núcleos de comunicación con la estructura social, revisar Esteinou (1978).

Capítulo 1

¹ Entendemos la hegemonía como la capacidad que tiene una clase para ejercer la función de dirección intelectual y moral de una sociedad por vía del consenso. Es decir, es la facultad que desarrolla un sector dominante, a través de la sociedad civil, para aplicar las funciones de subordinación, educación y conducción sobre otra clase e incluso sobre todo el cuerpo social, para gobernarlo por un espacio histórico determinado.

Esta capacidad no sólo permite la dominación de una clase sobre otra, sino también posibilita el avance social de la sociedad en su conjunto. Esto es, la hegemonía no sólo es una relación de dominación sino, sobre todo, es un proceso de atracción activo de las demás clases, incluso de las enemigas, para participar en un mismo proyecto de desarrollo social (función nacional). Por lo tanto, la hegemonía no depende solamente de los simples mecanismos administrativos de coerción, ni tampoco se agota en los mecanismos de imposición o sujeción ideológica (Althusser), o en los de legitimación por una violencia simbólica (Bourdieu). Es una tarea de integración nacional por vía del consenso activo y no por medio de los instrumentos de coerción cultural. Para ampliar este concepto, consultar Buci-Glucksman (1978, págs. 73-77).

² En cuanto a la ideología, queremos asentar que contrariamente a la concepción althusseriana de ideología como falsa conciencia, adoptada en trabajos anteriores (Esteinou, 1978, págs. 115-200), actualmente la concebimos en el sentido gramsciano como "una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida individual y colectiva" (Grisore y Maggiori, 1976, pág. 188).

Es decir, la ideología viene a ser el sentido experimentado de las distintas relaciones que mantiene el hombre con el medio natural y social que lo rodea. Por lo tanto, toda actividad humana implica necesariamente la producción de una visión del mundo; e inversamente, toda concepción, en tanto que expresa a una clase social, tiende a manifestarse en todos los tipos de comportamiento de los miembros de esta clase.

Para una crítica a la concepción althusseriana de la ideología, recomendamos el trabajo de Emilio de Ipola (1975, págs. 7-89).

³Contrariamente a la perspectiva althusseriana que define a los aparatos ideológicos de Estado (AIE) como el conjunto de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas que producen e inculcan la ideología o falsa conciencia, ahora los concebimos como el conjunto de instituciones y casi instituciones especializadas que producen, circulan e inculcan una determinada visión de la realidad, que le permite alcanzar a la clase, fracción de clases o bloque poseedor de poder, no sólo la capacidad de legitimar sus intereses particulares y reproducirse en la misma situación que ocupa en la estructura histórica, sino también de expandirse y dirigir políticamente al cuerpo social por vía de la ideología.

Cuando la ideología que se elabora transmite e introyecta, a través de éstos, corresponde a los intereses de la clase históricamente gobernante, los AIE se convierten en dominantes. Es decir, se transforman en las instituciones que contribuyen a reproducir y ampliar las condiciones de existencia y reinstalación del sector dirigente, por medio de la acción cultural.

⁴Por lo que concierne al bloque histórico, también utilizamos este concepto en el sentido gramsciano, como la articulación orgánica y dialéctica que se establece entre la base y la superestructura de la sociedad, permitiendo que, por una parte, los aspectos medulares de esta primera condición, en última instancia, a la segunda; y por otra, que la superestructura, a su vez, adquiera cierta "autonomía relativa" que le permita replicar, retroalimentar y hasta sobredeterminar a la estructura económica de la sociedad.

Debemos recordar que Gramsci lo describe como el proceso mediante el cual "el conjunto complejo, contradictorio y discorde de las superestructuras es el reflejo del conjunto de relaciones sociales de producción. De ello surge que sólo un sistema totalitario de ideología refleja racionalmente la contradicción de la estructura y representa la existencia de condiciones objetivas para la subversión de la praxis. Si se forma un grupo social homogéneo al 100% por la ideología, ello significa que existen al 100% las premisas para dicha subversión; o sea, que 'lo racional' es real, activa y actualmente. El razonamiento se basa en la reciprocidad necesaria entre estructura y superestructura (reciprocidad que es, por cierto, el proceso dialéctico real)" (Antonio Gramsci, 1976, págs. 46-47).

⁵Por lo que respecta al Estado, opuestamente a la noción simplemente coercitiva que ha sido empleada por diversas corrientes materialistas, nosotros lo comprendemos en el sentido gramsciano, como "la suma de la sociedad política más la sociedad civil, vale decir, la hegemonía revestida de coerción" (Gramsci, 1975a, pág. 65). Esto significa que el estado no es meramente un aparato represivo que permite que la clase dominante ejerza su dictadura a través del aparato militar, policial, jurídico, etcétera, sino que también posibilita el ejercicio de su poder a través del aparato educativo, cultural, informativo, etcétera.

Por ello, debemos entender el Estado como "el conjunto de órganos por medio de los cuales se ejerce la hegemonía y la coerción de la clase dirigente sobre las clases subalternas, no con la mera intención de preservar, defender y consolidar sus intereses económicos-políticos, sino también para elaborar una acción educativa de conformidad con el conjunto del cuerpo social, de manera que los objetivos e intereses de la clase dominante aparezcan como datos y valores universales". De esta forma, "el Estado lleva a cabo una función de dominio (propia de la acción política) que tiende a someter a las clases subalternas; una función hegemónica (propia de la sociedad civil) que tiende a obtener la adhesión y el consenso de las clases subalternas, la constitución en un bloque de las diversas fuerzas sociales, la unificación ideológica y cultural de la nación (Grisore y Maggiori, 1976, págs. 167-168).

En resumen, a partir de las funciones anteriores, pensamos que el Estado es "el organismo propio de un grupo, destinado a crear las condiciones favorables para la máxima expansión del mismo grupo; pero este desarrollo y esta expansión son concebidos y presentados como la fuerza motriz de una expansión universal, de un desarrollo de todas las energías nacionales. El grupo dominante es coordinado concretamente con los intereses generales de los grupos subordinados, y la vida estatal es concebida como una formación y una superación continua de equilibrios inestables (en el ámbito de la ley) entre los intereses del grupo fundamental y los de los grupos subordinados. Equilibrio en donde los intereses del grupo dominante prevalecen pero hasta cierto punto, o sea, el punto en que chocan con el mezquino interés económico-corporativo" (Gramsci, 1975a, pág. 72).

⁶Para un análisis de Max Weber sobre la legitimidad, véase Barnett, 1972.

⁷Entendemos por ideología dominante la particular concepción del mundo del sector dirigente que la impone como visión universal al conjunto de agentes sociales de la formación económico-social que gobierna, con el objeto de reproducirse como tal dentro de los márgenes históricos que le exige su programa de desarrollo social.

Esto significa, que "las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época o, dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder espiritual dominante. La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material, dispone con ello al mismo tiempo de los medios para la reproducción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por términos del mismo, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente. Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes, las mismas relaciones materiales dominantes concebidas como ideas, por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante, o sea, las ideas de su dominación" (Marx y Engels, 1973, pág. 45).

⁸ Para ampliar la visión sobre la función que ejerce la iglesia en esta época de la historia, consúltese Althusser (1975, págs. 35-37). Para una referencia sobre el papel dominante de la iglesia en el periodo colonial de México, ver Loera Chávez, 1981.

⁹ Véase Poulantzas (1969, págs. 275-276). Para ampliar las características del aparato ideológico dominante y sus respectivas formaciones ideológicas en distintas fases de la historia, consúltese Fossart (1977, pág. 100) y Ponce (1974a, págs. 9-183).

Capítulo 2

¹ Curiosamente, otro marxista contemporáneo de Antonio Gramsci que surge en América Latina, y que formula una concepción muy similar a la de éste sobre la escuela como aparato de hegemonía dominante, pero sin conocer su pensamiento, es el peruano José Carlos Mariátegui. Dedicado a la labor de organización popular de su patria, especialmente en el sector magisterial, Mariátegui escribe acertadamente en 1925, que "la escuela del Estado es una de las tres instituciones [el cuartel y la burocracia son las otras dos], mediante las cuales el Estado ha conseguido anular en el individuo la libertad del querer, la espontaneidad de la iniciativa, la originalidad del movimiento y ha reducido a la humanidad a una docilísima grey que no sabe pensar ni actuar conforme al signo y según la voluntad de sus pastores. *Es, sobre todo, en la escuela donde el estado moderno posee el más fuerte e irresistible rodillo compresor, con el cual aplana y nivela toda individualidad que se siente autónoma e independiente*" (Mariátegui, 1973, pág. 22) (cursivas nuestras).

La conciencia que adquiere sobre la importancia medular que ocupa la escuela laica y la católica es tal, que dedica entre 1925 y 1928 varios trabajos al análisis de éstas. Entre los más relevantes, destacan sus artículos sobre "La libertad de enseñanza", "La enseñanza y la economía", "La enseñanza única y la enseñanza de clase", "Los maestros y las nuevas corrientes", "El nuevo espíritu y la escuela", y otros más.

Es importante aclarar que en esta época, tanto en Italia como en el Perú y el resto de América Latina, la escuela sí ejerce una tarea privilegiada en la formación y reproducción de la hegemonía social, situación que en poco tiempo, con la revolución tecnológica de los aparatos ideológicos, va a ser sustituida por nuevas instituciones culturales.

Algunas aproximaciones que muestran la función básica que ha ocupado el aparato escolar en el sostenimiento y la reproducción de las estructuras del capitalismo latinoamericano, desde la ruptura con la sujeción colonial, hasta el liberalismo presente, las encontramos en Vasconi (1980, págs. 173-198); Labarca (1980, págs. 157-172) y Cabello (1969, págs. 108-118).

² Althusser (1975, págs. 37-38). Debido a que hasta el momento no poseemos suficiente información sobre la función que desempeña la familia como aparato ideológico, no abordaremos su estudio en este trabajo. Sin embargo, pensamos que no obstante existir pocos estudios sobre el caso, es posible descubrir que, debido a la fuerte relación de autoridad que se establece entre padres e hijos, la familia capitalista ejerce una muy sólida función primaria de microcohesión social de los sujetos.

Pero aun así, en términos de crear un consenso global y dinámico para legitimar las actuales estructuras económicas, políticas y culturales de las formaciones capitalistas modernas, la familia no cobra gran relevancia como aparato hegemónico, puesto que, por una parte, no funciona como un aparato ideológico homogéneo que inculque un género específico de ideología dominante que convalide uniformemente los desequilibrios del sistema social; sino una multitud de gamas ideológicas según sea la tradición, estructura, contexto, origen de clase, etcétera, de cada núcleo familiar. Por otra, el radio de acción cultural familiar es muy reducido: abarca sólo la férula del hogar y, en consecuencia, sólo cubre la influencia directa sobre sus miembros que nunca llegan al nivel cuantitativo de masa, sino de pequeño grupo primario.

No obstante estas aproximaciones, estamos conscientes de que dicha realidad es otra área de la

problemática ideológica que aún queda abierta a la investigación, y que el abordaje de esta temática permitirá registrar, con mayor exactitud, la específica función histórica que ejerce cada uno de los aparatos culturales al interior de la sociedad civil capitalista.

Para profundizar esta temática, consultar Delhumeau (1977, págs. 149-158) y (1973, pág. 14); Reich (1973, págs. 50-101); Corona *et al.* (1980, pág. 13) y Hornstein (1973, págs. 147-192).

³Baudelot y Establet (1977, págs. 254-255). Ampliando y reiterando su posición, precisan tres criterios para comprender hasta dónde el aparato escolar se puede establecer como dominante, dentro de la estructura del sistema capitalista:

1. Aunque el aparato escolar sea en la actualidad el más poderoso de todos los aparatos ideológicos, sería totalmente falso pensar que logra realizar completamente sus objetivos. En primer lugar, porque la burguesía ha tenido que llevar a cabo una larga lucha de clase contra los representantes de las antiguas clases dominantes para poder instaurar su aparato escolar. Todavía quedan huellas de esta lucha. Enseguida, porque la lucha de clases es otra "escuela" totalmente distinta para los proletarios: se encarga de ayudarles a liquidar, al menos en parte, la ideología pequeñoburguesa inculcada por la primaria profesional. Finalmente, porque la crisis del imperialismo, la resistencia del pueblo vietnamita y la revolución cultural china han provocado en todos los países capitalistas una revuelta de la juventud escolarizada que dice mucho sobre las contradicciones de la labor ideológica de la clase dominante.

2. Para reproducirse y para conservar en el aparato escolar la forma que corresponde a esta reproducción, la ideología burguesa, en función de las victorias de su adversario, está obligada a un aplazamiento perpetuo. Hoy en día, se ha vuelto imposible e injustificar pura y simplemente la colonización, difundir un racismo sumario, celebrar en tanto que tales las virtudes históricas de la burguesía. La ley del trabajo celebrada antaño explícitamente por los manuales de Lavisé, ya no es inculcada en la actualidad más que de manera indirecta y clandestina por la metáfora de la abeja o el cuento de la gallinita rosa. Aquí habría que escribir toda la historia de las transformaciones que el aparato ha tenido que sufrir para conservar grosso modo sus funciones.

3. En la actualidad, en todo el mundo, las derrotas sufridas por el imperialismo traen consigo la degradación y la decadencia de la ideología burguesa. Esto se traduce fatalmente, en el terreno mismo de los aparatos escolares, en las grandes dificultades para presentar de manera coherente la ideología dominante y sus subproductos culturales. Cuando la burguesía compartía la filosofía de la historia de Guizot, era fácil extraer de ella un catecismo para el pueblo. Pero hoy en día, cuando la única réplica de las autoridades académicas burguesas al materialismo histórico es el empirismo, el relativismo y las baratijas cifradas sobre la inextricable complejidad de lo real, es más difícil constituir una filosofía homogénea para los intelectuales y un catecismo simple para el proletariado (*Ibid.*, págs. 153-154).

⁴Poulantzas (1976c, pág. 33). Para entender su análisis de la reproducción de las clases sociales por intermedio del aparato educativo, revisar págs. 27 a 35.

No obstante que el pensamiento de Poulantzas al estudiar las puntas de la hegemonía también se inscribe dentro de la esfera conceptual trazada y difundida por L. Althusser, su concepción tiene el gran mérito de no encerrarse en una óptica mecánica y hermética como la de Althusser. Es decir, desde antes de haber concebido a la escuela como el principal aparato de hegemonía, Poulantzas aporta una gran riqueza de interpretación teórica e histórica, al explicar y demostrar que no en todo momento la escuela es el principal aparato ideológico del Estado, sino que este dominio depende, básicamente, de las coyunturas históricas por las que atraviesa la lucha de clases y la reproducción del capital.

Así, por ejemplo, en 1970 demuestra cómo en los periodos de emergencia de los estados de excepción o de los estados fascistas como fueron los casos de Alemania e Italia, los aparatos ideológicos dominantes son desplazados y atravesados por las nuevas líneas de fuerzas político culturales que adopta la reestructuración total del sistema social en crisis. De esta forma, explica que una vez establecido el fascismo, éste va acompañado igualmente de una reorganización de las relaciones en el seno de los aparatos ideológicos de Estado. En primer lugar, es la mutua autonomía relativa de esos aparatos lo que, paralelamente a su autonomía relativa respecto del aparato represivo de Estado, queda sometida a revisión. Sin que se pueda establecer un orden continuo y riguroso de subordinación entre ellos (a causa de su naturaleza), es posible descubrir los aparatos bajo el predominio de los

cuales se establecen las nuevas relaciones. Esto se debe, entre otras cosas, a las formas que reviste la ideología fascista:

- a) El partido fascista, que no se fusiona jamás por entero con el Estado, sirve, a partir del momento en que se halla él mismo subordinado al aparato de Estado, a la vez de correa de subordinación estricta de los aparatos ideológicos al aparato represivo y de eslabón de cohesión centralizada de los aparatos ideológicos que domina. Habiendo servido antes el partido fascista de medio de control del aparato de Estado, deviene en adelante de manera esencial el medio de control de los aparatos ideológicos por el aparato de Estado.
- b) La familia, que se convierte en una de las piezas centrales de los aparatos ideológicos de Estado. Hay que advertir, por lo demás, que, en oposición al estado fascista, el papel de la familia se halla, en la forma "normal" de estado intervencionista, en segundo término en relación con su papel en la forma de estado liberal.
- c) El aparato de información y de propaganda: edición de periódicos, radio, etcétera.

Así, partido-familia-propaganda constituyen aquí el tríptico dominante de los aparatos ideológicos de Estado. Lo que hay que notar a continuación es la regresión significativa de ciertos aparatos ideológicos de Estado, especialmente de los aparatos escolar y religioso (Poulantzas, 1971, pág. 394).

Para profundizar sobre las características de los casos alemán e italiano consultar, de la misma obra, págs. 398 a 421.

Continuando esta línea de investigación coyuntural sobre la cultura, en 1975 analiza las propiedades que distinguen a los aparatos ideológicos del Estado en Portugal, Grecia y España durante la crisis de 1974, y describe e interpreta los desplazamientos del poder que sufre el aparato ideológico dominante en las fases del estado de excepción. Al respecto, revisar Poulantzas (1976b, págs. 101-143).

⁵Véase, para este concepto, Bourdieu y Passeron (1974). Ahí puede leerse:

La acción pedagógica es objetivamente una violencia simbólica, en un primer sentido, en tanto que las relaciones de fuerza entre los grupos o las clases constitutivas de una formación social están en el fundamento del poder arbitrario que es la condición de la instauración de una relación de comunicación pedagógica, de la imposición y de la inculcación de un arbitrario cultural según su modo arbitrario de imposición y de inculcación (pág. 20). En una formación social determinada, el arbitrario cultural que las relaciones de fuerzas entre los grupos o clases constitutivas de esta formación social ponen en posición dominante, es aquel que expresa más completamente los intereses objetivos (materiales y simbólicos) de los grupos o clases dominantes (pág. 23). La acción pedagógica, en la que el poder arbitrario de imponer un arbitrario cultural reposa en último análisis sobre las relaciones de fuerza entre los grupos o clases constitutivas de la formación social en que ella se ejerce, contribuye, reproduciendo el arbitrario cultural que ella inculca, a reproducir las relaciones de fuerza que fundan su poder de imposición arbitraria (págs. 24-25).

⁶Baudelot y Establet (1977, pág. 245). El proceso de formación de la fuerza de trabajo exige a tal grado el dominio de un mismo código lingüístico por el trabajador colectivo que, por ejemplo, en 1981, en Estados Unidos, la Champlin Petroleum Co., argumentando que la baja productividad de los trabajadores chicanos y el relajamiento de sus hábitos laborales se debe a un distanciamiento comunicativo entre mexicanos y estadounidenses, impidió el uso del idioma español, pues obra en detrimento de las ganancias de la empresa: "las lenguas que no sean el inglés, están prohibidas durante las horas de trabajo". Véase "Una compañía petrolera de Texas prohíbe a sus obreros el uso del español durante las horas de trabajo", *Uno más Uno*, 17 de agosto de 1981, pág. 20.

⁷Para constatar cómo, a través de la función de reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo, el aparato educativo ha contribuido sustancialmente al proceso de acumulación de capital en América Latina, consultar Vasconi (1979, pág. 22); Labarca (1980, págs. 25-31 y 42-57); Vasconi (1977c, págs. 17-68) y Labarca (1977b, págs. 29-92).

Ahora bien, aunque hasta el momento casi todos los estudios marxistas formulan que la reproducción de la fuerza de trabajo se realiza a través del aparato educativo, es muy importante reconocer que en la actual fase de concentración monopólica del capital ésta también es reproducida, por

una parte, al interior de la misma empresa y del sistema productivo, y por otra, a través del aparato global de la cultura de masas.

Así, en el primer caso, observamos que cuando el aparato de enseñanza no responde a las necesidades concretas de especialización de la fuerza de trabajo que demanda el aparato económico, éste tiene que resolver, por sí mismo, dicha capacitación. Por esta razón constatamos, por ejemplo, que ante las carencias educativas que arroja el sistema de enseñanza secundaria estadounidense en 1981, el Continental Illinois And Trust Co., de Chicago se vio obligado a cubrir lagunas básicas de calificación de la mano de obra mediante la creación de cursos de inglés, ortografía, matemáticas y otros conocimientos elementales que requiere el funcionamiento del capital bancario. Véase "El deterioro educativo frustra la revolución tecnológica: EU", *Excelsior*, 27 de enero de 1981, Sección Financiera, pág. 4.

Para poder manejar el creciente número de trabajadores semiinstruidos, muchas otras compañías se vieron obligadas a impartir cursos hacia fines de la década de 1970. Según un estudio de la "Conferencia sobre la educación en la industria", el 35% de las 800 compañías examinadas en 1977, informaron que ofrecían cursos sobre temas que "en realidad son responsabilidades de las escuelas". Actualmente, según los expertos, cada vez más compañías estadounidenses están recurriendo a este tipo de medidas.

En algunos casos, los solicitantes que necesitan dichos cursos deben tomarlos antes de ser contratados. En otros, los solicitantes son contratados primero, y después reciben las clases junto con los empleados de mayor antigüedad que también necesitan mayor instrucción. El Continental Bank of Chicago, por ejemplo, en la mayoría de los casos utiliza a sus propios instructores y ofrece numerosos cursos durante las horas regulares de trabajo. Los empleados de oficina que tienen una deficiente instrucción pasan dos horas diarias, dos veces a la semana, durante 25 semanas, aprendiendo las "reglas básicas del inglés". Un curso de diez horas sobre "habilidades con los números" enseña a los empleados a "recordar y transferir cifras rápida y correctamente". Esta situación se está repitiendo cada vez con mayor frecuencia.

Sin embargo, algunas compañías consideran que estos cursos son sólo una medida para reducir el problema por el momento. La compañía J.L.G. Industries, cuyos cursos incluyen clases sobre cómo sumar y leer reglas, está tratando cada vez con mayor insistencia en resolver su problema laboral con robots y computadoras. "Una vez que se instala un robot, su productividad es constante a la vez que desempeña un trabajo de elevada calidad" expresa el director de J.L.G. "Por ello estamos introduciendo robots tan rápidamente como nos lo permite la tecnología", Véase "El caos educativo de origen familiar", *Excelsior*, 23 de enero de 1981, Sección Financiera, pág. 8.

Esto mismo, con ligeras variantes, se constata desde 1973 en la Compañía Chrysler de México, donde a través de concursos de selección se elige a los mejores estudiantes de 150 escuelas técnicas del país para adiestrarlos como técnicos automotrices en su centro privado de capacitación técnica. Hasta la fecha se han realizado 42 cursos, en los cuales han participado 450 instructores por año. Con ello, se han hecho frente a la demanda insatisfecha de la industria automotriz nacional para formar más de 11 mil nuevos elementos por año, en este ramo. Véase "Nuevamente Chrysler. Programa automotriz de promoción, capacitación y tecnología", *Excelsior*, 25 de mayo de 1981, Sección B, pág. 1.

La misma situación se repitió en noviembre de 1981, cuando la empresa estatal mayoritaria "Productora Mexicana de Tubería", asociada con el Grupo Sumitomo de Japón, inició diversos cursos de capacitación técnica para adiestrar a campesinos que no cuentan con ninguna cultura industrial. Para 1983, la compañía calcula que se calificará a más de 350 personas que colaborarán en la producción de 290 mil toneladas de tubería de acero soldado de gran diámetro. Véase "Anunció sus planes de capacitación laboral la productora mexicana de tubería", *Excelsior*, 12 de noviembre de 1981, pág. 4.

Incluso esta nueva función de adiestramiento de la empresa en la fase de producción industrial, no solamente es realizada espontáneamente por ésta, sino que en algunos casos esta tarea es exigida por el Estado. En México a través de la Secretaría del Trabajo, se aplican multas de hasta 315 veces el salario de cada trabajador a toda aquella empresa que no adiestre o capacite a sus trabajadores. Además, el pago de dicha pena no exime de cumplir tal obligación. Véase "66 000 pesos por hombre, las multas a empresas que no capacitan a trabajadores", *Excelsior*, 12 de enero de 1981, pág. 5-A; "Se vinculará la educación básica con los programas de capacitación", *Excelsior*, 18 de mayo de 1981, pág. 3; "Obligación patronal, la capacitación obrera", *El Día*, 30 de junio de 1981, pág. 3; "La mayor parte de las empresas del país no capacitan a sus trabajadores", *El día*, 14 de julio de 1981, pág. 2;

"Tres mil 884 empresas sancionadas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social por no capacitar a trabajadores", *El Día*, 15 de julio de 1981, pág. 3; y "A través de su centro de capacitación, la CTM llenará vacíos de tipo educativo", *El Día*, 23 de agosto de 1981, pág. 3. Para ampliar esta realidad, consultar "Plan escuela-empresa; la buena vecindad", *Expansión*, núm. 291, vol. XII, año XII, 28 de mayo de 1980, págs. 63-65; Hirschmann, "Cómo beneficiarse con la curva de aprendizaje", *Expansión*, núm. 291, págs. 83-106; La Belle, "Impacto de la educación no formal sobre el ingreso en la industria: Ciudad Guayana, Venezuela", *Rev. del Centro de Estudios Educativos*, núm. 4, vol. IV, 4º trimestre, págs. 37-65; y "Programa semillero: la empresa va a la escuela", *Expansión*, núm. 318, vol. III, año XII, pág. 83-87.

⁸Aunque aquí básicamente estamos analizando al aparato escolar como aparato predominantemente ideológico, no debemos olvidar que éste también funciona, en menor grado, como aparato represivo. Tenemos que recordar que la escuela ejerce, por ejemplo, diversos tipos de castigos que podrían clasificarse en dos tipos: castigos de imposición y castigos de prohibición.

Entre las censuras impositivas, podemos señalar:

- a) Horario fijo, sin importar el estado anímico y psicológico del niño.
- b) Programas en función de la edad, en los que no se tiene en cuenta las aptitudes ni las inquietudes de los alumnos, ni la diversidad de procedencia de éstos. Además, son programas definidos por adultos que exigen al niño un rendimiento de adulto.
- c) Uniformes, aún vigentes en muchas escuelas.
- d) Libros hechos con mentalidad de adultos, desvinculados totalmente de la realidad social del alumno y de su medio, obligándolo a aprender hechos e historias sin relación con su mundo.
- e) Actitudes como guardar silencio en clase, sin dejarles ninguna posibilidad de expresión, limitándoles a "hablar con orden", a "formarse", actitudes que cohiben y amedrentan al niño.
- f) Exámenes y evaluaciones, quizá el peor de los castigos. Se coloca al niño en una situación de ansiedad y miedo, de "stress" casi permanente, en una angustia que puede desembocar trágicamente (es escalofriante la estadística de suicidios infantiles por malas notas, sobre todo en los países más "avanzados" de Europa Occidental y América del Norte). Pero, aún en el mejor de los casos, los exámenes y evaluaciones llevan al alumno a una competitividad egoísta e insolidaria.
- g) Limpieza excesiva, tanto personal como de sus útiles de trabajo, que obliga al niño a convertirse en un ser pasivo, sin iniciativa por temor a mancharse y ser castigado; se corta así toda posibilidad creativa, al ser controlada la actividad expresiva e intelectual del niño que debe ceñirse a lo dictado y/o mandado en clase.
- h) Castigos como los de copiar muchas veces los mismos textos o frases, que inducen al niño a una expresión escrita totalmente mecánica, repetitiva, sin posibilidad de crítica, que le llevan al odio a la actividad literaria e intelectual.
- i) La anulación del recreo o salir una hora más tarde, que produce también frustración, agresividad contenida y que, unidos a los llamados "castigos ejemplares" como expulsión de clase, envío al director, aviso al padre, o castigos corporales, producen temor, aislamiento, marginación, traumatización.
- j) La separación por sexos, que lleva a los niños a una educación sexual traumatizante.

Entre los castigos de prohibición podemos citar la restricción del movimiento y de la comunicación con los compañeros en las clases; de los juegos que no aprueba la escuela (el maestro o el director); de todo lo que en general se salga de la disciplina, de la espontaneidad e iniciativa, de la libre expresión, de la creatividad. Para ampliar este tema consultar Zabarán (1981).

⁹Siguiendo los lineamientos althusserianos, León Benítez (1975, pág. 91) expresa que en una formación social capitalista el aparato educativo contribuye a la reproducción del sistema social en que opera, es decir, el aparato educativo con sus diferentes niveles o ciclos (jardín de infantes, escuelas, colegios normales, sistema extraescolar, universidades, etc.), ayuda a la reproducción material e ideológica del sistema social vigente.

¹⁰Para una perspectiva que muestra algunas de las ideologías que han inculcado el aparato educativo, revisar Puiggrós (1980), Carnoy (1977) y Ponce (1976).

¹¹Por socialización ideológica o aculturación entendemos el proceso cultural mediante el cual

los individuos o agentes sociales de una formación histórico-social determinada, asimilan como propias las ideas o pautas de comportamiento específicos de la sociedad y del estrato de clase al que corresponden.

¹² Por capital cultural o capital ideológico comprendemos el conjunto de conocimientos que le permiten a un individuo, a una clase o a una fracción de clase, ejercer la función cultural que le ha asignado la dinámica histórica de una formación histórico-social determinada. En el modo de producción capitalista, observamos básicamente dos tipos de capitales ideológicos: el capital cultural de la burguesía, que son todos aquellos conocimientos que le permiten desempeñar el papel de clase dirigente, y el capital cultural del proletariado, que son todos aquellos contenidos ideológicos que la mantienen como sector explotado, sin permitirle la formación de una conciencia de clase "para sí".

¹³ En este aspecto, es conveniente considerar que el tiempo de escolaridad se ha incrementado: el promedio de años de escuela completados por la población trabajadora se elevó de 10.6 en 1948 a 12.4 a fines de la década de 1960, y esta fue únicamente la culminación de una tendencia que había estado en marcha durante un siglo. Véase Braverman (1980, págs. 498-499).

Capítulo 3

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, 1a. ed., 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, mimeo, págs. 1-3; Heberto Castillo, "Un partido revolucionario mexicano", *Revista 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*, págs. 71-75; Armand Mattelart, "Los medios de comunicación masiva en una situación prerrevolucionaria", en *Revista Arte, sociedad e ideología*, núm. 2, agosto-septiembre de 1977, México, pág. 86; Franz Hinkelammert, *Dialéctica del desarrollo desigual*, Ediciones Universitarias de Valparaíso, Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, 1972, pág. 125; Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina, 1973, pág. 11-13; Armand Mattelart, *Fuentes culturales y movilización de masas*, Anagrama, Colección Elementos Críticos núm. 3, Barcelona, 1977, pág. 28 y 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 crítica de la comunicación de masas, que hasta 1983 se encuentra en un grado elemental de desarrollo. Al respecto consúltese 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, 1976, págs. 247-248; Armand Mattelart, "La debilidad de la izquierda..." *art. cit.*, pág. 9; Mabel Piccini, *Sobre la producción discursiva, la comunicación y las ideologías*, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, 1981, mimeo, págs. 24-26; Jesús Martín Barbero; *Comunicación masiva: discurso y poder*, Época, Colección INTIVAN, núm. 7, Quito, 1978, págs. 13-15 y 37-39; Ana María Fadul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Santero, *Comunicação, Hegemonia e Contra-Infirmação*, (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares Da Comunicação), Cortez Editoria, INTERCOM, Sao Paulo, 1982, págs. 10-12; Jean Baudrillard, "Requiem por los Media", *art. cit.*, págs. 194-197; Daniel Prieto Castillo, *Elementos para una teoría de la comunicación*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (LCE), México, 1978, pág. 6 y 7; Mabel Piccini, *La investigación sobre medios de comunicación en América Latina*, Simposium Nacional de Comunicación: La experiencia de América Latina frente a la experiencia estadounidense, Universidad Iberoamericana, abril de 1978, México, págs. 10-16; Eliseo Veron, "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política", en *Lenguaje y Comunicación Social*, Nueva Visión, Argentina, 1977, págs. 134 y 140; Armand Mattelart, "Comunicación y cul-

tura de masas", en *Comunicación masiva y revolución socialista*, 1a. ed., Diógenes, México, 1972, págs. 11-13; J. M. Martínez, "Para entender los medios: medios de comunicación y relaciones sociales", en *Ideología y medios de comunicación*, Amorrortu, Argentina, 1974, págs. 126-128; Mabel Piccini, *La situación de los medios de comunicación en Argentina*, Simposium Comunicación y Dependencia en América Latina, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1978, págs. 13 y 14; Hans Magnus Enzensberger, "Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación", en *Los medios de comunicación colectiva*, Jaime Goded (compilador), UNAM, FCPS, serie Lecturas, núm. 1, 1976, págs. 60, 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; *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Comisión MacBride, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, págs. 40-44; y Carlos Monsiváis, *La izquierda no ha considerado prioritario el tema de la comunicación social: Excélsior*, 8 de mayo de 1983.

³Para una visión panorámica sobre algunos de los principales tópicos que el marxismo ha estudiado en cuanto a los medios de comunicación, consúltese *Marxism and the Mass Media: Towards a Basic Bibliography*, núms. 1-6, 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.

⁴Incluso puede pensarse que es poco el conocimiento 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, se confirma que a pesar de que en América Latina apenas se inicia tal actividad de investigación y reflexión, existe una larga tradición en la región sobre los temas al estudiarse 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 existentes sobre los procesos de comunicación de la sociedad, y por otro, empezar a formular nuevos interrogantes acerca de ello (véase Elizabeth Fox, "Comunicación y sociedad civil: una temática incipiente", en *Revista Comunicación y Sociedad*, núm. 7, Telemática y Sociedad, Buenos Aires, 1982, pág. 44).

⁵Nos referimos a los principales textos clásicos de la comunicación, que en ninguno de sus apartados examinan esta realidad. Consúltese G. Thoveron, *Sociologie des Moyens de Communication Sociale*, Presses Universitaires de Bruxelles, 1a. ed., París, 1972; A. Romero Rubio, *Teoría general de la información y de la comunicación*, Pirámide, Madrid; G. Maletzke, *Sicología de la comunicación social*, Época, Colección INTIYAN-CIESPAL, Quito, 1976; David K. Berlo, *El proceso de la comunicación*, El Ateneo, Buenos Aires, 5a., reimposición, 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*, Kapelus, Buenos Aires, 1977; *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., México, 1980; Denis McQuail, *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, 1978; Antonio García, *¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo?*, CIESPAL, Colección INTIYAN, Quito, 1980.

⁶Antonio Gramsci, "Problemas escolares y organización de la cultura", en *Los intelectuales y la organización de la cultura*, tomo 2, Juan Pablos, México, 1975, págs. 125-126.

⁷Antonio Gramsci, "La opinión pública", en *Pasado y Presente*, Granica, Buenos Aires, Argentina 1a. ed., 1974, pág. 203.

Este pronóstico se confirma plenamente en la actualidad; los aparatos de difusión de masas, particularmente la radio y la televisión, se han convertido en los principales centros productores, recolectores y distribuidores de la ideología italiana. Esto es, después de surgir la radio italiana en 1924 y la televisión en 1954, éstos se reprodujeron vertiginosamente en todo el país, hasta alcanzar en 1978 la cifra de 2 275 estaciones de radio y 503 de televisión. Incluso, no sólo se irradian por toda la nación, sino que actualmente Italia desplaza a Estados Unidos como el país que más impacto logra en la población con sus redes radiodifusoras de inculcación ideológica (8 240 estaciones de radio y 984 de televisión); para convertirse en el país que tiene la mayor densidad y penetración cultural propiciada por la acción discursiva de los aparatos de difusión colectiva. Es decir, si se considera la relación existente entre el número de habitantes y el número de estaciones emisoras, se

encuentra que en Estados Unidos existe una estación de radio por cada 25 826 habitantes, y una estación de TV 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 TV por cada 9 808 km²; mientras que en Italia tenemos una estación de radio por cada 132 km², y una estación de TV por cada 595 km² (Giuseppe Richeri, *Experiences Alternatives I: Les Stations Locales de Radio Television en Italie*; Comision Internationale d'Etude des Problemes de la Communication, núm. 67, París, 1978, pág. 2). Esta inercia de desarrollo de los nuevos soportes hegemónicos se incrementó notablemente hacia 1981, cuando las estaciones de radio y televisión alcanzaron la cifra de 6 500 emisoras, sin considerar las radios libres, que oscilan entre 1 800 y 2 000 estaciones.

Este moderno 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 buena parte 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 abarcó a 88 mil abonados; en 1960, a 500 mil; en 1972, rebasó los 10 millones; en 1973, cubrió a más de 12 millones; en 1977, incidió sobre 34 millones; y en la actualidad llega 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 se encuentra, por ejemplo, que en 1976, el 30% de la población adulta leía libros; el 31% asistía a los cinematógrafos, el 53% leía periódicos; el 63% seguía las transmisiones televisivas y el 70% escuchaba radio ("La RAI y sus cincuenta y dos años de vida", *El Día*, 24 de junio de 1976, pág. 26). Del contacto con la televisión, en 1961, la población recibía 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, avanzó en forma importante componiéndose de la siguiente manera:

Audiencia radiofónica y televisiva de los medios italianos en 1977.

Estaciones	Audiencia	Estaciones	Audiencia
Radio del Estado (los tres programas de la RAI)	17 803 000	Televisión del Estado (los tres canales de la RAI)	31 103 000
Radios locales privados	7 615 000	Televisiones locales privadas	2 100 000
Radios "extranjeros" (Montecarlo, Capo D'Istria, etc.)	2 438 000	Televisiones "extranjeras" (Capo D'Istria, Montecarlo, etc.)	1 193 000
Audiencia total	27 856 000	Audiencia total	34 396 000

Para 1983, este desfase cultural se acentuó a tal grado que la actividad cultural y recreativa del país fue arrasada por la competencia de la televisión, especialmente, por las cadenas privadas, y por la crisis económica. De esta forma, durante ese año el teatro sólo capturó 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).

Además, la mayor 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; desde 1977 hasta 1981, por la feroz competencia que le representa la televisión, 1 500 salas de cine y el 50% de los teatros debieron cerrar (*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 transmisión de masas ha operado una profunda transformación al interior de la sociedad civil italiana. Esto ha significado que sin dejar de funcionar el resto de aparatos hegemónicos del estado italiano (escuela-familia, organizaciones culturales informales, aparatos de relaciones públicas, iglesia, rama jurídica, partidos políticos), éstos han sido desplazados y refuncionalizados, 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, ocurrió en 1954 cuando, después de muchos años de labor continua y sistemática, el aparato educativo italiano logró que sólo el 18% de la población empleara el italiano como lengua oficial y el 81% restante utilizara diversos dialectos, empleando el idioma oficial sólo al comunicarse por escrito. Sin embargo, a partir del surgimiento y rápido desarrollo de la TV en esta fecha, el uso del italiano se extiende velozmente por todo el país, y algunos años después más del 70% de la nación quedó integrada culturalmente por la utilización de la lengua oficial ("sobre la comunicación radiotelevisiva", *El Día*, 27 de febrero de 1971, pág. 14).

Otro caso ocurrió en sentido negativo, cuando después de 23 años de transmitir programas televisivos estadounidenses por las estaciones italianas públicas y privadas, se produjo un notable coloniaje estadounidense mediante la televisión. Esto se dio a tal grado que el mayor porcentaje de audiencia lo ocuparon las películas, telenovelas, campañas publicitarias y programas de entretenimiento de Estados Unidos. Dicho fenómeno ha avanzado en tal proporción que la *vedette* o figura principal, la que más agrado despierta en el público de la TV y la mejor pagada es, para frustración de algunas decenas de chicas italianas, una rubia de 23 años, originaria de Sacramento, California: Heather Parisi, protagonista de "Fantástico 4".

La asimilación de este retroceso cultural penetra tanto en los sectores disidentes del país, que el propio Walter Velteroni, responsable del sector de medios de comunicación del Partido Comunista Italiano, confesó: "cuando estoy con mi mujer en casa en las tardes y prendemos 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 coloniaje televisivo", *Excelsior*, 27 de diciembre de 1983; "Series estadounidenses invaden Italia", *Excelsior*, 28 de diciembre de 1983 y "TV na Italia: A Briga pela Farmaçao de Redes Nacionais", *Boletín INTERCOM*, núm. 28, marzo de 1981).

Para ampliar el panorama del caso italiano, consúltese "La experiencia italiana en radiodifusión", Raúl Cremoux, *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, Paris, UNESCO, 1973, págs. 202-204.

⁸ Por aparatos de difusión de masas (ADM) debe entenderse el conjunto de instituciones e instrumentos culturales que, derivados del acelerado desarrollo que alcanzan las fuerzas productivas con la primera, segunda y tercera revolución industrial (tecnologías, especialmente de carácter electrónico), son capaces de producir, distribuir e inculcar las ideologías 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 campos de conciencia de los diversos grupos sociales que componen la formación social donde se inscriben.

Entre las modalidades más sobresalientes de aparatos de difusión de masas están la televisión, la radio, la prensa, el cine, y su nuevo complejo tecnológico de prolongación física a través de satélites, comunicación axial, teleprensa, microondas, cablevisión, etcétera.

⁹ Ludovico Silva, *Teoría y práctica de la ideología*, Nuestro Tiempo, 1971, México, pág. 153 y 181.

¹⁰ Fernando Carmona, "El subdesarrollo y la apertura", en *Reforma educativa y apertura democrática*, Nuestro Tiempo, México, 1972, págs. 17-25.

¹¹ Maurice Duverger, "Carta abierta a los socialistas", tomado de "Neocapitalismo contaminante", *Excelsior*, 22 de abril de 1981, pág. 6.

¹² Rafael Roncagliolo, *Comunicación: cambio social y necesidad de un nuevo marco conceptual*, Documentos ILET, Dic-D-29, septiembre de 1977, México, 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, 2-5 de junio de 1982, mimeo, págs. 12 y 13.

¹³ Armand Mattelart, *La comunicación de la crisis*, Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza y la Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Depto. de Educación y Comunicación, México, 1978, mimeo, págs. 22 y 23; *Comunicación y nueva hegemonía*, Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima, 1981, pág. 40; y "La debilidad de la izquierda ante las nuevas tecnologías del capitalismo", *El Gallo Ilustrado*, 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, mimeo, págs. 8-17 y 48-51.

¹⁶ Juan Somavia, "La comunicación y el modelo transnacional de desarrollo", *Revista Nueva Sociedad*, núm. 38, septiembre-octubre de 1978, Venezuela, págs. 33-36.

¹⁷ Noreene Janus y Rafael Roncagliolo, *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1980, págs. 2-5.

¹⁸ Ana María 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 Sao Paulo, Brasil, 1980, págs. 27-30; "Hegemonía e Contra-Infomacao: Por una Nova Praxis de Comunicação", en *Comunicação, Hegemonia e Contra-informacao*, Carlos Eduardo Lins da Silva, coordinador, Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, pág. 33 y 34; y *Meios de Comunicação de Massa e Educação no Brasil: Uma Perspectiva Crítica*, Cuadernos INTERCOM, núms. 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación, Cortez Editora, octubre, 1982, Sao Paulo, Brasil, pág. 39.

¹⁹ Carlos Monsiváis, "Los de atrás se quedarán" (Notas sobre la cultura y sociedad de masas en los setenta), *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*, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, 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 colocan a los medios de comunicación como los principales aparatos de hegemonía, algunos otros, sin privilegiarlos en la misma posición, los ubican como los aparatos de hegemonía más importantes de la sociedad contemporánea. Consultese, Xiomara Villasmil, *Difusión masiva y hegemonía ideológica*, Editorial Vadell Hnos., Valencia, 1980, pág. 15; Maurice Levitas, *Marxismo y educación*, Siglo XXI, México, 1980, pág. 44; Victor Ramos, *El periódico como propagador, agitador y organizador colectivo: la prensa floresmagonista 1900-1911*, Tesis de Licenciatura, Depto., de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, 1979, pág. 48 (también existe 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.

²² Nos 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", *Excelsior*, 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", *Excelsior*, 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.

²³ Por nuevas tecnologías de comunicación se comprenden aquellos fenómenos tecnológicos y comunicativos que han aparecido recientemente, y que se engloban en la siguiente forma con sus respectivas características:

- a) El cable: la fibra óptica le permitirá distribuir una amplia gama de comunicaciones.
- b) El satélite: se utiliza conjuntamente con el cable y la TV, como lo ejemplifica el caso estadounidense.
- c) El videocasete y el videodisco.
- d) La minicomputadora: es muy probable que en poco tiempo la terminal de la computadora y el televisor formen un 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, un nuevo medio, pero su utilización es nueva (sobre todo, si la radio local es comunitaria o popular).
- h) La televisión comunitaria.

(Boletín Enlace, Órgano Informativo de la Asociación Católica Latinoamericana para Radio y Televisión, núms. 2 y 3, julio-septiembre de 1983, Quito, pág. 12.)

²⁴ R. Muchembled, *Culture Populaire et Culture des Elites*, París, 1978, citado por Jesús Martín Barbero 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 1982, págs. 3-10. Para ampliar el panorama en México, consúltese 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.

²⁵ Rafael Roncagliolo, *Comunicación y cultura transnacionales: proposiciones críticas*, op. cit., pág. 12. Complementando 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 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).

²⁶ Es muy importante aclarar que al afirmar que las tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, en ningún momento se pretende reproducir la visión idealista de la hegemonía que postula que ésta se produce sólo y desde la esfera cultural, desvinculada de las principales exigencias y procesos económicos y políticos de la sociedad. Al contrario, en todo momento reconocemos que el consenso que se produce mediante 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, no se examinará todo el recorrido macrosocial que acompaña a los procesos de construcción de la hegemonía. En esta ocasión, sólo se analizarán 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, consúltese 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 del trabajo*, Cuadernos del TICOM, núm. 23, Depto. de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1983.

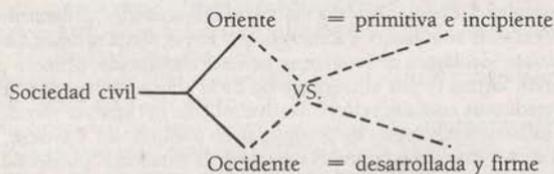
²⁸ Para ampliar este panorama histórico, consultar el trabajo *El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital*. Cuadernos del TICOM, núm. 10, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, 1981.

²⁹ Es sumamente importante aclarar que las posiciones de Antonio Gramsci y de José Carlos Mariátegui respecto a la escuela como aparato de hegemonía principal, son evaluaciones históricas correctas. Es decir, no debe aplicarse a este pensamiento la misma crítica correctiva que se dirigió a la corriente althusseriana, 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 en proceso de incorporación a la dinámica de industrialización capitalista.

³⁰ Recuérdese los argumentos de L. Althusser sobre la escuela como principal aparato ideológico, en *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Comité de Publicaciones de la ENAH, México, 1975, págs. 37-38.

³¹ Es importante resaltar 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 e incipiente por falta de organismos privados. En consecuencia, 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, por momentos 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, Estado y sociedad civil mantienen una relación de equilibrio. Para ampliar estos conceptos consúltese Perry Anderson, *Las antinomias de Antonio Gramsci*, ERA, México, 1980, págs. 9 y 10; 19 y 20; 37-40.

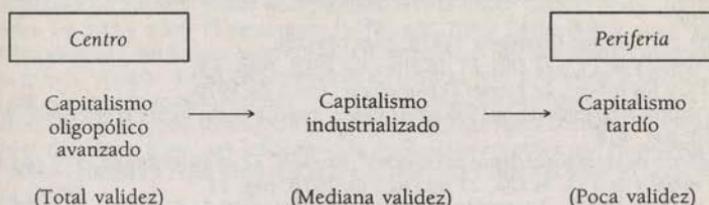


Al vincular el desarrollo de los medios de comunicación a lo anterior, es necesario subrayar que esta inercia de evolución de los aparatos de información responde plenamente a esta herencia de estructuras culturales que recibe Oriente y Occidente. Esto es, derivado de las distintas propiedades que la sociedad civil conquista en estas dos regiones disímboles, podemos observar que en Occidente los medios de comunicación alcanzan su plena madurez de expresión, pues se encuentran en un estado muy avanzado de expansión y de intromisión en las esferas de conciencia. Sin embargo, no se puede decir lo mismo de 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 heredadas 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 sistemas de comunicación alcanzan su mayor

nivel de evolución y perfección tecnológica; pero en las áreas del capitalismo tardío, los medios de información incursionan sobre 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 sea el grado de madurez cultural de la sociedad donde se ubica.



³²Para ampliar el conocimiento sobre la función económica que históricamente han desempeñado los aparatos de difusión de masas en la sociedad capitalista, consultar nuestro trabajo, *El surgimiento histórico de los aparatos de difusión de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital*, (1979b, págs. 114-153).

³³Cremona (1978). Aunque a lo largo de esta ejemplificación se mostrarán una serie de datos históricos sobre la cobertura progresiva que han ido conquistando los diversos aparatos de comunicación de masas, esto no significa que para nosotros la simple ampliación tecnológica de su radio de acción cultural sea la única propiedad relevante que los convierte en dominantes, sino también el tipo de contenidos ideológicos que inculcan, realidad que no será examinada en este trabajo, sino que queda pendiente para ser investigada en las diversas coyunturas sociales en las que se efectúan.

³⁴"Darán difusión por satélite al Encuentro de la Comunicación", *Excélsior*, 17 de octubre de 1974.

³⁵"La Inauguración de los VIII campeonatos de volibol pasará en 32 países, vía satélite", *Excélsior*, 27 de septiembre de 1974, pág. 16B.

³⁶"El informe presidencial será visto y oído por 20 millones", *Excélsior*, 28 de agosto de 1975, pág. 28A.

³⁷"Uno en el Mundial", *Uno más Uno*, 2 de junio de 1978, pág. 28.

³⁸"Dos millones vieron por TV en Sao Paulo, Brasil, el I Festival de Jazz", *Excélsior*, 21 de septiembre de 1978, pág. 16C.

³⁹"A 21 países del continente y España llegará al Festival OTI", *Excélsior*, 30 de noviembre de 1978, pág. 16C.

⁴⁰"Deutsche Welle transmite en 34 idiomas", *Excélsior*, 18 de noviembre de 1978, pág. 3B.

⁴¹"Siete Días, primer noticiero mexicano con cobertura mundial", *El Día*, 9 de enero de 1979.

⁴²"Encuentro sobre la TV en América Latina", *Excélsior*, 8 de enero de 1979, tercera parte de la Sección A, pág. 3.

⁴³"Ochocientos millones verán la llegada del Papa a México", *Excélsior*, 26 de enero de 1979, pág. 15C; y "Se utilizarán dos satélites para cubrir la visita del Papa Juan Pablo II en México", *Excélsior*, 27 de enero de 1979, pág. 14B.

⁴⁴"Mitos y monitos. Sólo una editorial de comics está ligada a una transnacional", entrevista de Teresa Gurza a Irene Herner y María Eugenia Chellet, *El Día*, 18 de abril de 1979, pág. 6.

⁴⁵"Los Juegos Olímpicos de Moscú serán vistos por 2 000 millones de personas", *Excélsior*, 24 de enero de 1979, pág. 17A.

⁴⁶"Un primer paso hacia la TV universal", *El Día*, 9 de marzo de 1979, pág. 24.

⁴⁷"Una cuarta parte de los habitantes del mundo han visto los filmes de James Bond", *El Heraldo*, 2 de octubre de 1978, Secc. Cine.

⁴⁸"En más de 50 países, inclusive México, se transmitirá *La historia de la humanidad*", *Excélsior*, 13 de octubre de 1978.

⁴⁹ "Distribuyen en la TV de seis países una serie de programas infantiles didácticos", *Excelsior*, 7 de febrero de 1979, pág. 8C.

⁵⁰ "En 20 países adquieren la serie de TV *Raíces*", *Excelsior*, 24 de febrero de 1979, pág. 8B.

⁵¹ "En la TV mundial estrenarán el filme de dibujos animados *Los derechos del niño*", *Excelsior*, 24 de febrero de 1979, pág. 3, 3a. parte de Secc. A.; y "El filme *Los diez derechos del niño*, se proyectará mundialmente en la TV", *Excelsior*, 21 de mayo de 1979, pág. 3A, 3a. Secc. A.

⁵² "La serie *Hawai 5-0* una mini-industria", *Excelsior*, 1o. de abril de 1979, pág. 2B.

⁵³ "Tres de cada cuatro franceses vieron el filme para TV *Holocausto*", *Excelsior*, 20 de abril de 1979, pág. 10B.

⁵⁴ Citado por Enrique Guinsberg (1978, págs. 34-35).

⁵⁵ "Los niños y la TV", *El Día*, 27 de junio de 1978, págs. 23.

⁵⁶ "La TV y los niños", *Le Monde Diplomatique*, mayo de 1979.

⁵⁷ "Los padres culpables de que los niños pasen muchas horas frente al televisor", *Excelsior*, abril de 1980, pág. 12B.

⁵⁸ "Fanatismo de los niños chilenos por el video", *Excelsior*, 22 de diciembre de 1975, pág. 14B.

⁵⁹ "Los niños y la TV", *El Día*, 27 de junio de 1978, pág. 21.

⁶⁰ "De 17 años de vida, 2 mirando televisión", *Excelsior*, 18 de diciembre de 1978, pág. 1A, Sección B; y "Cómo se curan los drogados televisivos", *Excelsior*, 22 de abril de 1980, pág. 3, Sección A.

⁶¹ "¿Cómo es a la luz de todo ese material, la cabeza, la voluntad, la atención y el carácter de un niño televidente típico?", entrevista de R. Carbonell y S. Jacorse a Raúl Cremoux, *Revista del Consumidor*, núm. 27, mayo de 1979, pág. 39.

⁶² "La TV y el Año Internacional del Niño. No penséis, disparad", *El Día*, 28 de abril de 1979, pág. 11.

⁶³ "Emplearán en EUA las series policiacas de TV para que los niños aprendan el sistema judicial", *Uno más Uno*, 12 de junio de 1978, pág. 17.

⁶⁴ Joseph Rota y Fernández Collado (1976, pág. 12).

⁶⁵ "Siete millones de habitantes de Sao Paulo pasan tres horas al día viendo televisión", *Excelsior*, 10 de junio de 1976, Secc. B, pág. 10.

⁶⁶ "Doscientos millones de norteamericanos permanecieron 14 horas sentados frente a la TV", *El Heraldo*, 1 de marzo de 1979, Sección de espectáculos.

⁶⁷ "De 17 años de vida, 2 mirando TV", *Excelsior*, 18 de diciembre de 1978, pág. 1.

⁶⁸ "Reciente estudio sobre telemaniacos en EUA", *Excelsior*, 26 de diciembre de 1978, pág. 10B, y "Cómo se curan los drogados televisivos", *Excelsior*, 22 de abril de 1980, pág. 3, Tercera Parte de la Secc. A.

⁶⁹ "La falta de TV provoca a los japoneses insomnio y hasta vicio por el alcohol", *El Heraldo*, 23 de abril, de 1979, Secc. Espectáculos, pág. 1. Para ampliar el panorama sobre la dependencia psicocultural que sufren los agentes sociales contemporáneos frente a la televisión, consultar Rodríguez Méndez (1971, págs. 9-85).

⁷⁰ "La TV cura la soledad y consuela a la vejez", *El Heraldo*, 10 de octubre de 1978.

⁷¹ "En España los inculdos ven más televisión", *Excelsior*, 5 de octubre de 1978, pág. 10B.

⁷² Para ampliar las peculiaridades con que han sido empleados los medios en las campañas políticas de De Gaulle, Mc. Millan, Kennedy, Nixon, Pompidou, Giscard D'Estaing, Mitterrand y en otras circunstancias políticas, consultar Cazeneuve (1977, págs. 109-130) y León Martínez (1975).

⁷³ En este caso hay que aclarar que ante la pregunta ¿qué tan efectivas son estas presentaciones para influenciar la decisión del votante?, no existe todavía una respuesta terminante. La mayoría de los analistas piensan que estas exposiciones simplemente reafirman el apoyo que el espectador dará al candidato que ya tiene decidido escoger. Mientras tanto, otros piensan que estos debates sirven para resolver una posible indecisión.

⁷⁴ "En EU las elecciones son ahora un acto televisivo: Marshall McLuhan", *Excelsior*, 3 de mayo de 1976; Tercera Secc. A. pág. 11.

⁷⁵ "Felipe González desafía a Suárez a un debate por TV", *Uno más Uno*, 28 de octubre de 1978, pág. 11.

⁷⁶ "Suárez y el socialista González piden apoyar a la Constitución", *Excelsior*, 5 de diciembre de 1978, pág. 3A; y "Retos de líderes políticos españoles ante las cámaras", *Excelsior*, 21 de febrero de 1979, pág. 3A.

⁷⁷ "España: 30 minutos de TV a los partidos", *El Día*, 12 de febrero de 1979, pág. 1.

⁷⁸ "Campaña de la ONU para promover los derechos de los palestinos", *Excelsior*, 7 de octubre de 1978, pág. 2A.

⁷⁹ "Vasta campaña contra Israel en medios informativos de Egipto", *Excelsior*, 19 de diciembre de 1978, pág. 2A.

⁸⁰ "Programa del Consejo Coordinador Empresarial para crear una buena imagen", *Excelsior*, 21 de mayo de 1975, pág. 1.

⁸¹ "Fustiga Giscard en TV al jefe degolista Chirac", *Novedades*, 20 de abril de 1979, pág. 2.

⁸² Para conocer algunas críticas a la concepción mítica que formula que los aparatos de difusión de masas poseen un absoluto poder manipulativo, revisar Prieto Castillo (1977, pág. 91); Muraro (1974, págs. 96-101 y 138); Enzensberger (1976, pág. 73) y Taufic (1974, págs. 137-138).

⁸³ Curiosamente, los únicos antecedentes desarrollados que conocemos que han delimitado de forma general algunas de las características específicas que distinguen la particular actividad cultural que ejerce cada aparato de difusión colectiva, localizan su origen en la teoría funcionalista de la comunicación de masas y canalizan su aprovechamiento hacia la práctica mercadotécnica de los mismos. En primer lugar, nos referimos a la tipificación empírica que efectúa McLuhan entre medios fríos y calientes y otras variantes más que diferencia sobre el caso. Al respecto, consultar McLuhan (1978).

En segundo término, nos referimos a la más depurada precisión pragmática que sobre la naturaleza cualitativa de los medios de comunicación existe dentro de la nueva acumulación de conocimientos sobre el funcionamiento actual de los aparatos de masas. Sin embargo, paradójicamente este avance de conciencia sobre la operación de los medios no proviene de la teoría crítica, ni tampoco de la teoría culturalista, sino de la experiencia cotidiana que ha arrojado la práctica mercadotécnica que desarrolla el capital comercial en su afán de acelerar el ciclo de rotación del capital.

Esto significa que la construcción de la teoría materialista sobre las propiedades distintivas con que cada aparato de difusión realiza su práctica ideológica, debe retomar la riqueza que ofrecen los embriones empíricos que ha descubierto la actividad mercadológica en el área de la circulación del capital, e integrarlos de manera reconvertida a su teoría global de la sociedad. Un buen ejemplo que ilustra los avances de estas técnicas en la delimitación objetiva del perfil ideológico que es propio de cada medio, lo encontramos en el trabajo de Fajen (1979, pág. 84).

⁸⁴ "La promoción de Miss Universo agotó las existencias de Maxi Cosméticos", *Excelsior*, 9 de septiembre de 1978, pág. 18A. Para ampliar este punto, consultar nuestro trabajo *Los aparatos de difusión de masas y el modelo de acumulación de capital*, UAM Xochimilco.

⁸⁵ Para una perspectiva general sobre la crisis que enfrenta el capitalismo brasileño desde 1974, consultar: Marini (1976, pág. 3A); Banco Nacional de Comercio (1978, págs. 20-26); "Culminó el milagro brasileño", *Excelsior*, 30 de julio de 1979, pág. 29A; "El milagro brasileño: depauperización obrera", *Uno más Uno*, 16 de agosto de 1979, pág. 9; Díaz (1979, pág. 1), e "Inflación del 60% en Brasil", *Excelsior*, 27 de marzo de 1980, pág. 28A.

⁸⁶ Mattelart (1974, págs. 3-8). Estos aspectos pueden ser ampliados en Mattelart, Armand (1974c, págs. 121-160) y Mattelart, Michele (1977, págs. 172-207).

⁸⁷ Al respecto: "Campaña antimexicana", *Excelsior*, 26 de noviembre de 1975, pág. 7A; "Denuncian cuatro legisladores una campaña de desprestigio al gobierno de México", *El Heraldo*, 5 de marzo de 1976, pág. 2A; "Queremos saber quién dirige y cuál es la razón de la campaña contra México", *El Día*, 2 de mayo de 1976, pág. 1; "Sigue la campaña contra México", *El Heraldo*, 13 de mayo de 1976, pág. 6A; "Plan extracontinental contra la estabilidad de México", *El Heraldo*, 25 de junio de 1976, pág. 1; "Campaña contra México", *Excelsior*, 23 de julio de 1976, pág. 7A; "Denuncia Milton Castellanos una campaña contra Baja California", *El Día*, 16 de agosto de 1976, pág. 3; "En Estados Unidos divulgan lo que pasa en México con vidrio de aumento", *El Día*, 27 de enero de 1977, pág. 1; "El comunismo ajeno a la democracia social de México: LE", *El Heraldo*, 9 de septiembre de 1976, pág. 1; "Denuncian a difusoras de EU de hacer una campaña contra México", *Excelsior*, diciembre de 1975; "Vayan a México, piden 38 organismos judíos", *El Sol de México*, 28 de enero de 1976, pág. 1, Secc. A; "Plan publicitario de saturación para atraer turismo de EU a México", *El Día*, 17 de septiembre de 1976, pág. 7; "México y la opinión mundial", *Excelsior*, 4 de octubre de 1976, pág. 6A; "Campaña antimexicana en EU", *Excelsior*, 3 de enero de 1977, pág. 6A; "Negativa imagen de México en EU", *Excelsior*, 10 de enero de 1977, pág. 1; "Campañas contra México impiden que crezca el turismo en EU", *El Heraldo*, 12 de enero de 1977, pág. 2A; "La imagen de México dañada", *El Heraldo*, 15 de enero de 1977, pág. 6A; "Campaña contra el turismo en México", *El Heraldo*, 13 de enero de 1977, pág. 6A; "El

Congreso Judío decide cancelar su boicot turístico a México", *El Heraldo*, 16 de febrero de 1977, pág. 1; "Es preciso atraer a los turistas sin enajenar nuestras costumbres", *El Día*, 16 de enero de 1977; y "Editores de EU, Europa y Australia darán a conocer los atractivos de nuestro país", *El Heraldo*, 28 de mayo de 1977, pág. 5A.

⁸⁸ Para ampliar la información, revítese: "Comentario a la nueva Serie de TV *Vaselina*", *El Heraldo*, 21 de abril de 1977, pág. 3D; "High steppen to stardom", *Time*, 3 de abril de 1978, págs. 44-49; "Bailando sobre la cultura", *Proceso*, 7 de agosto de 1978; "La moda del travoltismo", *Proceso*, 14 de agosto de 1978, pág. 55; "221 millones de dólares han obtenido *Grease* y *Saturday Night Fever* en Norteamérica", *Excélsior*, 12 de septiembre de 1978; "La *travoltomanía* supera las escenas de histeria de los beatles y rollings", *Excélsior*, 15 de septiembre de 1978, pág. 19C; "Travolta está asustado por sus fanáticos", *El Día*, 18 de septiembre de 1978; "Crítica de cine: *Vaselina*", *Excélsior*, 9 de octubre de 1978; "Olivia Newton-John tiene planes matrimoniales pero no con John Travolta; quiere hogar e hijos", *El Heraldo*, 18 de octubre de 1978; "Sacerdotes católicos anatemizan a Travolta: sus cintas *alienantes* y *pervertidas*", *El Heraldo*, 20 de octubre de 1978; "El fenómeno Travolta es positivo y llena el vacío que dejó Elvis Presley: Quincy Jones", *Excélsior*, 27 de octubre de 1978; "Travolta no asiste a salones de baile", *Excélsior*, 30 de octubre de 1978; "El travoltismo, gran negocio en EU", *Excélsior*, 6 de noviembre de 1978, pág. 3A; "Glorificación existencial", *Tiempo*, 27 de noviembre de 1978, págs. 54-56; "Olivia Newton-John, compañera de Travolta, recibió la Orden del Imperio Británico", *Excélsior*, 30 de diciembre de 1978, pág. 6B; "Sigue el auge de discotecas en Italia", *Excélsior*, 2 de enero de 1979, pág. 7B; "Hoy en día las juvenudes se han convertido en *travoltas*", *Excélsior*, 7 de febrero de 1979, pág. 5B; "Invento de transnacionales. Travolta es sólo la envoltura", *Proceso*, 19 de febrero de 1979; "La *naquiza* se *travoltiza*", *Contenido*, 12 de octubre de 1978; Reyes Matta (1978) y, Armand y Michelle Mattelart (1979, pág. 9).

⁸⁹ Sobre el caso: "*Holocausto*: éxito de éxitos", *Uno más Uno*, 16 de diciembre de 1978, pág. 17; "Bombazo a la TV alemana por una serie pro judía", *Excélsior*, 20 de enero de 1979, pág. 3A; "La teleserie *Holocausto* provocó una conmoción en Alemania Federal", *Excélsior*, 29 de enero de 1979, pág. 3, 3a. parte de la Sección A; "Más de cuarenta mil consultas ha provocado la serie *Holocausto*", *Excélsior*, 2 de enero de 1979, pág. 11B; "El canciller de Alemania Federal tomará parte en un debate sobre *Holocausto*", *El Nacional*, 5 de marzo de 1979, pág. 13; "*Holocausto* o el triunfo del este", *Uno más Uno*, 12 de julio de 1979; "Execración del crimen político", *Excélsior*, 9 de abril de 1979, pág. 6A; "*Holocausto*, el filme más polémico de la TV", *Uno más Uno*, junio de 1979, pág. 12; "Polémicas violentas en España por el telefilme *Holocausto*", *El Día*, 21 de junio de 1979, pág. 21; "Cinco millones de telespectadores han visto en España *Holocausto*", *El Día*, 26 de junio de 1979, pág. 30; "Llegó la teleserie *Holocausto* a España", *Excélsior*, 27 de junio de 1979, pág. 10B; "La mitad de España vió por televisión el filme *Holocausto*", *El Día*, 30 de junio de 1979, pág. 26; "Televisión educativa en el Canal 13", *El Día*, 30 de septiembre de 1979, pág. 23; "Producción de nueve millones de dólares", *Excélsior*, 6 de julio de 1979, pág. 10B; "Comenzará a transmitirse *Holocausto*", *Excélsior*, 11 de julio de 1979, pág. 1, Secc. C; "*Holocausto* pasará a la televisión argentina", *Excélsior*, 12 de julio de 1979, pág. 14B; "*Holocausto* I", *El Día*, 13 de julio de 1979, pág. 21; "La polémica de *Holocausto*", *El Día*, 14 de julio de 1979, pág. 10; "*Holocausto*: un docudrama", *Uno más Uno*, 22 de julio de 1979, pág. 23; "*Holocausto* III", *El Día*, 28 de julio de 1979, pág. 21; "*Holocausto*: ¿ha muerto el nazismo?", *El Gallo Ilustrado*, núm. 893, 29 de julio de 1979, pág. 23; "*Holocausto*, un telefilme para hacer historia", *El Día*, 15 de agosto de 1979, pág. 21 (Armand y Michelle Mattelart, 1979, págs. 10-1).

⁹⁰ Al respecto: "Cien mil elementos de seguridad", *Excélsior*, 21 de enero de 1979, pág. 1; "Vitores de tres millones del aeropuerto al zócalo", *Excélsior*, 27 de enero de 1979, pág. 1; "El milagro de la propaganda", *Excélsior*, 2 de febrero de 1979, pág. 6A.

⁹¹ "Pánico en Washington por la dramatización de un programa de radio sobre la guerra nuclear", *Excélsior*, 30 de abril de 1980, pág. 9A; y "Provocó pánico una falsa alarma de ataque nuclear en Washington", *El Día*, 30 de abril de 1980, pág. 1.

⁹² "EU: un estudio exculpa a la TV de inducir a la gente a la violencia", *El Día*, enero de 1972. Consúltense también: "La comunicación de masas: su impacto en la familia y en el hombre", *El Día*, 16 de agosto de 1970, pág. 4; "Los medios de información ejercen mayor influencia que la educación", *El Día*, 29 de diciembre de 1970, pág. 8; "Los medios de difusión destruyen en buena medida la obra de la escuela", *El Día*, 16 de mayo de 1971, pág. 1; "Los medios de comunicación manipulan impunemente la personalidad del niño", *El Día*, 4 de julio de 1972, pág. 8; "Los niños manipulados

por los medios de comunicación", *Diorama de Excélsior*, 5 de mayo de 1974, pág. 11; "La comunicación masiva está desintegrando al ser humano", *El Heraldo*, 4 de marzo de 1976, pág. 3A; "Mensajes y efectos de los programas de TV", *El Gallo Ilustrado*, núm. 805, 27 de noviembre de 1977, pág. 5.

⁹³ "Radio y TV han producido en la zona del Caribe muy malas formas de hablar", *Excélsior*, 11 de octubre de 1972.

⁹⁴ "Exitosa campaña de la WPAB", en *Radio y TV*, vol. IV, núm. 4, Revista internacional de la industria radial, septiembre de 1967, pág. 27.

⁹⁵ "El gusto musical inducido por radiodifusoras y publicistas", *Excélsior*, 27 de noviembre de 1976, 3a. Secc. A, pág. 2; "Los niños reciben en forma permanente la influencia de la música exterior y olvidan fácilmente la propia", *Excélsior*, 20 de agosto de 1979, pág. 2.

⁹⁶ "Los ejemplos de violencia que presenta la TV japonesa quebranta la disciplina de escolares", *Excélsior*, 15 de octubre de 1978.

⁹⁷ "La TV y el Año Internacional del Niño: no penséis, disparad", *El Día*, 28 de abril de 1979, pág. 11.

⁹⁸ "Causa pesimismo ver la TV en forma exagerada", *Excélsior*, 24 de abril de 1979, pág. 8B; y "Pasividad y medios de comunicación", *El Día*, 23 de mayo de 1979, pág. 22.

⁹⁹ "La BBC impone un reglamento para evitar que el público se contagie de violencia", *El Heraldo*, 23 de abril de 1979.

¹⁰⁰ "Influencia de la TV en la forma de vida en Norteamérica", *Excélsior*, 28 de mayo de 1979, pág. 19B. Para complementar este panorama, también pueden ser válidas las declaraciones del Papa Juan Pablo II en el sentido que la TV puede deformar a los niños de todo el mundo. Por ello solicita a los productores "no sacrificar el arte por el rating"; "La televisión puede deformar a todos los niños del mundo", *Uno más Uno*, 24 de mayo de 1979, pág. 22.

¹⁰¹ "Los partidos por radio y TV", *Tiempo*, núm. 1916, pág. 7; y Cremoux y otros, 1979.

¹⁰² "La radiodifusión y la Iglesia", *Radio y TV*, revista internacional de la industria radial, vol. 5, núm. 3, agosto de 1968, pág. 21.

¹⁰³ "La bendición papal a 450 millones de personas por TV", *Novedades*, 28 de enero de 1979.

¹⁰⁴ "Apoyo de la Iglesia contra la opresión", *Excélsior*, 9 de enero de 1979, pág. 1 y "TV para la Iglesia", *Excélsior*, 9 de enero de 1979, pág. 6A.

¹⁰⁵ "Los medios de comunicación, ideales para evangelizar", *El Universal*, 26 de enero de 1972.

¹⁰⁶ Conclusiones de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano: la evangelización en el presente y en el futuro de América Latina; Puebla de los Ángeles, 27 de enero - 13 de febrero, México, 1979, ed. mimeografiada, págs. 190-192.

¹⁰⁷ "Emplearán en EUA las series policíacas de TV para que los niños aprendan el sistema judicial", *Uno más Uno*, 12 de junio de 1978, pág. 17.

¹⁰⁸ "RTC difundirá mañana el festival del Día del Ejército desde la Plaza México", *Excélsior*, 16 de febrero de 1980, pág. 2; y "La ceremonia de jura de la bandera por radio y TV", *Excélsior*, 5 de mayo de 1980, pág. 8C.

¹⁰⁹ Aun desconociendo 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), quienes 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" (Portelli, 1974, pág. 31). En la actualidad, dicha síntesis debe ser aplicada al sistema global de comunicación electrónica y muy en particular a la televisión.

¹¹⁰ Tradicionalmente el estudio de la problemática de los aparatos ideológicos o instituciones de hegemonía, han 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 aceptados como entidades que colaboran medularmente a ejercer las tareas del estado capitalista según sea 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 son instrumentos subordinados a determinadas directrices de clase del Estado, sean también establecimientos civiles que gozan de una "relativa independencia de operación", independencia superestructural, que en ocasiones permite germinar y desencadenar movimientos contrarios a las políticas vertebrales del estado dominante.

Es sobre esta línea 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 médu-

de la estructura de poder que determina al conjunto de aparatos ideológicos del Estado que existen al 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 iniciarse a través del desmontaje minucioso de estas variables de dirección política.

Para una referencia bibliográfica sobre el estado aproximado de la teoría de los aparatos ideológicos de Estado, consultar Esteinou (1979 A, pág. 25, n. 34).

¹¹¹ Para obtener un panorama general que muestre el condicionamiento estructural ejercido sobre los medios de difusión de masas en la sociedad capitalista, remitirse a Miliband (1976, págs. 219-230). Para delimitar cómo opera esta determinación en las sociedades dependientes de América Latina, consultar A. Mattelart, Piccini y M. Mattelart (1970, págs. 52-70).

¹¹² Especificamos dominio exclusivamente jurídico y no dominio total o absoluto sobre los medios, ya que existe una gran diferencia 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 de individuos, 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, y por otro, le permite al trabajador colectivo alcanzar un poder considerable sobre el medio, ya que lo puede hacer funcionar o detener cuando se lo proponga.

Debido a esto 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 estén permanentemente impregnados de los paradigmas 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 lugar, 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.

¹¹³ Esta monopolización cultural puede observarse con gran claridad cuando inspeccionamos, por ejemplo, el caso de Estados Unidos en donde el análisis de la estructura de su sociedad civil muestra que sólo "el imperio Hearst comprende doce periódicos, catorce 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*"; 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" (Damhoff 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 de 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 compañías ejercen un control casi completo de las películas que se filmen y de los temas que se les consideren adecuados. 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 y de otros campos. Así, por ejemplo, los señores Hall y Whanned, en referencia a la TV comercial en Inglaterra, nos dicen 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 TV comercial son propiedad de algunos periódicos, de la industria cinematográfica y de los empresarios de teatro" (Miliband, 1976, págs. 219-220).

¹¹⁴ Una perspectiva formal que muestra cómo la radio y la televisión desarrollan su tendencia como industrias culturales en algunos países capitalistas puede consultarse en Cremoux (1972, págs. 63-71).

¹¹⁵ 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, dice Guerin (1964, pág. 136): "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 del 60%".

Revisando 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". Citado por Dos Santos (1976, pág. 79).

En relación a 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%", (Castaño, 1973, pág. 54). Según *Editor and Publisher*, el diario corriente con 50 mil ejemplares de circulación obtiene el 76% 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 proviene de la circulación (Citado por Terrero, 1975, pág. 7).

¹¹⁶ Abundando 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 (1969, pág. 198) 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 tópicos 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".

¹¹⁷ 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 de 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 URSS en *Machete*, de la cual sólo apareció la primera parte".

Por otra parte, "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'. En relación a 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. La presión cambia según los países y según los periódicos. Pero independientemente que la presión directa de los intereses capitalistas sea grande o pequeña, o aun 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 *El 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%.

También resalta la exclusión sistemática del *Morning Star* 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" (Miliband, 1976, pág. 224).

¹¹⁸ Algunos ejemplos legales que muestran cómo la acción de los medios queda subordinada por el contorno que lo enmarca, los encontramos en: Pinto Marzal (1977); Agudo Freites (1976); Pinto Marzal (1974) y Granados Roldán (1978, págs. 26-27).

¹¹⁹ 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 A. Mattelart, 1973a, págs. 63 y sigs.).

Por otra parte, si bien existen otros factores de carácter secundario que intervienen secundariamente en la determinación de la función que ejercen los medios, por razones de espacio no los desarrollaremos en este ensayo.

¹²⁰ Entre los principales trabajos que representan esta línea de investigación, destacan los siguientes: UNESCO (1975); UNESCO (1970); Ramo Gil (1975); Cremoux (1968); White (1976); Coombs y Ahmed (1971); King (1973); González Mayo (1973); Spain (1975); Mc. Anany (1976); Centro de Información en Tecnología Educativa (1975); La Belle (1975); Lowry (1970); Silverman y Mc. Anany (s/d); Scharmm (1977); White (1972); Nualart Sánchez (1974); Tattenbach (1974); McLuhan (1960); UNESCO (1969); Tunstall (1974); Gutiérrez Pérez (1972); Dumazedier (1965); Arguedo Zepeda (1978); Mc. Anany, Hornik y Mayo (1974); *Investigación en teleeducación* (1973); Fernández Espinosa (1969); Bernal Alarcón (1978); Schramm (1975); Grenhalm (1975); Waniewicz (1972); Lallez (1970) y otros.

Todos estos estudios, como plantean Noreene Janus y Rafael Roncagliolo (1980), 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 formal. 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, etcétera), sea a los medios mismos (tipo de medio, extensión y duración de las transmisiones, etcétera), sea a los aspectos operacionales de la enseñanza (el medio solo o con profesor, solo o con textos de apoyo, etcétera).

Aun cuando estas técnicas puedan lograr 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.

¹²¹ 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 desestructuración 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.

¹²² *Que savons-nous sur la communication?* Commission Internationale d'Etude Sur les Problèmes de la Communication, núm. 9, UNESCO, París, 1978.

¹²³ A. Mattelart (1977b, págs. 147-222); (1977a, págs. 146-244); (1973b, págs. 40-43); (1973c, págs. 37-54); (1976b, págs. 84-101) y (1974a, págs. 79-86).

¹²⁴ Enfatizando 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 convendrá hacer una evaluación a fondo para aprovechar al máximo las experiencias realizadas". *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*. Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, UNESCO, París, 1978, pág. 55.

Igualmente, remarcando algunas de estas facultades, Roncagliolo y Janus (1980, pág. 12) 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 los 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)".

¹²⁵No obstante que anteriormente señalamos 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, no desarrollaremos dicho aspecto por carecer de 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 de 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 empiristas o de corte descriptivo, que no trascienden más allá de la apariencia del fenómeno. No explican, en última instancia, porqué 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.

¹²⁶En 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 imparte 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 currículo de la enseñanza formal tradicional con el que construye esta nueva práctica pedagógica de los aparatos de difusión de masas, revisar Ulloa (1972, págs. 61-62).

¹²⁷Ver A. Mattelart (1977b, págs. 176-22); (1977a, págs. 146-244); (1973b, págs. 40-43); (1973c, págs. 37-54); (1974b, págs. 84-101); (1974a, págs. 79-86); Pérez Barreto (S/d, págs. 121-150) y Mattelart y Wacksman (1973, págs. 2-4).

¹²⁸ "El 66% de la formación se adquiere antes de los 6 años", *Excélsior*, 23 de febrero de 1975, Secc. B, pág. 1.

¹²⁹ Para ampliar la información sobre el perfil cultural que inculca "Plaza Sésamo", consultar de Díaz Guerrero *et al.* (1975, págs. 193-201) y Cremoux (1976, págs. 69-80).

¹³⁰ "Plan para promover la radioprimeria", *Excélsior*, 17 de julio de 1976, pág. 13C.

¹³¹ "Por medio de una telenovela impartirán cultura en Brasil", *Excélsior*, 20 de enero de 1976, Secc. B, pág. 7.

¹³² Para el resto de los países de la región, consultar García Jiménez (1970, págs. 259-264, 268-280, 215-220 y 274-282).

¹³³ Consúltese García Jiménez (1970, págs. 245-250, 255-259, 221-232, 189-192, 173-176, y 192-198) y Koeing *et al.* (1970, págs. 15-20).

¹³⁴ "Teleescuela técnica en la TV de Bolivia y Paraguay", *Excélsior*, 9 de junio de 1975, pág. 10B.

¹³⁵ "Impulsará la TV rural la capacitación industrial", *El Sol de México*, 29 de noviembre de 1980, pág. 19.

¹³⁶ "Telerey, medio eficaz para capacitar personal", *Excélsior*, 15 de mayo de 1981, pág. 22A.

¹³⁷ "Telecapacitación nueva serie para informar a los campesinos del país", *Excélsior*, 27 de mayo de 1980, pág. 15B; "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; "460 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 diez 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. 4.

¹³⁸ Ver Royce (1973, pág. 56-60) y García Jiménez (1970, págs. 154-158 y 196-205).

¹³⁹ "Ambicioso plan educativo pone en marcha EU: prensa y TV en escuela abierta", *Novedades*, 9 de septiembre de 1979, págs. 1 y 3; Koeing y Hill (1970, págs. 143, 165-167 y 269-280); Beanet y Muller (1974, págs. 154-156) y "Walter Annenberg donará 150 millones de dólares a la TV no comercial de EU para una *Universidad Televisiva*", *Excélsior*, 30 de marzo de 1981, pág. 3.

¹⁴⁰ "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, 1978, 50 págs. "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; "La UNAM por TV", *El Día*, 22 de febrero de 1981, pág. 19; "Trasmitirán 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 los medios de difusión, 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 Nacional Autónoma de México (STUNAM), que durante 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 a 23 horas permitiendo que los alumnos planteen preguntas a los maestros, vía telefónica. ("Clases de la UNAM por TV", *Últimas Noticias, Excélsior*, 23 de junio de 1977, pág. 1.)

Para ampliar el análisis de este caso, consultar Amann Escobar (1978, págs. 300-308).

Bibliografía y hemerografía

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Mariclaire, "Los niños mexicanos y la TV", en *El Día*, Sección Testimonios y Documentos, 4 de noviembre de 1972.
- 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*, Comité de Publicaciones de la ENAH, México, 1975.
- Alsina Thevenet, Homero, "Las artes de Orson Welles", en *Nueva Política*, núm. 3, vol. 1, julio-septiembre de 1976.
- Amann Escobar, Ricardo, "Breves consideraciones sobre economía, política e ideología de los medios de difusión masiva en la crisis: la huelga del STUNAM", en *El costo social de la coyuntura económica mexicana*, Colegio Nacional de Sociólogos, México, 1978.
- Arguedo Zepeda, Luis Felipe, *Actitudes sobre la televisión instruccional en ocho empresas privadas del país*, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- Assman, Hugo, "El cristianismo, su plusvalía ideológica y el costo social de la revolución socialista", en Assman, *Teología desde la praxis de la liberación*, Sígueme, Salamanca, 1976.
- Ballochi, Alberto, "Algunos antecedentes sobre el satélite educativo para América del Sur", en *Comunicación y Cultura*, núm. 3, Galerna, Buenos Aires, 1974.
- Banco Nacional de Comercio Exterior, "Alfabetismo adulto: programas y progresos", en *Comercio Exterior*, núm. 9, vol. XXIV, 1974.
- _____, "Brasil: el modelo ingresa al quirófano", en *Comercio Exterior*, núm. 8, vol. XXVI, 1978.
- Baran, Paul, "Tesis sobre la publicidad", en Baran et al., *El socialismo: única salida*, Nuestro Tiempo, México, 1969.
- Barnet, J. Richard, "International law and the central or violence", en Falk (ed.), *The future of international law*, vol. III, Princeton University Press, 1972.
- _____, y Ronald Muller, *Los dirigentes del mundo. El poder de las multinacionales*, Grijalbo, Barcelona, 1974.
- Baudelot, Christian y Roger Establet, *La escuela capitalista*, 4a. ed., Siglo XXI, México, 1977.

- Becheloni, Giovanni, Prólogo a la edición italiana de Bordieu y Passeron, 1974.
- Benítez, León, "Un nuevo aparato ideológico represivo del Estado: el sistema psicosocial ecuatoriano. (La educación extra-escolar.)", en *Análisis*, núm. 353, Universidad Central de Quito, 1975.
- Bernal Alarcón, Hernando, *Educación fundamental integral. Teoría y aplicación en el caso de ACPO*, Andes, Medellín, 1978.
- Bini, Georgina et al., *Los libros de texto en América Latina*, Nueva Imagen, México, 1977.
- Bobbio, Norberto, "Gramsci y la concepción de la sociedad civil", en *Pasado y Presente*, núm. 19, 2a. ed. ampliada, Buenos Aires, 1972.
- Bonari, Luciarði, *La planificación de medios en la enseñanza*, Boletín del Centro de Didáctica, Universidad Iberoamericana, México, 1979.
- Bourdieu, Pierre y Jean Claude Passeron, *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, Laia, Serie Sociología, núm. 34, Barcelona, 1974.
- Braverman, Harry, *Trabajo y capital monopolista. La degradación del trabajo en el siglo XX*, Nuestro Tiempo, México, 1980.
- Briones, Guillermo, "Chile: la reproducción de la ideología dominante. La universidad y los sectores medios", en *Problemas del Desarrollo*, núm. 15, año IV, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, agosto-octubre de 1973.
- Buci-Glucksman, Cristine, *Gramsci y el Estado. (Hacia una teoría materialista de la filosofía)*, Siglo XXI, México, 1978.
- Cabello, Hugo, *Ideología y neocolonialismo*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1969.
- Carnoy, Martín, *La educación como imperialismo cultural*, Siglo XXI, México, 1977.
- Castañeda Yáñez, Margarita, *Los medios de comunicación y la tecnología educativa*, ANUIES, Serie Cursos básicos para la formación de profesores, núm. 6, México, 1978.
- Castaño, R. A., "La comunicación mercantil y el desarrollo", en *Dyna*, núm. 88, Universidad Nacional de Colombia, agosto 1973.
- Cazeneuve, Jean, *El hombre telespectador*, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- CELA, *Conclusiones de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano: la evangelización en el presente y futuro de América Latina*, Puebla, 27 de enero a 13 de febrero de 1979, ed. mimeografiada.
- Centro de Información en Tecnología Educativa, "La telesecundaria mexicana", en *Educación*, núm. 11, vol. III, tercera época, enero-febrero de 1975.
- Colby, Charles, "Unidad remota para televisión educacional", en *Radio y Televisión*, núm. 12, Rev. Internacional de la Industria Radial, s/d.
- Comisión Federal Electoral, "La Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales", en *Reforma Política*, Gaceta informativa de la Comisión Federal Electoral, vol. IV, México, 1978.
- Conceptos generales sobre la televisión educativa*, Primer Seminario sobre Ciencias de la Comunicación Social, 1971, ed. mimeografiada.
- Cordova, Arnaldo, "Política e ideología dominante", en *Cuadernos Políticos*, núm. 10, Era, octubre-diciembre de 1976.

- Corona, Sarah, Carmen de la Peza y Margarita Zires, *El proceso de producción de ideología en el niño*, Noveno Congreso Mundial de Educación de Padres, México, D. F., Asociación Internacional para la Educación de los Padres, junio de 1980, ed. fotocopiada.
- Covarrubias, Ana Cristina, *Una forma de educación por televisión. La experiencia "Ven Conmigo"*, México, Instituto Mexicano de Estudios de la Comunicación, s/d, ed. mimeografiada.
- Coombs, H. Philip y Ahmed Manzoor, "Ahackin Rural Poverty, how non formal education can help", en Hopkins (ed.), *Ahackin rural poverty*, Baltimore University Press, Londres, 1971.
- Cremoux, Raúl, *La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal*, Centro de Estudios Educativos, México, 1968.
- , "Formas de manejo de la radio y la televisión", en *Revista Mexicana de Ciencia Política*, núm. 69, UNAM, julio-septiembre de 1976.
- , *¿Televisión o prisión electrónica?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1974.
- , "La generación Xerox", en *Nueva Política*, núm. 3, julio-septiembre de 1976.
- , "En las redes del pescador", en *Excélsior*, 1 de septiembre de 1978.
- , "La experiencia italiana en radiodifusión", en *Excélsior*, 17 de agosto de 1981.
- Cremoux, Raúl et al., *Los partidos políticos en los medios de difusión* (encuesta), Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco, México, marzo de 1979.
- Chacón, Alfredo, "Dependencia y formación cultural", en Chacón (comp.), *Ocho ensayos latinoamericanos*, Monte Ávila, Caracas, 1975.
- Damhoff, G. W., *¿Quién gobierna a Estados Unidos?*, Siglo XXI, México, 1969.
- De Ipola, Emilio, "Crítica a la teoría de Althusser sobre la ideología", en *Uno en Dos*, núm. 5, La Pléyade, Medellín, julio de 1975.
- Delhumeau, Antonio, "Los sueños colectivos: comunicación, familia, sociedad, Estado", en *El Día*, Sección Testimonios y Documentos, 28 de abril de 1973.
- , "La familia como célula básica del Estado. (El caso mexicano)", en *Estudios Políticos*, núm. 9, vol. III, Centro de Estudios Políticos, UNAM, enero-marzo de 1977.
- Díaz Guerrero, Rogelio, Raúl Bianchi Águila y Rosario Ahumada de Díaz, *Investigación formativa de Plaza Sésamo. Una introducción a las técnicas de preparación de programas educativos televisados*, Trillas, México, 1975.
- Dieuzeide, Henri, *Technologie de l'éducation: technologies avancées, technologies adaptées et technologies intellectuelles*, Comisión de estudios sobre el desarrollo de la educación, UNESCO, París, 1971.
- Díaz, Marcelo, "Milagros en cadena en Brasil: la dudosa victoria de un régimen militar", en *Le Monde Diplomatique* (en español), enero de 1979.
- Dirección General de Divulgación Universitaria, *Divulgación de temas y tópicos universitarios, 1977-1978*, Secretaría de la Rectoría, UNAM, México, 1978.
- Dolera, Carlos Guillermo, "La educación a través de la radio y la televisión", en *Radio y Televisión*, núm. 6, Revista internacional de la industria radial, s/d.

- Dos Santos, Theotonio, "El nuevo carácter de la dependencia", en Matos Mar (comp.), *La crisis del desarrollismo y la nueva dependencia*, Amorrortu, Buenos Aires, 1976.
- Duhourq, Carlos Alberto, "Educación popular por T.V.", en *Comunicación y Cultura*, núm. 4, Galerna, Buenos Aires, 1974.
- Dumazedier, Joffre, *Televisión y educación popular*, Hachette, Buenos Aires, 1965.
- Enzensberger, Hans Magnus, "Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación", en Goded (comp.), *Los medios de comunicación colectiva*, UNAM, México, 1976.
- Escudero Llerena, Teresa, *La comunicación en la enseñanza*, Trillas, México, 1977.
- Esteinou Madrid, Javier, "El estudio materialista de la comunicación de masas", en *Cuadernos del TICOM*, núm. 1, UAM-Xochimilco, marzo de 1979 (a).
- , "El surgimiento histórico de los aparatos de la difusión de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital", en *Memorias del Tercer Congreso Nacional de Economistas*, Colegio Nacional de Economistas, México, marzo de 1979 (b).
- , *Los medios de difusión masiva en la formación social capitalista*, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- , "Los aparatos de difusión de masas como la vanguardia cultural del estado capitalista contemporáneo", en *El Día*, Sección Testimonios y Documentos, 2 de julio de 1979 (c).
- , "Medios de comunicación y acumulación de capital", en *Estudios del Tercer Mundo*, núm. 3, vol. 3, septiembre de 1980.
- , "El surgimiento histórico de los medios de comunicación social y su incidencia en el modelo de acumulación de capital", en *Condicionantes históricos de la comunicación social*, Colección Aportes de Comunicación Social, núm. 2, Presidencia de la República, México, 1981.
- , "Medios de comunicación y calificación de la fuerza de trabajo", en *Cuadernos del TICOM*, UAM-Xochimilco, en prensa.
- , *Los aparatos de difusión de masas y el modelo de acumulación de capital*, en preparación.
- Fajen, Stephen, "Cómo hacer más rentables los medios de comunicación", en *Expansión*, núm. 263, año XI, vol. XI, 18 de abril de 1979.
- Falk, Richard (ed), *The future of international law*, vol. III, Princeton University Press, 1972.
- Frankel, Charles, "Relaciones educacionales y culturales", en *Las comunicaciones en la diplomacia moderna*, Dimelisa, México, 1976.
- Fernández Espinoza, Joaquín Antonio, *Un análisis de la T.V. educativa que pasa por los canales del Distrito Federal*, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1969.
- Fernández, Fátima et al., *Diagnóstico sobre los medios de difusión de masas en México y proposiciones para el derecho a la información*, AMIC, D. F., Cámara de Diputados, México, julio de 1980.
- Florescano, Enrique, "De la memoria del poder a la historia como explicación", en Florescano et al., *Historia, ¿para qué?*, Siglo XXI, México, 1980.

- Fossart, Robert, *La société. Une theorie generale*, tomo I, Seuil, París, 1977.
- 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. 2, abril de 1979.
- _____, *Toward a Political Economy of Mass Communication*, Media Studies, PCL, s/d, ed. mimeografiada.
- Gattegno, Caleb, *Hacia una nueva cultura visual*, Sepsetentas, núm. 102, México, 1973.
- Giménez, Gilberto, *Apuntes para una sociología de las ideologías*, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1970.
- Goded, Jaime (comp.), *Los medios de comunicación colectiva*, UNAM, México, 1976.
- González Mayo, G. "La alfabetización funcional por la radio y la T.V.", en *Educación y medios de comunicación masiva*, Documentos de Trabajo, núm. 1, Fundación Ebert, México, 1973.
- Gramsci, Antonio, *La formación de los intelectuales*, Grijalbo, México, 1972.
- _____, "La opinión pública", en *Pasado y Presente*, Granica, Buenos Aires, 1974.
- _____, "Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el estado moderno", en *Obras de Antonio Gramsci*, tomo I, Juan Pablos, México, 1975 (a).
- _____, "Problemas escolares y organización de la cultura", en *Obras de Antonio Gramsci*, tomo II, Juan Pablos, México, 1975 (b).
- _____, *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.
- Granados Roldán, Otto, "Régimen legal de los medios", en *Los Universitarios*, núm. 119-120, UNAM, mayo de 1978.
- Grenhalm, Lennart H., *El empleo de la radio por los grupos de estudio en la República Unida de Tanzania*, Serie Experiencias e Innovaciones en Educación, núm. 15, UNESCO, París, 1975.
- Grisore, Dominique y Robert Maggiori, *Para leer a Gramsci*, Zero, Barcelona, 1976.
- Guerin, Robert, *La publicidad es una violación*, Sagitario, Barcelona, 1975.
- Guichard, Jean, *El marxismo*, Desclée de Brower, Bilbao, 1975.
- Guinsberg, Enrique, *Los medios masivos de comunicación y la formación psicosocial*, México, D. F., Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), 1978, ed. mimeografiada.
- Gutiérrez Pérez, Francisco, *Hacia una pedagogía basada en los nuevos lenguajes de los medios de comunicación social*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México, 1972.
- Harnecker, Marta, *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, 15a. ed., Siglo XXI, México, 1968.
- Henestrosa, Fernando, "La comunicación colectiva y la educación", en *El Día*, 29 de agosto de 1973.
- Hernández Gutiérrez, Ignacio, "Reforma educativa a nivel superior: ideología y estructura económica", en Carmona, *Reforma educativa y apertura democrática*, Nuestro tiempo, México, 1972.
- Hirschman, Winfred B., "Cómo beneficiarse con la curva de aprendizaje", en

- Expansión*, núm. 291, vol. XII, año XII, mayo de 1980.
- Hornstein, Bernardo Luis, *Teorías de las ideologías y psicoanálisis*. (Modo de producción y complejo de Edipo), Kargierman, Buenos Aires, 1973.
- Institute For Communications Research, *A Report on the System of Radio Primaria in the State of San Luis Potosí*, Stanford University Press, Information Center on Instructional Technology Academy for Educational Development, 1975.
- Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado, *Análisis del público televidente limeño. Gustos, hábitos y preferencias*, Gráfica Stylo, Lima, 1969.
- Investigación en teleducación*, VII, Seminario Latinoamericano para profesores de teleducación, Instituto de Solidaridad Internacional, Medellín, octubre de 1973.
- Jakubowsky, Franz, *Las superestructuras ideológicas en la concepción materialista de la historia*, A. Corazón, Colección comunicación, Serie B, Madrid, 1973.
- Janus, Noreen y Rafael Roncagliolo, *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1980.
- Jiménez C., Édgar, *Perspectivas de la sociología de la educación en América Latina*, Universidad Iberoamericana, México, 1981.
- Jiménez, Gilberto, *Apuntes para una sociología de las ideologías*, Universidad Iberoamericana, México, 1978.
- King, María Elena, "La utilización de la radio y la televisión en la educación", en *Educación y medios de comunicación masiva*, Documentos de trabajo, núm. 1, Fundación Ebert, México, 1973.
- Koch, Howard, "Orson Welles, el poder de los medios", en *Nueva Política*, núm. 3, vol. 1, julio-septiembre de 1976.
- Koening, Allen y Ruane Hill, *Televisión educativa: presente y futuro*, Troquel, Buenos Aires, 1970.
- Labarca, Guillermo, "Acumulación y educación en Chile: un esquema de análisis", en Labarca (comp.), *La educación burguesa*, Nueva Imagen, México, 1977 (a).
- , "El sistema educacional, ideología y superestructura", en Labarca (comp.), *La educación burguesa*, Nueva Imagen, México, 1977 (b).
- , "Un examen al examen: la escuela secundaria en Chile", en *Comunicación y Cultura*, núm. 1, Nueva Imagen, 4a. ed., México, 1977 (c).
- , *Economía política de la educación*, Nueva Imagen, México, 1980.
- La Belle, Thomas, "Impacto de la educación no formal sobre el ingreso en la industria: Ciudad Guayana, Venezuela", *Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 4, vol. IV, cuarto trimestre, 1974.
- , *Educational alternatives in Latin America. Social change and social stratification*, UCLA, Los Ángeles, 1975.
- Lallez, Raymond, *El caso Tevec: una experiencia de educación de adultos por el sistema de múltiples medios*, Experiencias e Innovaciones de la Educación, núm. 1, UNESCO-OIE, Colombia, 1970.
- Lagrange, H., "A propósito de la escuela", en Michel Lowy (ed.), *Sobre el método marxista*, Grijalbo, México, 1973.
- Latapí, Pablo, "Televisión y escuela", en *Educación nacional y opinión pública*, Centro de Estudios Educativos, México, 1965.

- , "Dos mundiales: futbol y economía. Nueva conciencia planetaria", en *Excélsior*, 8 de junio de 1976.
- Lenk, Kurt, *El concepto de ideología*, Amorrortu, Buenos Aires, 1976.
- León Martínez, Enrique, *La televisión en el proceso político de México*, Federación Editora Nacional, México, 1975.
- Limoneiro Cardoso, Miriam, *La ideología dominante*, Siglo XXI, México, 1975.
- Loera Chávez, Margarita, *Economía campesina indígena durante la colonia. Un caso en el Valle de Toluca*, INI, México, 1981.
- Lowry, Denis, "Radio, T.V., and alfabetization in Mexico", en *Journal of Broadcasting*, núm. 2, vol. XIV, primavera de 1970.
- Luengo González, Enrique, "Una respuesta a las distintas explicaciones sobre la problemática educativa de América Latina", en *Cuadernos de Sociología*, núm. 3, vol. II, Universidad Iberoamericana, junio-julio de 1978.
- Lutzemberg, Grazia y Sergio Bernardini, "Política cultural y lucha de clases", en Lutzemberg et al., *Cultura, comunicación de masas y lucha de clases*, Nueva Imagen, México, 1978.
- Lyle, Nelson, "T.V. educativa ¿cuándo?", en *Cuadernos de Comunicación*, núm. 1, 1975.
- Lytle, Clifford M., "El proceso de las elecciones en los Estados Unidos de Norteamérica", en *El Día*, Sección Testimonios y Documentos, 18 de julio de 1979.
- Macciocchi, María Antonieta, *Gramsci y la revolución de occidente*, Siglo XXI, México, 1975.
- Mariátegui, José Carlos, "Introducción a un estudio sobre el problema de la educación pública", en *Obras completas de José Carlos Mariátegui*, vol. 14, 2a. ed., Amanta, Lima, 1973.
- , "Ideología y política", en *Obras Completas de José Carlos Mariátegui*, vol. 13, 6a. ed., Amanta, Lima, 1975.
- Margulis, Mario, "La cultura popular", en *Arte, Ideología y Sociedad*, núm. 2, agosto-septiembre de 1977.
- Marini, Ruy Mauro, "Se acabó el milagro brasileño", en *Excélsior*, 1 de febrero de 1976.
- Martínez Terrero, Jesús, "Estructura de poder de los medios de masas", en *Economía, comunicación y desarrollo*, Boletín Radiodienst UNDA-AL, núm. 62, Montevideo, junio de 1975.
- Matos Mar, José (comp.), *La crisis del desarrollismo y la nueva dependencia*, Amorrortu, Buenos Aires, 1976.
- Mattelart, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973 (a).
- , "La industria cultural no es una industria ligera", en *Casa de las Américas*, núm. 77, vol. XII, marzo-abril de 1973 (b).
- , "La industria Sésamo", en *Revista Mexicana de Ciencia Política*, núm. 74, año XIX, nueva época, octubre-diciembre de 1973 (c).
- , *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*, 2a. ed., Siglo XXI, Buenos Aires, 1974 (a).
- , *La cultura como empresa multinacional*, Era, México, 1974 (b).
- , "Notas sobre el gremialismo y la línea de masas de la burguesía chilena",

- en Mattelart *et al.*, *Chile vencerá*, Roca, Colección R, México, 1974 (c).
- , “El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural”, en *Comunicación y cultura*, núm. 1, 4a. ed., 1977 (a).
- , *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*, Siglo XXI, México, 1977, (b).
- , *La comunicación de la crisis*, Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación, UAM-Xochimilco, mayo de 1978, ed. mimeografiada.
- y Michelle Mattelart, “Una cultura para administrar la crisis”, en *Le Monde Diplomatique* (en español), núm. 10, año 1, octubre de 1979.
- , Mabel Piccini y Michelle Mattelart, “Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile”, en *Cuadernos de la Realidad Nacional*, núm. 3, Universidad Católica de Chile, 1970.
- , y Seth Siegelau, *Communication and class struggle. Capitalism, imperialism*, vol. 1, International Mass Media Research Center, Nueva York, 1979.
- , y Daniel Wacksman, “Plaza Sésamo y la coartada de la neutralidad”, en *Siempre*, núm. 1038, 16 de mayo de 1973.
- Mattelart, Michelle, “La mujer y la línea de masas de la burguesía en Chile”, en *Siempre*, núm. 645, junio de 1974.
- , “Cuando las mujeres de la burguesía salen a la calle”, en M. Mattelart *et al.*, *La cultura de la opresión femenina*, Era, México, 1977.
- Marx, Karl y Frederick Engels, “La ideología alemana”, en *Obras escogidas*, tomo I, Progreso, Moscú, 1973.
- Mc. Anany, Emile, *Radios role in nonformal education. An overview*, Stanford University, Institute for Communication Research, mayo de 1976.
- , C. Hornik y Hohn Mayo, *Studing instructional television: What should be evaluated, Material and Techniques*, núm. 79, UNESCO, 1974.
- Mc. Luhan, Marshall, “Classroom without walls”, en Mc. Luhan *et al.*, *Exploration Press*, Boston, 1960.
- , *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México, 1978.
- , “Medios audiovisuales. Tarifas y datos”, en *Medios audiovisuales mexicanos*, núm. 81, marzo-mayo de 1979 (a).
- , “Medios impresos tarifas y precios”, en *Medios publicitarios mexicanos*, núm. 81, febrero-abril de 1979 (b).
- Mendel, Gerard y Christian Vogt, *El manifiesto de la educación*, Siglo XXI, México, 1975.
- Miliband, Ralph, *El estado en la sociedad capitalista*, Siglo XXI, México, 1976.
- Molina Piñeiro, Luis, *Divulgación de temas y tópicos universitarios 1977-1978*, Dirección General de Divulgación Universitaria, UNAM, México, 1977.
- Monteforte Toledo, Mario, “Las ideologías”, en Monteforte Toledo *et al.*, *Literatura, ideología y lenguaje*, Grijalbo, México, 1976.
- Mouffe, Chantal, “Hegemonía e ideología en Gramsci”, en *Arte, Ideología y Sociedad*, núm. 5, 1978.
- Muraro, Heriberto, *Neocapitalismo y medios de comunicación*, EUDEBA, Buenos Aires, 1974.
- Niño, Frank, “La televisión educativa: dieciséis ojos para aprender a enseñar”,

- en *Radio y Televisión*, núm. 8, vol. IV, Rev. Internacional de la Industria Radial, enero de 1978.
- Nolasco Armas, Margarita, "Educación y medios de comunicación masiva", en *Chasqui*, núm. 5, Quito, s/d.
- Nualart Sánchez, Jaime V., *La telesecundaria mexicana, ¿éxito o fracaso?*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1974.
- Ortiz Bremman, Benjamín, *Análisis comparativo sobre las ventajas y limitaciones de los medios de educación*, CIESPAL, Quito, 1974.
- Paz, Ida, *Medios masivos, ideología y propaganda imperialista*, Unión de Escritores y Artistas de Cuba, La Habana, 1977.
- Phillipoff, Robert, "Aspects of monopoly domination of the mass media", en *Political Affairs*, julio de 1977.
- Pinto Marzal, Jorge, "Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México", en *Revista Mexicana de Ciencia Política*, núm. 76, año XX, nueva época, abril-junio de 1974.
- , *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva*, UNAM, Serie Lecturas, núm. 5, México, 1977.
- Piotte, Jean Marc, *El pensamiento político de Gramsci*, Barcelona, A. Redondo, Colección Beta, núm. 32, 1972.
- Pérez Barreto, Samuel, *El caso de "Plaza Sésamo" en el Perú*, Quinto Sol, México, s/d.
- Ponce, Aníbal, *Educación y lucha de clases*, Cartago, Buenos Aires, 1974 (a).
- , *La educación como imperialismo cultural*, Siglo XXI, México, 1974 (b).
- Portelli, Hugues, *Gramsci y el bloque histórico*, 2a. ed., Siglo XXI, México, 1973.
- Poulantzas, Nicos, *Poder político y clases sociales en el estado capitalista*, 11a. ed., Siglo XXI, México, 1969.
- , *Fascismo y dictadura*, Siglo XXI, México, 1971.
- , *Crítica de la hegemonía del estado*, Cuervo, Buenos Aires, 1976 (a).
- , *La crisis de las dictaduras. Portugal, Grecia, España*, Siglo XXI, México, 1976 (b).
- , *Las clases sociales en el capitalismo actual*, Siglo XXI, México, 1976 (c).
- , *Estado, poder y socialismo*, Siglo XXI, México, 1979 (a).
- , "La crisis de los partidos", en *Le Monde Diplomatique* (en español), septiembre de 1979 (b).
- , "El desplazamiento de los procesos de legitimación", en *El Nuevo Orden Interior*, U. de Vincennes, 1980.
- Prieto Castillo, Daniel, *Elementos para una teoría de la comunicación*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México, 1977.
- Programme d'éducation télévisuelle*, 5 vol., Côte d'Ivoire, Ministerio de Educación Nacional, 1968-1978.
- Puiggrós, Adriana, *Imperialismo y educación en América Latina*, Nueva Imagen, México, 1980.
- Ramo Gil, María Cristina, *Posibilidades y obstáculos para la utilización de la red como medio educativo en México*, tesis de licenciatura, Universidad Iberoamericana, México, 1975.
- Raymond, Williams, *Los medios de comunicación social*, Península, Barcelona, 1974.

- Reich, Wilhelm, "La ideología de la familia autoritaria en la psicología de masas del fascismo", en Reich, *La psicología de masas del fascismo*, Roca, Colección R., núm. 20, México, 1973.
- Reyes Matta, Fernando, *Network and Travolta instruments of transnational ideological expresion*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1978.
- Ribeil, Georges, *Tensiones y mutaciones sociales*, El Ateneo, Buenos Aires, 1978.
- Richeri, Giuseppe, *Experiences alternatives, les stations locales de radio-television en Italie*, Commision Internationale d'Etude des Problèmes de la Communication, núm. 67, UNESCO, París, 1978.
- Rodríguez Méndez, José María, *Los teledictos. La sociedad televisual*, Estela, Barcelona, 1971.
- Rodríguez Paniagua, José María, *Marx y el problema de la ideología*, Tecnos, Madrid, 1972.
- Roncagliolo, Rafael, *Comunicación: cambio social y necesidad de un nuevo marco conceptual*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1977.
- , y Noreene Janus, *Publicidad transnacional, medios de comunicación y educación en los países en desarrollo*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1980.
- Rota, Joseph y Carlos Fernández Collado, *Usos, funciones y gratificaciones de la televisión para el niño mexicano*, Primer Foro Latinoamericano de la T.V. para Niños, México, 24-28 de agosto de 1976, ed. mimeografiada.
- Royce, Marion, "La universidad abierta", en *Productividad y Desarrollo*, núm. 6, enero-febrero de 1973.
- Sahagún Bernal, Víctor, *Anatomía de la publicidad en México*, Nuestro Tiempo, México, 1974.
- Santos, Enrique, "Tecnología, imperialismo y educación", en *Comunicación y Cultura*, núm. 3, Galerna, Buenos Aires, 1974.
- Scharmm, Wilbur, *Big media, Little media. Tools and technologies for instruction*, Sage Publications, Londres, 1977.
- , *Quality in instructional television*, The University Press of Hawaii, 1975.
- , y J. Parker, *Televisión para niños: El impacto socioeconómico de la TV*, Hispano-Europea, Barcelona, 1965.
- Shortal, Robert, "Televisión en el aire dentro del aula", en *Radio y Televisión*, núm. 17, vol. 3, Rev. Internacional de la Industria Radial, mayo de 1967.
- Silverman, Theresa y Emile Mc. Anany, *Tele-Niger: adapting an electronic medium to a rural african context*, Washington, the clearing house and Development Communications, s/d.
- Spain, Peter, *A report on the system of radioprimary in the State of San Luis Potosí*, Stanford University, Institute for Communications Research, 1975.
- Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM), *Medios de comunicación y reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo*, UAM-Xochimilco (en prensa).
- Taufic, Camilo, *Periodismo y lucha de clases*, De la Flor, Buenos Aires, 1974.
- Tattenbach, Franz, "Análisis de los intereses del auditorio de un programa de educación radiofónica (el caso de la Escuela Para Todos de Costa Rica)", en

- Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 4, 1974.
- Texier, Jacques, *Gramsci, teórico de las superestructuras. Acerca del concepto de sociedad civil*, Ediciones de Cultura Popular, México, 1975.
- Torres, Héctor, "Colombia y el satélite educativo", en *Comunicación y Cultura*, núm. 3, Galerna, Buenos Aires, 1974.
- Toussaint, Florence, et al., *Diagnóstico sobre los medios de difusión de masas en México y proposiciones para el derecho a la información*, AMIC, Cámara de Diputados, México, julio de 1980.
- Tunstall, Jeremy, *The open university*, University of Massachusetts Press, 1974.
- UNESCO, *Television for higher technical education of the employed*, Estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 55, París, 1969.
- , *Les moyens d'information dans la société. Necessite de developper la recherche*, Estudios y Documentos de Información, núm. 59, París, 1970.
- , *Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones*, Estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 74, París, 1975.
- , *Informe provisional sobre los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*. Comisión internacional para el estudio de los problemas de la comunicación, París, 1978 (a).
- , *Que savons-nous sur la communication?*, Comisión internacional para el estudio de los problemas de la comunicación, núm. 9, 1978 (b).
- Ulloa, Manuel, "Imperialismo y reforma educativa", en Carmona, *Reforma educativa y apertura democrática*, Nuestro Tiempo, México, 1972.
- Vasconi, Tomás Amadeo, "Contra la escuela. (Borradores para una crítica marxista de la educación)", en *Sociedad y Desarrollo*, núm. 2, Santiago, abril-junio de 1972.
- , "Dependencia y superestructura", en Chacón (comp.), *Ocho ensayos latinoamericanos*, Monte Ávila, Caracas, 1975.
- , "Aportes para una teoría de la educación. Sobre la imagen pequeño-burguesa de la escuela. La pirámide escolar y la democratización", en Labarca (comp.), *La educación burguesa*, Nueva Imagen, México, 1977 (a).
- , "Ideología, lucha de clases y aparatos educativos en el desarrollo de América Latina", en Labarca (comp.), *La educación burguesa*, Nueva Imagen, México, 1977 (b).
- , "Modernización y crisis en la universidad latinoamericana", en Labarca (comp.), *La educación burguesa*, Nueva Imagen, México, 1977(c).
- , *Universidad y acumulación de capital en América Latina*, UAM-Xochimilco, México, 1979.
- Waniewicz, Ignacy, *La radiocomunicación al servicio de la educación de adultos*, UNESCO, París, 1972.
- Wartella, Helen, "Children communicating: media and development of thought, speech, understanding", en *Communication Research*, vol. 7, Sage Publications, Londres, 1979.
- Williams, Raymond, *Los medios de comunicación social*, 2a. ed., Península, Barcelona, 1979.
- White, Robert, *An evaluation of the radio schools and the radio School movement in Honduras*, University of St. Louis Missouri, 1972.
- , *New methodologies in adult education: a case study and evaluation of the*

Santa Maria radiophonic program, Stanford University Press, 1976.
Zabarán, Joaquín C., "Contra la represión en la escuela", en *El Día*, 2, 10 y 17 de enero de 1981.

HEMEROGRAFÍA

- "Ambicioso plan educativo pone en marcha EU: prensa y TV en escuela abierta", *Novedades*, 9 de septiembre de 1979.
- "Anunció sus planes de capacitación laboral la Productora Mexicana de Tubería", *Excélsior*, 12 de noviembre de 1981.
- "Apoyo de la Iglesia contra la opresión", *Excélsior*, 9 de enero de 1979.
- "A través de su centro de capacitación la CTM llenará vacíos de tipo educativo", *El Día*, 23 de agosto de 1981.
- "A 21 países del continente y España llegará el Festival OTI", *Excélsior*, 30 de noviembre de 1978.
- "Bailando sobre la cultura", *Proceso*, 7 de agosto de 1978.
- "Bombazo a la TV alemana por una serie projudía", *Excélsior*, 20 de enero de 1979.
- "Campaña antimexicana", *Excélsior*, 26 de noviembre de 1975.
- "Campaña antiMéxico en EU", *Excélsior*, 3 de enero de 1977.
- "Campaña contra México", *Excélsior*, 23 de julio de 1976.
- "Campaña contra el turismo en México", *El Heraldo*, 13 de enero de 1977.
- "Campañas contra México impiden que crezca el turismo en EU", *El Heraldo*, 12 de enero de 1977.
- "Campaña de la ONU para promover los derechos de los palestinos", *Excélsior*, 7 de octubre de 1978.
- "Capacitación agropecuaria a campesinos por televisión", *Novedades*, 18 de diciembre de 1980.
- "Causa pesimismo ver la TV en forma exagerada", *Excélsior*, 24 de abril de 1979.
- "Cien mil elementos de seguridad", *Excélsior*, 21 de enero de 1979.
- "Cinco millones de telespectadores han visto en España *Holocausto*", *El Día*, 26 de junio de 1979.
- "Clases de la UNAM por TV", *Últimas Noticias*, *Excélsior*, 23 de junio de 1977.
- "Comentario a la nueva serie de TV *Vaselina*", *El Heraldo*, 21 de abril de 1977.
- "Comenzará a transmitirse *Holocausto*", *Excélsior*, 11 de julio de 1979.
- "Cómo aprender con el auxilio de la TV", *Excélsior*, 8 de febrero de 1979.
- "¿Cómo es, a la luz de todo ese material, la cabeza, la voluntad, la atención y el carácter de un niño televidente típico?", *Revista del Consumidor*, núm. 27, mayo de 1979.
- "Cómo se curan los drogados televisivos", *Excélsior*, 22 de abril de 1980.
- "Concluida la primera de las cinco etapas de promoción educativa al campesino", *El Heraldo*, 23 de noviembre de 1980.
- "Conclusiones del seminario sobre la reforma educativa y los medios de información y difusión en nuestros días", *El Día*, 24 de noviembre de 1970.

- “Contra la represión en la escuela”, *El Día*, 17 de enero de 1981.
- “Convenio de adiestramiento técnico-agropecuario entre TRM y diez estados”, *El Sol de México*, 9 de febrero de 1981.
- “Convenio de TRM y Banrural para impulsar el agro”, *El Nacional*, 29 de abril de 1981.
- “Crítica de cine: Vaselina”, *Excélsior*, 9 de octubre de 1978.
- “Cuatrocientos campesinos del estado de Oaxaca son capacitados a través de TRM y SARH”, *El Sol de México*, 17 de diciembre de 1980.
- “Culminó el milagro brasileño”, *Excélsior*, 30 de julio de 1979.
- “Cursos universitarios transmitirá Televisa”, *El Día*, 28 de mayo de 1975.
- “Darán difusión por satélite al encuentro de la comunicación”, *Excélsior*, 17 de octubre de 1974.
- “De 17 años de vida, 2 mirando televisión”, *Excélsior*, 18 de diciembre de 1978.
- “Denuncian cuatro legisladores una campaña de desprestigio al gobierno de México”, *El Heraldo*, 5 de marzo de 1976.
- “Denuncian a difusoras de EU de hacer una campaña contra México”, *Excélsior*, diciembre de 1975.
- “Denuncia Milton Castellanos una campaña contra Baja California”, *El Día*, 16 de agosto de 1976.
- “Destacan la importancia de difundir cursos universitarios por televisión”, *Excélsior*, octubre de 1978.
- “Deutsche Welle trasmite en 34 idiomas”, *Excélsior*, 18 de noviembre de 1978.
- “Diálogo y comunicación para la integración universitaria con su entorno”, *El Día*, 2 de julio de 1980.
- “Diseño y metodología del estudio de la viabilidad de un sistema regional de teleeducación para países de América del Sur”, en *Comunicación y Cultura*, núm. 3, Galerna, Buenos Aires, 1974.
- “Distribuyen en la TV de seis países una serie de programas infantiles didácticos”, *Excélsior*, 7 de febrero de 1979.
- “Documentos del SAM. Estrategia de comunicación social”, *Excélsior*, 28 de mayo de 1981.
- “Dos millones vieron por TV en Sao Paulo, Brasil, el I Festival de Jazz”, *Excélsior*, 21 de septiembre de 1978.
- “Doscientos millones de norteamericanos permanecieron 14 horas sentados frente a la TV”, *El Heraldo*, 1 de marzo de 1979.
- “Doscientos veintiún millones de dólares han obtenido Grease y Saturday Night Fever en Norteamérica”, *Excélsior*, 12 de septiembre de 1978.
- “Editores de EU, Europa y Australia darán a conocer los atractivos de nuestro país”, *El Heraldo*, 28 de mayo de 1977.
- “El caos educativo de origen familiar”, *Excélsior*, 28 de enero de 1981, Sección Financiera.
- “El canciller de Alemania Federal tomará parte de un debate sobre Holocausto”, *El Nacional*, 5 de marzo de 1979.
- “El comunismo ajeno a la democracia social de México: LE”, *El Heraldo*, 9 de septiembre de 1976.
- “El congreso judío decide cancelar su boicot turístico a México”, *El Heraldo*, 16 de febrero de 1977.

- "El deterioro educativo frustra la revolución tecnológica: EU", *Excélsior*, 27 de enero de 1981, Sección Financiera.
- "El fenómeno Travolta es positivo y llena el vacío que dejó Elvis Presley: Quincy Jones", *Excélsior*, 27 de octubre de 1978.
- "El filme Los diez derechos del niño se proyectará mundialmente en la TV", *Excélsior*, 21 de mayo de 1979.
- "El gusto musical inducido por radiodifusores y publicistas", *Excélsior*, 27 de noviembre de 1976.
- "El informe presidencial será visto y oído por 20 millones", *Excélsior*, 28 de agosto de 1975.
- "El milagro brasileño: depauperización obrera", *Uno más Uno*, 16 de agosto de 1979.
- "El milagro de la propaganda", *Excélsior*, 2 de febrero de 1979.
- "En Italia hay 6 500 difusoras, de radio y TV", *Excélsior*, 30 de marzo de 1981.
- "El 66% de la formación se adquiere antes de los 6 años", *Excélsior*, 23 de febrero de 1975.
- "El travoltismo, gran negocio en EU", *Excélsior*, 6 de noviembre de 1978.
- "Emplearán en EU las series policiacas de TV para que los niños aprendan el sistema judicial", *Uno más Uno*, 12 de junio de 1978.
- "Encuentro sobre la TV en América Latina", *Excélsior*, 8 de enero de 1979.
- "En España los incultos ven más televisión", *Excélsior*, 5 de octubre de 1978.
- "En Estados Unidos divulgan lo que pasa en México con vidrio de aumento", *El Día*, 27 de enero de 1977.
- "En EU, las elecciones son ahora un acto televisivo: Marshall Mc. Luhan", *Excélsior*, 3 de mayo de 1976.
- "En la TV mundial estrenarán el filme de dibujos animados Los derechos del niño", *Excélsior*, 24 de febrero de 1979.
- "En más de 50 países, inclusive México, se transmitirá La historia de la humanidad", *Excélsior*, 13 de octubre de 1978.
- "En 20 países adquieren la serie de TV Raíces", *Excélsior*, 24 de febrero de 1979.
- "España: 30 minutos de TV a los partidos", *El Día*, 12 de febrero de 1979.
- "Es necesario que la UNAM siga explorando las posibilidades didácticas en televisión", *El Nacional*, 18 de noviembre de 1980.
- "Es preciso atraer a los turistas sin enajenar nuestras costumbres", *El Día*, 16 de enero de 1977.
- "EU: un estudio exculpa a la TV de inducir a la gente a la violencia", *El Día*, enero de 1972.
- "Execración del crimen político", *Excélsior*, 9 de abril de 1979.
- "Éxito de la primera etapa de educación media superior transmitida en el canal 11", *Excélsior*, 31 de marzo de 1979.
- "Exitosa campaña de la WPAB", *Radio y Televisión*, vol. IV, núm. 4, Rev. Internacional de la Industria Radial, septiembre de 1967.
- "Fanatismo de los niños chilenos por el video", *Excélsior*, 22 de diciembre de 1975.
- "Felipe González desafía a Suárez a un debate por TV", *Uno más Uno*, 28 de octubre de 1978.
- "Fustiga Giscard en TV a Chirac", *Novedades*, 20 de abril de 1979.

- "Glorificación existencial", *Tiempo*, 27 de noviembre de 1978.
- "Hay 1 500 emisoras de radio y TV en Italia", *Excélsior*, 15 de febrero de 1981.
- "High Steppen To Stardom", *Time*, 3 de abril de 1978.
- "Holocausto, el filme más polémico de la TV", *Uno más Uno*, junio de 1979.
- "Holocausto: éxito de éxitos", *Uno más Uno*, 16 de septiembre de 1978.
- "Holocausto: ¿ha muerto el nazismo?", *El Gallo Ilustrado*, núm. 893, 29 de julio de 1979.
- "Holocausto o el triunfo del este", *Uno más Uno*, 12 de julio de 1979.
- "Holocausto pasará a la TV argentina", *Excélsior*, 12 de julio de 1979.
- "Holocausto, serie de TV que continúa provocando polémicas", *El Día*, 8 de marzo de 1979.
- "Holocausto: un docudrama", *Uno más Uno*, 22 de julio de 1979.
- "Holocausto, un telefilme para hacer historia", *El Día*, 15 de agosto de 1979.
- "Holocausto I", *El Día*, 13 de julio de 1979.
- "Holocausto II", *El Día*, 28 de julio de 1979.
- "Hoy en día las juventudes se han convertido en travoltas", *Excélsior*, 7 de febrero de 1979.
- "Impulsará la TV rural la capacitación industrial", *El Sol de México*, 29 de noviembre de 1980.
- "Inflación del 60% en Brasil", *Excélsior*, 27 de marzo de 1980.
- "Influencia de la TV en la forma de vida en Norteamérica", *Excélsior*, 28 de mayo de 1979.
- "Invaden las ondas de Europa las radiodifusoras libres", *Uno más Uno*, 22 de febrero de 1981.
- "Invento de transnacionales. Travolta es sólo la envoltura", *Proceso*, núm. 120, 19 de febrero de 1979.
- "La BBC impone un reglamento para evitar que el público se contagie de violencia", *El Heraldo*, 23 de abril de 1979.
- "La bendición papal a 450 millones de personas por TV", *Novedades*, 28 de enero de 1979.
- "La ceremonia de jura de la bandera por radio y TV", *Excélsior*, 5 de mayo de 1980.
- "La comunicación de masas: su impacto en la familia y en el hombre", *El Día*, 16 de agosto de 1970.
- "La comunicación masiva está desintegrando al ser humano", *El Heraldo*, 4 de marzo de 1976.
- "La educación que se difunde por el video es importante y cada día toma más auge", *Excélsior*, 4 de octubre de 1978.
- "La educación vía satélite y sus aspectos políticos", *El Día*, Secc. Testimonios y Documentos, 15 de agosto de 1973.
- "La escuela como agente socializador", *El Día*, 17 de noviembre de 1979.
- "La experiencia italiana en radiodifusión", *Excélsior*, 17 de agosto de 1973.
- "La falta de TV provoca a los japoneses insomnio y hasta vicio por el alcohol", *El Heraldo de México*, 23 de abril de 1979.
- "La imagen de México dañada", *El Heraldo*, 15 de enero de 1977.
- "La inauguración de los VIII campeonatos de volibol pasarán en 32 países, vía satélite", *Excélsior*, 27 de septiembre de 1974.

- "La mayor parte de las empresas del país, no capacitan a sus trabajadores", *El Día*, 14 de julio de 1981.
- "La mitad de España vio por TV el filme Holocausto", *El Día*, 30 de junio de 1979.
- "La Moda del travoltismo", *Proceso*, núm. 93, 14 de agosto de 1978.
- "La naquiza se travoltiza", *Contenido*, 12 de octubre de 1978.
- "La polémica de Holocausto", *El Día*, 14 de julio de 1979.
- "La promoción de Miss Universo agotó las existencias del Maxi Cosmético", *Excélsior*, 9 de septiembre de 1978.
- "La radiodifusión y la Iglesia", *Radio y TV*, Rev. Internacional de la Industria Radial, vol. 5, núm. 3, agosto de 1968.
- "La radio libre invade Europa", *Ovaciones*, 23 de febrero de 1981.
- "La RAI y sus cincuenta y dos años de vida", *El Día*, 24 de junio de 1976.
- "La reforma educativa debe utilizar los medios de comunicación que hoy sólo sirven al comercio", *El Día*, 29 de agosto de 1977.
- "La revolución de la educación masiva", *El Gallo Ilustrado*, núm. 398.
- "La serie Capacitación Agropecuaria de gran utilidad para nuestros campesinos", *Excélsior*, 26 de octubre de 1980.
- "La serie Hawai 5-0, una mini-industria", *Excélsior*, 1 de abril de 1979.
- "La sociabilidad en el kinder", *El Día*, 8 de agosto de 1981.
- "La telesecundaria mexicana", en *Educación*, núm. 11, vol. III, enero-febrero de 1975.
- "La televisión no se opone a métodos de enseñanza: UNAM", *El Día*, 22 de febrero de 1981.
- "La UNAM por TV", *El Día*, 22 de febrero de 1981.
- "La UNAM y Televisa inician la Universidad del Aire en 1976", *El Nacional*, 21 de diciembre de 1976.
- "La teleserie Holocausto provocó una conmoción en Alemania Federal", *Excélsior*, 29 de enero de 1979.
- "La televisión puede deformar a todos los niños del mundo", *Uno más Uno*, 24 de mayo de 1979.
- "La travoltomanía supera las escenas de histeria de los Beatles y Rollings", *Excélsior*, 15 de septiembre de 1978.
- "La TV cura la soledad y consuela a la vejez", *El Heraldo*, 10 de octubre de 1978.
- "La TV y el Año Internacional del Niño. No penséis, disparad", *El Día*, 28 de abril de 1979.
- "La TV y los niños", *Le Monde Diplomatique* (en español), mayo de 1979.
- "La UNAM utilizará televisión para ampliar la enseñanza", *Uno más Uno*, 15 de junio de 1979.
- "La UPN implantará un sistema de educación a distancia", *Excélsior*, 25 de junio de 1979.
- "Los ejemplos de violencia que presenta la TV japonesa quebrantan la disciplina de escolares", *Excélsior*, 15 de octubre de 1978.
- "Los Juegos Olímpicos de Moscú serán vistos por 2 000 millones de personas", *Excélsior*, 24 de enero de 1979.
- "Los medios de comunicación ideales para evangelizar", *El Universal*, 26 de enero de 1972.

- "Los medios de comunicación deben ser complemento de la relación maestro-alumno", *El Día*, 12 de febrero de 1975.
- "Los medios de comunicación manipulan impunemente la personalidad del niño", *El Día*, 4 de julio de 1972.
- "Los medios de comunicación masiva deben ir en auxilio de la educación", *El Día*, 28 de julio de 1973.
- "Los medios de difusión destruyen en buena medida la obra de la escuela", *El Día*, 16 de mayo de 1971.
- "Los medios de información ejercen mayor influencia que la educación", *El Día*, 29 de diciembre de 1970.
- "Los medios masivos de educación son valiosos apoyos en la enseñanza", *El Día*, 26 de noviembre de 1971.
- "Los niños manipulados por los medios de comunicación", *Diorama de Excélsior*, 5 de mayo de 1974.
- "Los niños reciben en forma permanente la influencia de la música exterior y olvidan fácilmente la propia", *Excélsior*, 20 de agosto de 1979.
- "Los niños y la TV", *El Día*, 27 de junio de 1978.
- "Los padres culpables de que los niños pasen muchas horas frente al televisor", *Excélsior*, abril de 1980.
- "Los partidos por radio y TV", *Tiempo*, núm. 1 916.
- "Llegó la teleserie Holocausto a España", *Excélsior*, 27 de junio de 1979.
- "Más de cuarenta mil consultas ha provocado la serie Holocausto", *Excélsior*, 2 de enero de 1979.
- "Mensajes y efectos de los programas de TV", *El Gallo Ilustrado*, núm. 805, 27 de noviembre de 1977.
- "México va a la vanguardia en América Latina en el campo de la educación audiovisual", *El Día*, 6 de mayo de 1971.
- "México y la opinión mundial", *Excélsior*, 4 de octubre de 1976.
- "Mitos y monitos. Sólo una editorial de cómics está ligada a una transnacional", *El Día*, 18 de abril de 1979.
- "Motivarán a los maestros a usar sistemas audiovisuales de educación", *El Herald*, 28 de marzo de 1975.
- "Negativa imagen de México en EU", *Excélsior*, 10 de enero de 1977.
- "Nuevamente Chrysler, programa automotriz de promoción, capacitación y tecnología", *Excélsior*, 25 de mayo de 1981.
- "Obligación patronal, la capacitación a obreros", *El Día*, 30 de junio de 1981.
- "Ochocientos millones verán la llegada del Papa a México", *Excélsior*, 26 de enero de 1979.
- "Olivia Newton-John, compañera de Travolta, recibió la Orden del Imperio Británico", *Excélsior*, 30 de diciembre de 1978.
- "Olivia Newton-John tiene planes matrimoniales pero no con John Travolta; quiere hogar e hijos", *El Herald*, 18 de octubre de 1978.
- "Pánico en Washington por la dramatización de un programa de radio sobre la guerra nuclear", *Excélsior*, 30 de abril de 1980.
- "Pasividad y medios de comunicación", *El Día*, 23 de mayo de 1979.
- "Plan escuela-empresa: la buena vecindad", *Expansión*, núm. 291, vol. XII, 28 de mayo de 1980.

- "Plan extracontinental contra la estabilidad de México", *El Heraldo*, 25 de junio de 1976.
- "Plan publicitario de saturación para atraer turismo de EU a México", *El Día*, 17 de septiembre de 1976.
- "Plan para promover la radio-primaria", *Excélsior*, 17 de julio de 1976.
- "Polémicas violentas en España por el telefilme Holocausto", *El Día*, 21 de junio de 1979.
- "Por medio de una telenovela impartirán cultura en Brasil", *Excélsior*, 20 de enero de 1976.
- "Producción de nueve millones de dólares", *Excélsior*, 6 de julio de 1979.
- "Programa del Consejo Coordinador Empresarial para crear una buena imagen", *Excélsior*, 21 de mayo de 1975.
- "Programa semillero: la empresa va a la escuela", *Expansión*, núm. 316, año XIII, vol. XIII.
- "Provocó pánico una falsa alarma de ataque nuclear en Washington", *El Día*, 30 de abril de 1980.
- "Queremos saber quién dirige y cuál es la razón de la campaña contra México", *El Día*, 2 de mayo de 1976.
- "Radio y TV han producido en la zona del Caribe muy malas formas de hablar", *Excélsior*, 11 de octubre de 1972.
- "Reciben capacitación 400 campesinos oaxaqueños por medio de TRM y SARH", *Excélsior*, 16 de diciembre de 1980.
- "Reciente estudio sobre telemaniacos en EUA", *Excélsior*, 26 de diciembre de 1978.
- "Réplicas anatómicas para la enseñanza audiovisual", *Novedades*, 6 de diciembre de 1971.
- "RTC difundirá mañana el festival del Día del ejército", *Excélsior*, 16 de febrero de 1980.
- "Retos de líderes políticos españoles ante las cámaras", *Excélsior*, 21 de febrero de 1979.
- "Sacerdotes católicos anatemizan a Travolta: sus cintas, alienantes y pervertidas", *El Heraldo*, 20 de octubre de 1978.
- "Se clausuró el seminario internacional de la TV universitaria", *El Heraldo*, 22 de noviembre de 1980.
- "Se utilizarán dos satélites para cubrir la visita del papa Juan Pablo II en México", *Excélsior*, 27 de enero de 1979.
- "Sesenta y seis mil pesos por hombre, las multas a empresas que no capaciten a trabajadores", *Excélsior*, 12 de enero de 1981.
- "Se vinculará la educación básica con los programas de capacitación", *Excélsior*, 18 de mayo de 1981.
- "Siete Días, primer noticiero mexicano con cobertura mundial", *El Día*, 9 de enero de 1979.
- "Siete millones de habitantes de Sao Paulo pasan tres horas al día viendo televisión", *Excélsior*, 10 de junio de 1976.
- "Sigue el auge de discotecas en Italia", *Excélsior*, 2 de enero de 1979.
- "Sigue la campaña contra México", *El Heraldo*, 13 de mayo de 1976.
- "Sin el concurso de los medios de comunicación no puede haber una auténtica

- reforma educativa", *El Día*, 10 de diciembre de 1970.
- "Suárez y el socialista González piden apoyar a la Constitución", *Excélsior*, 5 de diciembre de 1978.
- "Supremacía de la televisión privada en Italia", *El Universal*, 12 de abril de 1981.
- "Técnica agropecuaria elemental disponible a través de la TV", *El Sol de México*, 24 de noviembre de 1980.
- "Telecapacitación, nueva serie para informar a los campesinos del país", *Excélsior*, 27 de mayo de 1980.
- "Telecapacitación, nuevo programa dirigido a los consumidores rurales", *El Día*, 26 de mayo de 1980.
- "TELEREY, medio eficaz para capacitar personal", *Excélsior*, 15 de mayo de 1981.
- "Telescuela técnica en la TV de Bolivia y Paraguay", *Excélsior*, 9 de junio de 1975.
- "Televisión educativa en el Canal 13", *El Día*, 30 de septiembre de 1979.
- "Televisión universitaria educativa", *El Día*, 22 de noviembre de 1980.
- "TV para la Iglesia", *Excélsior*, 9 de enero de 1979.
- "Travolta está asustado por sus fanáticos", *El Día*, 18 de septiembre de 1978.
- "Travolta no asiste a salones de baile", *Excélsior*, 30 de octubre de 1978.
- "Transmitirán en la TV de Honduras la serie educativa Universidad del aire", *Excélsior*, 3 de noviembre de 1976.
- "Tres de cada cuatro franceses vieron el filme para TV Holocausto", *Excélsior*, 20 de abril de 1979.
- "Tres mil 884 empresas sancionadas por la ST y PS por no capacitar a trabajadores", *El Día*, 15 de julio de 1981.
- "Una compañía petrolera de Texas, prohíbe a sus obreros el uso del español durante horas de trabajo", *Uno más Uno*, 17 de agosto de 1981.
- "Una cuarta parte de los habitantes del mundo han visto los films de James Bond", *El Heraldo*, 12 de octubre de 1978.
- "Uno en el Mundial", *Uno más Uno*, 2 de junio de 1978.
- "Un primer paso hacia la TV universal", *El Día*, 9 de marzo de 1979.
- "Vasta campaña contra Israel en medios informativos de Egipto", *Excélsior*, 19 de diciembre de 1978.
- "Vayan a México, piden 38 organismos judíos", *El Sol de México*, 28 de enero de 1976.
- "Vítors de tres millones del aeropuerto al zócalo", *Excélsior*, 27 de enero de 1979.
- "Walter Annenberg donará 150 millones de dólares a la TV no comercial de EUA para una Universidad Televisiva", *Excélsior*, 30 de marzo de 1981.

Índice onomástico

- Althusser, L., 8, 25, 31-32, 37
Amann, R., 16
Arafat, Y., 71
Aréne, P., 35
Argumedo, A., 16
- Baudelot, Ch., 26, 33
Bauer, R., 65
Bechelloni, G., 26, 31
Bini, G., 29
Bolívar, S., 60
Bond, J., 55
Bourdieu, P., 8, 26, 36
Briones, G., 29
- Carazo, R., 70
Carmona, F., 41c
Carter, J., 70
- Chirac, J., 71
- Duverger, M., 41c
- Echeverría, L., 53, 71, 77-78
Enzensberger, H. M., 107
Establet, R., 26, 31, 33
Esteinou Madrid, J., 5-6, 9
- Fadul, A. M., 41c
Freire, P., 36
- Garnham, N., 110
Giscard D'Estaing, V., 71
González, F., 70
Gramsci, A., 24-25, 40, 47
Green, G., 79
Greysen, S., 65
Guinsberg, E., 41c
- Hernández Gutiérrez, I., 28
Hertzberg, A., 78
- Icard, J., 35
- Jamenei, A., 89
Jiménez, E., 29
Jomeini, R., 89
Juan Pablo II, 53, 80, 86, 88
Juárez, B., 60
- Kadafi, M., 83
- Labarca, G., 29, 35
Labra, A., 41c
Landázuri, J., 86
López Portillo, J., 70, 78
Luengo, E., 30c
- MacLuhan, M., 70
Mariátegui, J. C., 30c, 47
Martí, J., 60

Mattelart, A., 9, 16, 110-112
Mendel, G., 27
Monsiváis, C., 41c
Monteforte Toledo, M., 29

Newton-John, O., 79

Pablo VI, 86
Passeron, J. C., 26, 36
Perón, J. D., 83
Piotte, J. M., 24
Poulantzas, N., 9, 27, 112

Reyes Matta, F., 41c
Roncagliolo, R., 16, 41c

Sáenz, H. E., 16
Schindler, A. N., 78

Schmidt, H., 80
Sieglaub, S., 110
Silva, L., 41c
Somavia, J., 41c
Somoza, A., 83
Suárez, A., 70

Tello, J., 81
Thatcher, M., 70
Travolta, J., 78

Vasconi, T. A., 28-29
Vogt, Ch., 27

Welles, O., 74
Wojtyla, C., 80, 89

Zamora, R., 82

Índice analítico

- Acción cultural, 17
- Aceleración del proceso de circulación material de las mercancías, 49
- Aculturación, 56, 117, 121
de la inteligencia infantil, 56
- Acumulación cultural, 20
- Adicción cultural inconsciente al aparato de la cultura de masas, 65
- Agencias de mercadotecnia y publicidad, 104
- Agentes
de la explotación, 37
de la represión, 37
sociales, 37
 multisocialización del campo de conciencia de los, 84, 115
- American Broadcasting Corporation (ABC), 52, 55, 83
- Análisis educativo de los medios de comunicación, 108
- Anunciantes, influencia en los medios de comunicación, 103-104
- Año Internacional del Niño, 55
- Aparato(s)
culturales, 24
 como difusores de la ideología, 24
 de orden político, 85
de comunicación masiva. *Véase*
 Aparatos de comunicación de masas
de difusión de masas. *Véase* Aparatos de comunicación de masas
de estado
 escolar, 37
 familiar, 37
de información, 46
de la cultura de masas, 20
 adicción cultural inconsciente, 65
 prolongación de los partidos políticos a través de los, 85
de poder, 90
de socialización política, 70
educativo, 20
 en la reproducción social, 18
escolar(es), 19, 26
 como principal aparato ideológico del estado capitalista, 27
familiar, red, 56
mediático, 8
militar, 89
religioso, 19, 43, 88
- Aparato(s) de hegemonía, 20, 39. *Véase también* Aparatos de comunicación de masas

- condicionamiento estructural, 93
- dominancia cultural, 14
- fases históricas, 19-20
- función reguladora, 95
- hermetismo de acción, 92
- permeabilidad, 91
- secundarios, 18
- Aparato educativo
 - función
 - político-cultural de inculcación ideológica, 35
 - político-ideológica, 36
 - primera función estructural, 30
 - red, 56
 - segunda función estructural, 36
- Aparato(s) ideológico(s), 17
 - de Estado (AIE), 13, 17, 25-26
 - del Estado
 - moderno, 90
 - multinacional, 56
 - dominante(s), 18, 21, 37
 - concepción althusseriana, 28
 - política de selección, 18
 - características, 18-19
 - escolar, 25
 - e ideología dominante, 37
 - secundarios, 46-47
 - sindicales, 85
- Aparato pedagógico, 27, 38, 135
 - como reproductor de la calificación de la fuerza de trabajo, 33, 135
 - función estructural, 32
 - papel en la industrialización latinoamericana, 29
 - refuncionalización, 113
- Aparatos de comunicación de masas. *Véase también* Aparatos de Hegemonía
 - capacidad de legitimación, 67
 - caracter
 - oligárquico-nacional, 94
 - transnacional, 94
 - como aparatos de hegemonía, 14, 48
 - funciones
 - culturales, 48
 - estructurales, 49
 - como industrias de la conciencia, 74
 - democratización, 141
 - inserción estructural, 138
 - poder
 - de formación del consenso, 71
 - de movilización, 71
 - económico-cultural, 83
 - radio de actuación ideológica, 52
 - y discurso publicitario, 49
- Armonía social, 51
- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), 110
- Associated Press (AP), 53
- Business Week*, 77
- Calificación de la fuerza de trabajo
 - capacitación media, 124
 - educación
 - elemental, 117
 - superior, 127
 - formación básica, 120
 - reproducción, 31, 42, 85, 108, 115
 - y el discurso de la información colectiva, 116
- Cambio social, concepción "aparatarista", 137
- Canales audiovisuales como difusores de la ideología, 24
- Capacidad de legitimación de los aparatos de comunicación de masas, 67
- Capital
 - cultural del dominador, 37
 - ideológico del proletariado, 37
- Censura, 106
- Centro de Estudios Internacionales del Colegio de México, 59
- Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Anáhuac, 59
- Circuito de comunicación de masas, 14

- Circulación de las mercancías
 cultural, 112
 material, 49
- Clases
 lucha de, 27, 51, 141
 sociales, reproducción en el capitalismo moderno, 27
- Columbia Broadcasting System (CBS), 55
- Comité Olímpico Internacional (COI), 54
- Comunicación
 colectiva, teoría clásica, 108
 concepción materialista, 39, 109
 de masas
 circuito, 14
 rol dentro de las sociedades capitalistas, 7
 social, 87
- Concepción
 "aparartista" del cambio social, 137
 materialista
 de la comunicación, 39, 109
 de la historia, 23, 109
 anacronismo teórico, 23
 de la sociedad, desarrollo histórico, 13
- Conciencia
 colectiva, 21
 uniformización, 45
 conquista psicológico-cultural, 96
 construcción, 44
 de jóvenes y adultos, socialización, 50
 de la fuerza de trabajo, 22
 puntas de la, 148
 sistematización, 117
 social, 21, 84
 articulación con la vida material, 14
 construcción, 16, 22
 reproducción, 14
- Conducción político-cultural de la sociedad, 146
- Conquista psicológico-cultural de la conciencia, 96
- Consenso social
 construcción, 41
 creación, 85
 dirección, 85
- Constitución histórico-estructural de las puntas de la hegemonía, 144
- Construcción
 de la conciencia, 44
 social, 14, 22
 de la hegemonía
 contemporánea, proceso, 14
 social, 24, 91
 y medios de comunicación colectivos, 42
 de la voluntad y la moral social, 138
 de los núcleos de la hegemonía, 25
 del consenso social, 41
- Consumo cultural, patrones, 39
- Costo de publicidad
 en la prensa mexicana, 100t
 en la radio metropolitana mexicana, 99t
 en la televisión mexicana, 99t
 en televisión, radio, revistas y periódicos estadounidenses, 98t
- Creación artificial de la moda, 73
- Crestas ideológicas de la sociedad civil, 146
- Cultura
 de masas, creación, 45
 dominante, imposición, 28
- Democracia parlamentaria, 19
- Der Spiegel*, 80
- Desarrollo capitalista, fase
 mercantilista, 44
 monopólica y colonialista, 45
 premonopolista, 44
 transnacional, 45
- Desfasamiento y sincronización cultural, 55
- Desuso psicológico, estrategia, 73
- Dictadura de la burguesía sobre el proletariado, 27

- Difusión de la ideología, 24
- Dirección
 cultural de la sociedad, 71
 de la opinión pública, 85
 del consenso social, 85
 moral de la sociedad, 19, 21, 141
- Discurso(s)
 cinematográfico, 55
 producción simbólico-ideológica, 55
 de la ideología dominante, 51
 noticioso, 68
 publicitario, 49-50, 68, 109, 136
 y aparato de comunicación de masas, 49
 radiofónico, 55
 televisivo, 55
- División internacional del trabajo, 115
- Dominación cultural
 de los aparatos de hegemonía, 14
 política del estado capitalista contemporáneo, 17
- Economía política de los medios de comunicación, 113
- Economía-superestructura cultural, integración, 50
- Educación
 colectiva de las masas, 20
 como instrumento
 de control social, 29
 reproductor de la ideología, 29
 superior, importancia a nivel superestructural, 28
- Encuentro Mundial de la Comunicación, 52
- Equilibrio hegemónico, 93
- Escuela
 como función educativa positiva, 23
 como principal aparato de hegemonía, 23, 25-26
 como reproductora
 de la calificación de la fuerza de trabajo, 31
 reproductora de la ideología dominante, 31
 "democrática", 27
 dominancia cultural de la, 29
 "electrónica", 44
 función cultural en la jerarquización de las puntas de la hegemonía, 25
 y cultura, 27
- Escuelas radiofónicas en América Latina, expansión, 123t
- Estado
 capitalista contemporáneo, 17
 política de dominación cultural, 17
 funciones culturales básicas, 21
- Estructura social capitalista, 147t
- European Broadcasting Union (EBU), 54
- Familia
 función socializadora, 43
 poder ideológico, 43
- Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), 53
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), 55
- Formación
 capitalista, fases de equilibrio, 27
 de la fuerza de trabajo
 burguesa, 32
 proletaria, 32
 social, reproducción, 85
- Frente Sandinista de Liberación Nacional, 83
- Fuerza de trabajo
 asalariada, 17
 subordinación, 68
 burguesa, formación, 32
 materialización productiva de la, 132
 proletaria, formación, 32
 reproducción de la calificación de la, 31, 42, 85, 108, 115
 y el discurso de la información colectiva, 116
- Fundación Cultural Televisa, 130
- Grupo de los 77, 77

- Hábitos ideológicos, transnacionalización, 39
- Hegemonía, 18, 45
- aparatos de comunicación de masas
 como aparatos de, 14
- capitalista contemporánea, 16
- construcción
 de los núcleos de la, 25
 y medios de comunicación colectivos, 42
- contemporánea, proceso de construcción, 14
- del capitalismo mundial, 15
- dominancia cultural de los aparatos de, 14, 20, 39
- dominante, 17
- puntas de la, 16, 20, 40
 constitución histórico-estructural, 144
 función cultural de la escuela en la jerarquización de las, 25
- redistribución, 141
- social, construcción, 24, 91
- Historia, concepción materialista, 23, 109
- anacronismo teórico, 23
- Ideología(s), 15, 68-69
- aparatos culturales como difusores de la, 24
- burguesa, "ritual material" de la, 34
- construcción nacional, 15
- de clase, 18, 21
- de la democracia parlamentaria, 19
- de la información objetiva, 68
- de la libertad de consumo, 69
- de la modernización social, 69
- de la satisfacción de las necesidades básicas, 69
- del producto cultural más relevante, 68
- difusión de la, 24
- dirigente, 21
- educación como instrumento reproductor de la, 29
- particular, conversión, 21
- "profesionales" de la, 33
- puntas de la, 39
- teoría materialista, 14
- visión estructural funcionalista, 145
- y superestructura social, 13
- Ideología dominante, 18, 28, 106
- discursos, 51
- escuela como reproductora de la, 31
- inculcación, 32, 38
- instrumentación, 28
- internalización, 29
- reproducción, 42
- sumisión, 34
- y aparato ideológico escolar, 37
- Ideologización
- burguesa, redes, 34
- proletaria, redes, 34
- Iglesia
- católica, 87
- como aparato hegemónico, 43
- función socializadora, 43
- poder ideológico, 43
- Inculcación ideológica, 37
- Industria de la historieta en México, 54
- Institución escolar como difusora de la ideología, 24
- Integración economía-superestructura cultural, 50
- Inteligencia infantil, aculturación, 56
- Introyección ideológica, 51
- especificidad, 37
- Jerarquías
- escolares, 26
- sociales, 26
- Legitimación social, superestructura, 92
- L'Express*, 80
- Ley(es)
- de articulación de la sociedad, 46

- de cristalización de la hegemonía, 46
- de dirección política, 46
- de realización del capital, 46
- de reproducción mental del sistema, 46
- del mercado, 46
- Federal de Organizaciones Políticas y Procedimientos Electorales (LOPPE), 70
- Libertad de expresión, 105
- Libros de texto, función en América Latina, 29
- Los Angeles Times*, 77
- Lucha
 - de clases, 27, 51, 141
 - ideológica, 28-29
 - intraclases dominantes, 91
- Materialismo histórico, 39
- Materialización productiva de la fuerza de trabajo, 132
- Medios
 - culturalmente "dominantes", 46
 - de difusión. Véase Medios de comunicación
 - de socialización, 9
 - publicitarios, medios de comunicación como, 104
- Medios de comunicación
 - análisis educativo de los, 108
 - colectivos, 42
 - como aparatos de hegemonía, 39, 41
 - como colaboradores en el proyecto de acumulación desigual, 5
 - como creadores de la ideología "modernizante", 5
 - como "industrias culturales", 102
 - como medios publicitarios, 104
 - como productores de capacitación de la fuerza de trabajo, 5
 - como vértice cultural de la sociedad civil moderna, 5
 - compra y venta de tiempo en los, 104
- desempeño
 - como industrias culturales, 97
 - social, 109
- economía política de los, 113
- estructuras de mediación
 - primarias, 106
 - secundarias, 106
- evolución del pensamiento crítico sobre los, 41c
- factores de control
 - primarios, 108
 - secundarios, 108
- financiamiento económico, 101
- función
 - ideológica-constructiva, 111
 - pedagógica-cultural, 111
- funciones estructurales, 109
- impermeabilidad a lo subalterno, 106
- influencia de los anunciantes, 103-104
- marco jurídico de los, 105
- propiedad de los, 95
 - implicaciones, 96
- y la sociedad, 109
- y los sectores trabajadores, 107
- Memoria
 - del poder, 21
 - histórica de la sociedad, 21
 - social, 21
- Mensajes de la cultura de masas, 90
 - proposiciones democratizantes y "pluriclasistas", 90
- Mercancía(s)
 - circulación cultural, 112
 - educativas, 111
 - fetichismo de las, 137
 - transformación
 - comercialización, 116
 - industrializada, 116
 - primaria, 116
 - valor
 - de cambio material, 73
 - de uso cultural, 73
- Mercancía-información, encarecimiento, 97
- Mercantilismo, desarrollo, 42

- “Milagro brasileño”, 74
- Moda, creación artificial, 73
- Modo(s) de producción, 13
 - capitalista
 - desarrollo desigual, 17
 - división de clases, 32
 - fase
 - avanzada, 19
 - mercantilista, 19
 - premonopolista, 19
 - feudal, 19
- Monopolio
 - de los órganos de opinión pública, 93
 - del poder, 21
- Moral oficial, 105
- Movimiento Brasileño de Alfabetización, 121
- Multisocialización de la conciencia, 56
 - de los agentes sociales, 84
- New York Times*, 77
- Nuevos sistemas pedagógicos de comunicación, 114
- Opinión pública, 5
 - creación, 85
 - dirección, 85
 - monopolio de los órganos de, 93
- Organización
 - de la Televisión Iberoamericana (OTI), 53-54
 - de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 110, 121
 - para la Liberación de Palestina (OLP), 71
 - religiosa como difusora de la ideología, 24
- Organizaciones editoriales como difusoras de la ideología, 24
- Órganos de opinión pública, monopolio, 93
- Pareja
 - escuela-familia, 26, 29, 43
 - iglesia-familia, 26, 29, 43
- Partido(s)
 - de poder, 86
 - políticos, 85, 112
 - prolongación cultural, 85
 - Socialista Obrero Español (PSOE), 70
- Patrones de consumo cultural, 39
- Plaza Sésamo, 118-120
 - contenido cultural, 119
 - y aprovechamiento escolar, 119
- Plusvalía, 49-50
 - cultural, 110
- Poder, 21, 95
 - dominante, 21
 - imperial, 95
 - memoria del, 21
 - monopolio del, 21
 - nacional, 95
 - relaciones de, 39
- Prácticas escolares como proceso de inculcación ideológica, 35
- Prensa oficial, 83
- Proceso
 - de circulación material de las mercancías, 49
 - de fetichización de las mercancías, 69
 - de realización del valor, 50
 - de socialización primaria, 56
 - de valorización del capital, 69
 - global de circulación del capital, 50
- Proletariado, dictadura de la burguesía sobre el, 27
- Prolongación
 - cultural de los partidos políticos, 85
 - de la sociedad civil, 84
- Publicidad
 - caracter político, 105
 - compra de, 103
- Puntas
 - de la conciencia, 148
 - de la hegemonía, 16, 20, 40

- constitución histórico-estructural, 144
 - función de la escuela en la jerarquización, 25
 - de la ideología, 39
 - hegemónicas. Véase Puntas de la hegemonía
- Radio
- Globo de Brasil, 54
 - Televisión Italiana (RAI), 54
 - Vaticano, 86
- Radio-educación burguesa, 85
- Realidad
- fetichización de la, 51
 - visión mágico-religiosa de la, 19
- Red(es)
- de culturización, 56
 - de escolarización, 35
 - de la ideologización
 - burguesa, 34
 - proletaria, 34
 - de socialización ideológica, 34
 - características, 34
 - del aparato
 - educativo, 56
 - familiar, 56
- Relaciones
- de explotación, 28, 69
 - de poder, 39
 - políticas y culturales de subordinamiento social, 69
- Represión, 89
- Reproducción
- de la calificación de la fuerza de trabajo, 31, 42, 85, 108, 115
 - y el discurso de la información colectiva, 116
 - de la formación social, 85
 - de la ideología dominante, 42
 - "de originales", 54
 - características, 54
 - "Ritual material" de la ideología burguesa, 34
- Sistema(s)
- de comunicación en América Latina, génesis, 9
 - de comunicación-información, 93
- Sistema Alimentario Mexicano (SAM), 126
- Sistematización de la conciencia, 117
- Soberanía cultural, 5
- Socialización
- cultural, 37
 - de la conciencia de jóvenes y adultos, 60
 - ideológica, redes, 34
 - primaria, 118
 - proceso, 56
- Sociedad
- civil
 - crestas ideológicas, 146
 - prolongación, 84
 - conducción político-cultural de la, 146
 - de clases, proceso de socialización, 29
 - desarrollo histórico de la concepción materialista, 13
 - dirección moral de la, 19, 21, 141
 - memoria histórica de la, 21
 - organización tecnológico-cultural, 12
- Superestructura(s)
- cultural, 23, 39, 51
 - de conciencia de la formación social, 21
 - de legitimación social, 92
 - ideológica de la formación social, 57
 - social
 - e ideología, 13
 - teoría, 13
- Tecnologías de información, 43-44
- como aparatos de consenso, 44
- Tejido hegemónico
- localista, 46
 - transclasista, 46
- Tele-educación
- dominante, 85
 - infantil, 111

- Telerey, 126
- Telesecundaria mexicana, 124
- Televisión
 - en América Latina, 53
 - en circuito cerrado, 128
 - en Colombia, 7
 - en Chile, 7
 - en Venezuela, 7
 - comercial
 - en Estados Unidos, 7
 - en México, 8
- "Tellekolleges", 125
- Teoría
 - clásica de la comunicación colectiva, 108
 - de la superestructura cultural, 13
 - de los aparatos ideológicos de Estado, 13
 - materialista
 - de las ideologías, 14
 - del Estado, 14
- Tercera Conferencia Episcopal Latinoamericana, 86
- Trabajo, división internacional, 115
- Transnacionalización de los hábitos ideológicos, 39
- "Travoltomanía", 78
- Tribunales, como función educativa represiva y negativa, 24
- TV España, 54
- Universidad
 - Abierta, 127-129
 - del Aire, 130
- Vida material, articulación con la conciencia social, 14
- Visión
 - estructural-funcionalista de la ideología, 145
 - mágico-religiosa de la realidad, 19
- Voluntad colectiva, 91
- Washington Post*, 77

Este análisis, como parte de un proyecto más amplio para estudiar la economía política de los aparatos de comunicación de masas en la fase moderna del modo de producción capitalista, presenta exclusivamente una reflexión transversal de la constitución histórico-estructural de las puntas de la hegemonía y no tanto de la dinámica histórica del funcionamiento de la misma. En este sentido, nos ayuda a determinar la medida en que la cultura de masas ejerce una función relevante para la creación de las puntas de la hegemonía de las sociedades contemporáneas y el grado en que ésta participa en el proceso de reproducción del bloque histórico capitalista y contribuye a establecer cuáles son las zonas más importantes de producción e inculcación de la hegemonía capitalista moderna.

DEL MISMO AUTOR: ECONOMÍA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los cinco ensayos que integran el libro fueron elaborados bajo una misma lógica de análisis: la comprensión de la comunicación a partir del comportamiento social. Javier Esteinou se da así a la tarea de estudiar las formas, los medios, los recursos y las funciones de la comunicación.

Con un lenguaje vinculado a un marxismo tecnicista, el autor observa rigurosamente la relación entre los factores económicos y estructurales, para fundamentar su trabajo dialéctico sobre la dinámica histórica de los medios de comunicación en América Latina.

Por medio de su obra, Esteinou intenta cubrir algunos huecos conceptuales provocados por la rápida evolución de la teoría de la comunicación, ofrece un ejercicio de reflexión a los estudiosos de los procesos de esta disciplina, y fomenta la discusión sobre el tema en las aulas.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA HEGEMONÍA

Francisco Javier Esteinou Madrid

El materialismo histórico, al estudiar profunda y minuciosamente la estructura y la dinámica del modo de producción capitalista, ha dejado a un lado el análisis teórico de la superestructura cultural y su articulación con la base material. Tomando en cuenta lo anterior, en la presente obra, Javier Esteinou busca cubrir una laguna conceptual existente en el terreno de la teoría materialista del Estado ampliado y de la teoría de los aparatos ideológicos del Estado (AIE), desde una perspectiva macrosocial del análisis sociológico.

El autor, a través de una ruptura epistemológica entre la antigua concepción materialista, que analiza la formación de las crestas culturales alrededor del aparato educativo, y una nueva perspectiva que la sitúa en el corazón del aparato de comunicación colectiva y su correspondiente cultura de masas, intenta comprobar que el Estado ha sufrido una sustancial transformación en su acción ideológica desde el momento en que los aparatos de comunicación de masas surgen y se consolidan como aparatos de hegemonía, y la materialidad que sostiene a la sociedad civil entra en un nuevo proceso de desarrollo acelerado y organización tecnológico-cultural que modifica la correlación de fuerzas culturales existentes hasta el momento.

