

César Bolaño (Coord.)

Economía política de la comunicación y la cultura en América Latina

(1970 y 1980)

JUAN DIAZ BORDENAVE / LEONARDO ACOSTA / ENRIQUE E.
SÁNCHEZ RUIZ / ROQUE FARAONE / ARMAND MATTELART /
HÉCTOR SCHMUGLER / INGRID SARTI / HERIBERTO
MURARO / MARGARITA GRAZIANO / MARIO KAPLÚN / WILLY
SOTO ACOSTA / SERGIO CAPPARELLI / CÉSAR BOLAÑO / SÉRGIO
MATTOS / PATRICIA ARRIAGA / MARIA ARMINDA NASCIMENTO
ARRUDA / DIEGO PORTALES / ENRIQUE SÁNCHEZ RUIZ / JAVIER
ESTEINOU MADRID / ADOLFO AGUILAR ZINSER / OTHON
JAMBEIRO / ÁLVARO PORTILLO

**Economía política de la comunicación
y la cultura en América Latina
(1970 y 1980)**

Comité científico y selección de textos

César Bolaño - Brasil

Daniela Monje - Argentina

Isabel Ramos - Ecuador

José Roberto Pérez - El Salvador

Anderson Santos - Brasil

Mauricio Herrera Jaramillo - Colombia

Hilda Saladrigas - Cuba

Ezequiel Rivero - Argentina

Elisabet Gerber - Chile

Gabriel Kaplún - Uruguay

Enrique Quibrera - México

Anibal Orué Pozzo - Paraguay

Diego de Charras - Argentina

Apoyo técnico

Marcelo Rangel - Brasil

Economía política de la comunicación y la cultura en América Latina, 1970 y 1980 / Adolfo Aguilar Zinser ... [et al.]; coordinación general de César Bolaño. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-813-317-1

1. Comunicación. 2. Economía. 3. América Latina. I. Aguilar Zinser, Adolfo. II. Bolaño, César, coord.

CDD 302.2345098

Diseño de tapa: Ezequiel Cafaro

Diseño del interior y maquetado: Eleonora Silva

Corrección: Rosario Sofía

Economía política de la comunicación y la cultura en América Latina (1970 y 1980)

César Bolaño
(coordinador)



CLACSO

Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

CLACSO Secretaría Ejecutiva

Karina Batthyány - Directora Ejecutiva
María Fernanda Pampín - Directora de
Publicaciones

Equipo Editorial

Lucas Sablich - Coordinador Editorial
Solange Victory y Marcela Alemandi -
Gestión Editorial



LIBRERÍA LATINOAMERICANA Y CARIBEÑA DE CIENCIAS SOCIALES
CONOCIMIENTO ABIERTO, CONOCIMIENTO LIBRE

Los libros de CLACSO pueden descargarse libremente en formato digital o adquirirse en versión impresa desde cualquier lugar del mundo ingresando a www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana

Economía política de la comunicación y la cultura en América Latina (1970 y 1980)

(Buenos Aires: CLACSO, octubre de 2022).

ISBN 978-987-813-317-1



CC BY-NC-ND 4.0

© Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales | Queda hecho el depósito que establece la Ley 11723.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en los libros, artículos, estudios y otras colaboraciones incumbe exclusivamente a los autores firmantes, y su publicación no necesariamente refleja los puntos de vista de la Secretaría Ejecutiva de CLACSO.

CLACSO. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - Conselho Latino-americano de Ciências Sociais

Estados Unidos 1168 | C1023AAB Ciudad de Buenos Aires | Argentina

Tel [54 11] 4304 9145 | Fax [54 11] 4305 0875 | <clacso@clacsoinst.edu.ar> |

<www.clacso.org>



Asdi

Este material/producción ha sido financiado por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Asdi. La responsabilidad del contenido recae enteramente sobre el creador. Asdi no comparte necesariamente las opiniones e interpretaciones expresadas.

Índice

| | |
|---|----|
| Presentación | 11 |
| <i>César Bolaño, Daniela Monje e Isabel Ramos</i> | |

| | |
|--|----|
| Introdução. Raízes da economia política da comunicação latino-americana | 15 |
| <i>César Bolaño</i> | |

Primera parte. El debate teórico original

| | |
|---|----|
| Capítulo 1. Comunicación y desarrollo | 33 |
| <i>Juan Díaz Bordenave</i> | |

| | |
|---|----|
| Capítulo 2. Medios masivos e ideología imperialista | 67 |
| <i>Leonardo Acosta</i> | |

| | |
|---|-----|
| Capítulo 3. Réquiem por la modernización. Perspectivas cambiantes en estudios del desarrollo | 125 |
| <i>Enrique E. Sánchez Ruiz</i> | |

| | |
|---|-----|
| Capítulo 4. Algunos problemas teóricos de la investigación sobre comunicación en América Latina..... | 171 |
| <i>Roque Faraone</i> | |

Capítulo 5. Poder y comunicación desde un ángulo marxista 181
Roque Faraone

Capítulo 6. La privatización del consenso 207
Armand Mattelart y Héctor Schmucler

Capítulo 7. Comunicação e dependência cultural: um equívoco 231
Ingrid Sarti

**Segunda parte. Estudios sobre radio, televisión
y concentración de medios**

Capítulo 8. La manija: ¿quiénes son los dueños
de los medios de comunicación en América Latina? 259
Heriberto Muraro

Capítulo 9. Los dueños de la televisión argentina 287
Margarita Graziano

Capítulo 10. La radiotelevisión latinoamericana
frente al desafío del desarrollo. Un diagnóstico de situación 335
Mario Kaplún

Capítulo 11. Crisis económica y dominación ideológica.
El papel del medio difusor en la articulación
de la clase dominante costarricense 403
Willy Soto Acosta

Capítulo 12. Capitalismo e televisão dependente 431
Sergio Capparelli

Capítulo 13. O sistema comercial brasileiro de televisão.
Um estudo económico dos media 445
César Bolaño

| | |
|--|-----|
| Capítulo 14. Industria cultural, televisão e estratégias de programação em três países da América Latina. Brasil, Argentina e Uruguay | 463 |
| <i>César Bolaño</i> | |
| Capítulo 15. O controle econômico | 485 |
| <i>Sérgio Mattos</i> | |
| Tercera parte. Economía política, publicidad y capitalismo | |
| Capítulo 16. Publicidad y comunicación masiva | 511 |
| <i>Patricia Arriaga</i> | |
| Capítulo 17. Indústria Cultural e reprodução do capital | 557 |
| <i>Maria Arminda Nascimento Arruda</i> | |
| Capítulo 18. Poder económico y libertad de expresión..... | 565 |
| <i>Diego Portales C.</i> | |
| Capítulo 19. Medios de difusión, poder y democracia. Notas para un marco analítico..... | 591 |
| <i>Enrique Sánchez Ruiz</i> | |
| Capítulo 20. Medios de comunicación y acumulación de capital | 603 |
| <i>Javier Esteinou Madrid</i> | |
| Capítulo 21. Medios masivos de comunicación: ¿función ideológica o función política?..... | 635 |
| <i>Adolfo Aguilar Zinser</i> | |
| Capítulo 22. Canção de massa..... | 659 |
| <i>Othon Jambeiro</i> | |
| Capítulo 23. Economía política del futbol..... | 679 |
| <i>Álvaro Portillo</i> | |
| Sobre las y los autores..... | 705 |

Capítulo 20

Medios de comunicación y acumulación de capital*

Javier Esteinou Madrid

El objetivo de este trabajo es presentar una primera aproximación totalizadora que nos permita analizar, desde una perspectiva crítica, el origen y el desarrollo de la comunicación de masas en la sociedad capitalista. No se intenta entregar una visión exhaustiva del problema, sino simplemente apuntar, de una manera provisional, cuáles son algunas de las principales tesis materialistas que nos descubren el surgimiento de los aparatos de difusión masiva como un producto de las necesidades de la reproducción ampliada del capital en su fase financiera.

En consecuencia, se pretende demostrar que los aparatos de difusión colectiva no irrumpen en la historia como una variable impediende del desarrollo tecnológico o de la evolución histórica, sino que su génesis corresponde a un determinado tipo de necesidad histórica que presenta y debe resolver el capital en su proceso de valorización contemporánea.

Con ello, colaboraremos a esclarecer una laguna conceptual que persiste en el campo de la interpretación crítica del fenómeno de la

* Extraído de Esteinou Madrid, Javier (septiembre de 1980). Medios de comunicación y acumulación de capital, pp. 61-83. En *Estudios del Tercer Mundo*, vol. 3. México: Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo [CEESTEM].

comunicación de masas. El desarrollo y la apropiación de este vacío teórico-histórico nos permitirá asentar una de las principales bases que posibilitan la creación de una nueva concepción alternativa en el campo de la comunicación social: el conocimiento del proceso de formación y consolidación histórica de la estructura dominante de la cultura de masas.

El materialismo histórico y origen de los medios de comunicación

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

Uno de los vacíos se localiza en la teoría de los aparatos ideológicos y, muy en especial, en aquella rama que se refiere a los aparatos de comunicación de masas.¹

¹ Por Aparatos de Difusión de Masas (ADM) entendemos el conjunto de instituciones e instrumentos culturales que, derivados del vertiginoso desarrollo tecnológico

Dentro de esta última, se han cubierto diversas áreas de su desarrollo,² pero una ausencia persistente ha sido aquella que se refiere al análisis crítico de su génesis histórica en la sociedad capitalista. Explicación, por lo demás, fundamental, puesto que de aquí surge el desconocimiento y ocultamiento de la determinación estructural que, en última instancia, sufren los aparatos de difusión colectiva y su cultura de masas en la sociedad capitalista contemporánea.³ Situación que ha permitido la amplísima y fértil difusión de las tesis positivistas y funcionalistas que explican la emergencia y el funcionamiento social de estos, como meros fenómenos provocados y orientados por el benéfico proceso de modernización de la sociedad occidental.

Sin embargo, a pesar de haber sido constante la presencia de esta laguna de conciencia, aceptamos que, si bien es cierto que algunos de los factores enumerados por el funcionalismo en el estudio del surgimiento de la comunicación de masas, afectan fragmentaria y parcialmente su desarrollo, también es cierto que, considerar el

que alcanzan las fuerzas productivas con la primera, segunda y tercera revolución industrial (tecnología especialmente de carácter electrónico), son capaces de producir, distribuir e inculcar la ideología de clase que los detenta, en la proporción más voluminosa, en la cobertura más amplia y con la incidencia más constante sobre los múltiples campos de conciencia de los diversos grupos sociales que componen la formación social donde se inscriben. Todo esto con objeto de convalidar colectivamente sus intereses y necesidades de facción de clase particular para reproducirse en la esfera de poder que le corresponde, según sean las más sobresalientes de aparatos de difusión de masas reconocemos la televisión, la radio, la prensa, el cine y su nuevo complejo tecnológico de prolongación física a través de satélites, comunicación axial, teleprensa, microondas, etcétera. Para entender los medios de comunicación y relaciones sociales, véase Echeverría (1976, p. 67) y Tauffic (1974, pp. 30-32).

² Para alcanzar un conocimiento global sobre el tipo de desarrollo que ha alcanzado la corriente crítica de la comunicación, especialmente en América Latina, consúltese Piccini (1978, pp. 10-16), Assman (1976, pp. 247-248) y Martín-Barbero (1978, pp. 18-24).

³ Hasta el momento, los únicos trabajos críticos que conocemos, que plantean de manera muy aproximada el origen histórico de los aparatos de comunicación de masas en la formación capitalista, son: Gandasegui (1976), Villagrán (1977-1978), Tauffic (1974, pp. 43-45, 63-65), Nordenstreng y Varis (1974, pp. 58-70), Paz (1977, pp. 109-116), Esparza (1979, p. 33), Fernández Christlieb (1979, p. 47). Por último, para el caso del surgimiento de la publicidad y los medios en México, véase Bernal Sahagbin (1978, pp. 54-66; 1974, pp. 9-84).

conjunto de estas concepciones como explicaciones centrales sobre el origen de esta, es aceptar como válido un notable error de interpretación histórica. Ello debido a que tal óptica de la comunicación y la cultura solo considera variables secundarias y accidentales que inciden marginalmente sobre esta realidad, pero que no desentrañan las causas últimas que provocan la emergencia de este fenómeno de naturaleza económico-cultural. Causas que se encuentran íntimamente ligadas al proceso de desarrollo económico-político de las formaciones capitalistas centrales del siglo XIX y XX.

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

La necesidad del capital de reducir su proceso de circulación

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

Partiendo, por una parte, del principio de desarrollo del capital, que muestra su tendencia histórica es la obtención creciente de la máxima ganancia bajo relaciones sociales de explotación y, por otra, de que la burguesía para existir requiere revolucionar incesantemente sus instrumentos de producción, observamos que el modo de producción capitalista, después de haberse reafirmado en Europa con su revolución comercial de los siglos XVI y XVII, con objeto de incrementar su tasa de acumulación de valor, revoluciona mecánicamente sus medios trabajo en la segunda mitad del siglo XVII. De esta manera, introduce como fuerza motriz del proceso productivo al carbón y la máquina de vapor. Así, emergen las industrias europeas que utilizan al carbón en la fabricación del vidrio, el primer alto horno que emplea la madera como combustible, la máquina de vapor de Papin, el uso del coque en la fundición de hierro, el carruaje de vapor de Cugnot, el empleo del gas de hulla en la industria de extracción, la introducción de la máquina de fluido en la industria de algodón, la creación de la máquina de vapor para alta presión, etc., etc.

Esta transformación económica da origen a la primera revolución industrial que transforma los instrumentos de trabajo rudimentario al introducir el maquinismo en el proceso de la producción y en el sistema de transporte. Con esto, se afirma el desarrollo de la gran industria en su nuevo momento: el maquinismo productivo.

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

De esta forma, surge la industria del petróleo de Bakú, el motor de gas de Otto, el ferrocarril eléctrico de Berlín, el motor de fuel-oil de Brayton, la turbina de vapor de Parsons, las centrales eléctricas de Edison en Peral Street (EE. UU.) y en Ferranti (Deptford), el motor

de gasolina de Daimler, el automóvil Benz, el motor Diessel en Alemania, el telar automático de Northrop, los motores de alta y baja presión, etc., que sitúan a la gran industria en su etapa de producción continua y acelerada.

Con el desarrollo vertiginoso de la estructura tecnológica, se consolida el capitalismo industrial en su nueva fase productiva. Mediante ello, el capital se encuentra en condiciones sólidas de revolucionar su forma de extracción de valor, pasando de una modalidad menos rentable a una más productiva, ya que la finalidad de introducir nuevas fuentes de energía en la industria, “como la de todo otro desarrollo de la fuerza productiva del trabajo, es simplemente rasar las mercancías y acortar la parte de la jornada en que el obrero necesita trabajar para sí, y, de este modo, alargar la parte de la jornada que entrega gratis al capitalista. Es sencillamente un medio para la producción de plusvalía” (Marx, 1973, p. 302). Así, la estructura de explotación de la sociedad capitalista evoluciona básicamente de la vía de extracción de plusvalor por medio del recurso de la plusvalía absoluta, utilizada primordialmente en periodos de la manufactura incipiente, a la vía de extracción de valor por medio de la plusvalía relativa, empleada en la fase de la gran producción industrial.

A partir de estos momentos, se modifica sustancialmente la base tecnológica que sustenta el desarrollo económico de la sociedad europea y el rendimiento de las fuerzas productivas se incrementa a su mayor grado histórico, cristalizando con esto el triunfo del modo de producción capitalista como modo de producción dominante en la historia universal.⁴ El aumento del grado de productividad de las fuerzas productivas provoca como consecuencia la producción de una gran masa de mercancías que requieren su salida al mercado y consumo mundial, ya que el capital, para realizarse como valor que genera plusvalor, no solamente necesita efectuar su fase indispensable de

⁴ Para obtener un panorama sobre el grado en que se incrementan los beneficios de las fuerzas productivas en esta etapa del desarrollo capitalista, consúltese Seé (1961, pp. 97-109), Bairoch (1967, pp. 239-303; 1974, pp. 142-159), Mandel (1974, pp. 109-117, v.1; pp. 11-56, v.2), Marx (1973, pp. 1-7).

producción de mercancías, sino también requiere la conclusión completa de su ciclo económico, que abarca los momentos complementarios de la circulación y consumo de estas. En una idea, podríamos decir que “el producto no está realmente terminado hasta en tanto no se encuentre en el mercado” (Marx, 1972, p. 24).⁵

En consecuencia, la venta y la reinversión de la masa de mercancías elaboradas en el proceso directo de la producción industrial o, lo que es lo mismo, el tránsito del capital a su momento dinero, y esta nuevamente a su momento de capital productivo (C D – C), y así sucesivamente, requiere la indispensable realización del proceso de circulación del capital. Ello debido, primordialmente, a que este proceso es la condición indispensable para la realización del capital como nuevo valor, ya que la renovación de la producción depende de la venta de los productos acabados, y esta, de la circulación.

Ahora bien, si “la trayectoria que describe el capital para pasar de una de estas determinaciones a la otra constituye secciones de la circulación, y estas secciones recorren en determinados espacios de tiempo [...], entonces la cantidad de productos que se pueden producir en un espacio de tiempo dado, la frecuencia con que un capital pueda valorizarse en un espacio de tiempo dado, con que puede reproducir y multiplicar su valor, dependerá de la velocidad de circulación, del tiempo en que se recorre esta última” (ibid., pp. 26-29). Esto significa que “la proporción en la cual el mismo capital, en un espacio dado de tiempo, pueda repetir el proceso de producción (creación de valor nuevo), constituye evidentemente una condición que no ha sido puesta directamente por el proceso productivo. Por consiguiente, si bien la circulación no genera ningún momento en la determinación misma del valor, lo cual toca exclusivamente al trabajo, sin embargo, de su velocidad sí depende la velocidad con la cual se repite

⁵ Para comprender que función desempeña el proceso de circulación de las mercancías en la consolidación del modo de producción capitalista, o más bien, para entender cómo el capitalismo se impone como modo de producción dominante a través de la dinámica de la circulación, frente al modo de producción feudal, véase Esparza (1979, pp. 1-7).

el proceso de producción, se crean valores; por ende, si no los valores, sí, hasta cierto punto, la masa de los valores” (ibid., p. 29).

De lo expuesto anteriormente se deriva que el tiempo de circulación del capital, además de ser un momento especial en la valorización de este, actúa como autocontradicción que se opone a la realización de su mismo proceso de valorización. Esto sucede, en tal forma, debido a que el capital, mientras circula no funciona como capital productivo y, por lo tanto, no produce mercancías, ni plusvalía. Por ello, “el tiempo de circulación se presenta, pues, como barrera a la productividad del trabajo necesario = merma del tiempo de plus-trabajo merma de plusvalor = freno, barrera del proceso de valorización del capital” (ibid., p. 30).

Por lo tanto, “el tiempo de circulación del capital limita, en términos generales, su tiempo de producción y, por consiguiente, su proceso de valorización. Y los limita, concretamente, en proporción a lo que dura [...]. Por eso, cuanto más ideales sean las metamorfosis circulatorias del capital, es decir cuanto más se reduzca a 0 o tienda a reducirse a 0 el tiempo de circulación, más funcionará el capital, mayores serán su productividad y su autovalorización” (Marx, 1973, p. 111, v.2).

En otros términos, esto manifiesta que “el tiempo de circulación no es más que una barrera opuesta a esta realización de valor y por lo tanto a la creación de valor; una barrera específica que no surge de la producción en general, sino de la producción del capital, y abolir a la cual o la lucha por superarla pertenecen también al desarrollo específicamente económico del capital [...]” (Marx, 1972, p. 35). Así, debido a que, en primer término, “en los mercados remotos, el producto inmediato solo puede valorizarse masivamente en la medida en que disminuyan los costos del transporte; en segundo, a que los medios de comunicación y el transporte mismo, no pueden convertirse en otra cosa que en esfera donde se valoriza el trabajo puesto en marcha por el capital; y en tercero, en la medida en que se realiza un tráfico masivo [...]; la producción de medios de circulación y de transporte más baratos se convierte en condición de la producción fundada en el capital y, por consiguiente, este la lleva a cabo” (ibid., p. 13).

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

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

Frente a esta contradicción, que actúa, primeramente, sobre el proceso de general circulación directa y, segundo, proceso general de realización del capital, este dedica constantemente, pero especialmente a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX, una porción de la masa de su valor excedente a la anulación de esta. La disolución de dicho antagonismo se efectúa en dos fases, cada una de las cuales corresponde a cada uno de los dos momentos distintos que componen al proceso de circulación: el momento que transcurre entre el transporte de mercancías de su lugar de producción a su lugar de venta; y el momento que transcurre entre la exhibición de los productos y su momento de venta.

La reducción de esta contradicción, dentro del primer período de la circulación, se gesta a partir del instante en que el capital productivo destina una porción de su riqueza excedente a la creación y desarrollo de las vías generales de comunicación y transporte material. De esta forma crea los medios de circulación o instrumentos de comunicación materiales, que son aquellas vías infraestructurales que posibilitan, por una parte, el tránsito de las materias primas de su lugar de extracción a su zona de transformación y, por otra, la movilización de los productos, desde su centro de producción a su centro de intercambio y consumo.⁶

⁶ Desde el punto de vista económico, distinguimos entre medios de comunicación material, que son aquellas obras infraestructurales que permiten la circulación física

Así, a partir del siglo XV, una cuota del valor sobrante del capital se reinvierte para construir el canal de Bruselas, el puente de Oder Spree, el canal de Brujas, el drenaje de las tierras pantanosas de Ver-muyden, el canal de Languedoc, el puente de Westminster, el canal de Worsley, el puente de Shaffhaussen en el Rin, el canal de Gante, el puente de hierro de Coolbrookdale, el canal de San Quintín, los muelles de las Indias Occidentales, el canal de Eider, el puente de Menai, el túnel del canal de Standedge, etc., etc. Asimismo, inventa medios de transporte como el vapor lento, el remolcador de Charlotte Dundas, el barco de vapor de Clermont y de Orleans, el buque de vapor de Joufray y de Canet, etc., etc.

Debido a ello, en este período del modo de producción capitalista, la acumulación de valor dependió fundamentalmente de la comercialización de las mercancías, más que de su producción. Por esto, las grandes potencias económicas se vieron obligadas a adecuar constantemente el desarrollo de sus vías materiales de transporte al desarrollo de los nuevos mercados y a la creciente demanda de los productos. Las ciudades que así lo hicieron se transformaron en los nuevos centros urbanos de importancia en la comercialización y en el tráfico del dinero. Los importantes descubrimientos marítimos dieron un giro trascendental a las posibilidades de acumular, “ofrecieron a la burguesía un ascenso a un nuevo campo de actividad. Los mercados de la India y China, la colonización de América, el intercambio con las colonias, la multiplicación de los medios de cambio y las mercancías en general, imprimieron al comercio, a la navegación y a la industria, un impulso hasta entonces desconocido; y aceleraron con ello, el desarrollo del elemento revolucionario de la sociedad feudal en descomposición” (Marx y Engels, 1970, p. 24; cit. en Esparza, 1979, p. 4).

de las mercancías desde su centro de producción a su centro de consumo; y medios de difusión masiva, que más adelante definiremos como las instituciones culturales dedicadas a la producción, transmisión e inculcación simbólica de la existencia de las mercancías, con objeto de que lo antes posible estas sean consumidas masivamente en el mercado.

Ocasionada por esta expansión vertiginosa del proceso de comercialización capitalista, el modo de producción feudal entra en un “proceso de descomposición al no poder hacerle frente a las exigencias del mercado. La antigua organización [...] general de la industria ya no podía satisfacer la demanda que crecía con la apertura de nuevos mercados y vino a ocupar su puesto la manufactura. El estamento medio industrial suplantó a los maestros de los gremios; la división del trabajo entre las diferentes corporaciones desapareció ante la división del trabajo en el seno del mismo taller [...] pero los mercados crecían sin cesar [...] ya no bastaba tampoco la manufactura. El vapor y la máquina revolucionan entonces la producción industrial. La gran industria moderna sustituye, entonces, a la manufactura” (ibid., p. 6).

De esta manera, encontramos que, analizada en perspectiva histórica, las necesidades que presenta el capital en su fase de mercado mundial creada por la gran industria, “aceleraron prodigiosamente el desarrollo del comercio, de la navegación y de todos los medios de transporte por tierra. Este desarrollo influyó a su vez en el auge de la industria y a medida que se iban extendiendo la industria, el comercio, la navegación y los ferrocarriles, se desarrollaba la burguesía, multiplicando sus capitales y relegando a un segundo término a todas las clases legadas por la Edad Media” (Marx y Engels, 1970, p. 24).

Con ello, “la gran industria universalizó la competencia [...] creó los medios de comunicación y el moderno mercado mundial, sometió a su férula al comercio, convirtió todo el capital en capital industrial y engendró, con ello, la rápida circulación (el desarrollo del sistema monetario) y la centralización de los capitales [...]” (Marx y Engels, 1973, p. 60, v.1). En una idea, “gracias al rápido perfeccionamiento de los instrumentos de producción y al constante progreso de los medios de comunicación, la burguesía arrastra a la corriente de la civilización a todas naciones, hasta las más bárbaras. Obliga a todos los países, si no quieren sucumbir, a adoptar el modo burgués de producción, los constriñe a introducir la llamada civilización, es

decir, a hacerse burgueses. En una palabra: forja un mundo a su imagen y semejanza” (Marx y Engels, 1970, p. 27).

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

Por ello, observarnos que, por ejemplo, en el tránsito del siglo XVII al XVIII,

[...] la producción agrícola e industrial determinó, a su vez, un cambio revolucionario en cuanto a las condiciones generales del proceso social de producción, o sea, en cuanto a los medios de comunicación y transporte. Como los medios cuyo pilar [...] era la pequeña agricultura (con su industria casera accesoria y artesano urbano), no podían ya en modo alguno bastar a las necesidades de producción del período manufacturero, con su acentuada división del trabajo de los obreros y de sus mercados coloniales, hubieron de transformarse, como en efecto se modificaron, las comunicaciones y los medios de transporte legados por el período manufacturero. A su vez, estos no tardaron en convertirse en una traba insoportable puesta a la gran industria, con su celeridad fabril de producción, sus proporciones

gigantescas, su constante lanzamiento de masas de capital y de trabajo de una a otra órbita de producción y las concatenaciones recién creadas dentro del mercado mundial. De aquí que aun prescindiendo de la navegación a vela, completamente revolucionada por el sistema de comunicación y de transporte, se adaptase poco a poco al régimen de producción de la gran industria por medio de una red de barcos fluviales de vapor, de ferrocarriles, trasatlánticos y telégrafos. (Marx, 1973, pp. 313-314)

De esta manera, nuevamente las vías materiales de transporte y comunicación son transformadas constantemente por una porción del valor excedente que destina el capital productivo desde la segunda revolución industrial hasta nuestros días. Así surge el canal de Gotha en Suecia, el túnel de río Támesis, el canal de Morris en EE. UU., el canal de Suez, el canal de Panamá, etc., etc. Se construye también el tren Transcontinental, el ferrocarril de Surrey, el carruaje de vapor de Trevithich, el ferrocarril de los Alpes, el tren Liverpool-Manchester, el barco de ruedas de paletas, el tren Bruselas-Malinas, el ferrocarril eléctrico, la locomotora diésel, el turbo-tren, la locomotora de gas, el zepelín, el aeroplano, el helicóptero, el submarino atómico, el complejo de información cibernética, los satélites de comunicación, etc., etc. Situación que constantemente se repite hasta nuestros días en cada período en que se modifica el proceso global de producción en cualquiera de sus fases: producción, distribución, intercambio y consumo.

Con esta modificación de las vías materiales de transporte de los productos, el proceso de circulación de estos entra en una nueva etapa de operación histórica, desde el momento en que posibilita que la movilización de los bienes de su zona de producción a su centro de consumo se efectúe con mayor rapidez, agilidad y ahorro. Con esta modernización material de la esfera de rotación del capital, el proceso de producción capitalista resuelve la contradicción que se atraviesa entre la producción de las mercancías y su tiempo de distribución. De esta forma, obtiene, por una parte, la capacidad de incrementar la cuota de producción de mercancías, puesto que pueden ser rápida

y fácilmente transportadas a las diversas áreas de consumo; y, por otra, alcanza la capacidad de aumentar su tasa de acumulación de plusvalor, desde el instante en que con menor esfuerzo y gasto privado puede hacerlas circular en un radio histórico de mayores dimensiones geográficas.

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

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

En segundo término, puesto que la economía capitalista, para existir como dominante, exige ser controlada en su totalidad por el sector dirigente a nivel nacional o internacional y considerando que las vías generales de comunicación y transporte forman parte sustancial del proceso de circulación, su control y administración

no pueden quedar libremente ejercidos. Como partes medulares del proceso general de producción, requieren ser absolutamente orientadas y sometidas, por los requerimientos que presenta el capital en cada una de las coyunturas por las que atraviesa. De lo contrario, una sola vacilación en el gobierno del proceso directo de producción, de circulación y de consumo, es suficiente para introducir la crisis económica al sistema capitalista, y con ello la anarquía social.

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

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

Por ello, en relación con la introducción y explotación de la nueva fuerza de locomoción motriz, Lenin expresa en 1919

[...] que los ferrocarriles constituyen el balance de las principales ramas de la industria capitalista, de la industria del carbón y del hierro; el balance y el índice más palmario del desarrollo del comercio mundial y de la civilización democrática burguesa [...]. Pero, la construcción de los ferrocarriles es en apariencia una empresa simple, natural, democrática, cultural, civilizadora: así la presentan los profesores burgueses, pagados para embellecer la esclavitud capitalista y los filisteos pequeños burgueses. En realidad, los múltiples lazos

capitalistas mediante los cuales esas empresas se hallan ligadas a la propiedad privada sobre los medios producción en general, han transformado dicha construcción en un medio para oprimir a mil millones de seres (en las colonias y semicolonias), es decir, a más de la mitad de la población de la tierra en los países dependientes y a los esclavos asalariados del capital en los países civilizados. (Lenin, [1919] 1966, p. 694)

Realidad que, con otras modalidades, se vuelve a aplicar al surgimiento y evolución de los ADM contemporáneos.

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

El surgimiento de los aparatos de difusión masiva

La simple existencia de las vías materiales de transporte de las mercancías, que permiten el traslado de estas desde su centro de producción a su centro de distribución, no resuelve el problema total del proceso de circulación del capital, puesto que aún queda pendiente la realización del segundo período de circulación de estas: la reducción del tiempo que transcurre entre la ubicación comercial de los productos y su venta final. No podemos olvidar que el proceso de producción capitalista se retrasa o permanece incompleto, en la medida en que se dilata o se abstiene el consumo de los bienes. Consecuentemente, podemos pensar que la realización de la

plusvalía requiere a veces un cierto nivel de convencimiento, es decir, “la necesidad de consumir no existe, tiene que ser creada para satisfacer el ciclo de reposición del capital” (Gandasegui, 1976).

De no efectuarse este segundo momento, las mercancías quedan imposibilitadas para encontrar salida a su consumo, teniendo necesariamente que ser almacenadas. Con esto, se incrementan los gastos de circulación de estas y se prolonga el período de rotación del capital. No se puede desconocer que “la permanencia del capital-mercancías, bajo la forma de almacenamiento, en el mercado, supone el uso de edificios, almacenes, depósitos de mercancías y, por tanto, una inversión de capital constante; supone, además, pago de salario para almacenar las mercancías en su depósito. Finalmente, las mercaderías se deterioran y están expuestas a la acción de elementos nocivos para ellas. Para protegerlas contra estas influencias, hay que desembolsar capital adicional, tanto en instrumentos de trabajo en forma materializada, como en fuerza de trabajo” (Marx, 1972, pp. 122-123).

En suma, presenciamos que el retraso en el consumo de los satisfactores provoca gastos adicionales de almacenamiento, consistentes, en: “1. Una disminución cuantitativa de la masa de productos (por ejemplo, cuando la mercancía almacenada es harina); 2. En un deterioro de la calidad; y, 3. En el trabajo materializado y vivo que se requiere para conservar las mercancías almacenadas” (ibid., p. 32). Por este motivo, el vendedor siempre procura deshacerse lo antes posible de sus productos. Para este, la mercancía sigue representando el exponente de su valor de cambio y, en consecuencia, solo puede actuar como tal cuando abandona su forma de mercancía para adquirir la forma de dinero. Es decir, al productor y al comerciante lo único que les interesa en esta fase de la circulación es la venta de las mercancías, puesto que esta es la única forma mediante la cual recobra el capital invertido inicialmente y obtiene sus utilidades derivadas del plusvalor.

Por lo tanto, si en relación a lo anterior, considerarnos que todo cambio practicado sobre cualquiera de las fases del proceso de

producción (particularmente en el proceso directo de producción) afecta proporcionalmente a las fases restantes, observamos que “una producción específica, determina un consumo, una distribución, un intercambio determinado, y relaciones determinadas entre los diferentes momentos” (Marx, 1972, p. 20). Por esta razón, desde el instante en que las últimas décadas del siglo XVIII y en las primeras del siglo XIX, la revolución industrial modifica los elementos tecnológicos del proceso productivo y con esto incrementa el grado de productividad de las fuerzas productivas, la dinámica de la reproducción ampliada del capital central se ve obligada a modificar proporcionalmente la relación existente entre la producción y el consumo de los bienes. Así, el capital industrial entra en una nueva fase de adaptación histórica que transforma la proporción del consumo de mercaderías, que se establece de un nivel local y restringido, a un nivel continuo, masivo y mundial de las mismas. Esto debido a que esta es la única vía rentable que puede dar salida a la gran producción acelerada y permanente de satisfactores que arroja el incesante proceso fabril en su nueva fase económica.

Con ello, se armoniza al ritmo y volumen de la producción. 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, segundo, en una cobertura internacional. Con el reajuste de estas relaciones económicas el capital contemporáneo entra en su etapa de internacionalización productiva que le exige, entre otras, una permanente renovación tecnológica de los instrumentos que promueven la demanda y el consumo de los bienes materiales.

Para alcanzar esto, el capital comercial, además de haber crecido y desarrollado ampliamente las vías materiales de transporte, que reducen la contradicción que se atraviesa entre el capital y su tiempo de rotación en este mismo período histórico, se encuentra obligado, una vez más, a producir e instrumentar, ahora a nivel superestructural, una nueva división social del trabajo (dentro de la esfera de la circulación que, paralelamente a la dinámica de producción industrial

de los satisfactores, anule el antagonismo que se establece entre el capital invertido y el tiempo de venta de los mismos. Para ello, en algunos casos, mediante la dedicación expresa de una porción específica de su masa de valor excedente, y en otros mediante la recuperación reconvertida de los adelantos tecnológicos, que se dan en el proceso de desarrollo de la base material (especialmente de carácter electrónico), el capital crea los aparatos culturales de la difusión colectiva que, apoyados en su discurso cultural, actúan como catalizadores de la última fase de la circulación: su momento de consumo.

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

En este sentido, podemos decir que el nuevo modo de información de masas, del discurso publicitario que transporta, imprime un incremento substancial a la velocidad del proceso de realización del valor, y bajo esta modalidad se inserta medularmente en el proceso global de la circulación del capital. Esto significa que la operación de los aparatos de difusión de masas no crea valor alguno. Su funcionamiento contribuye exclusivamente a posibilitar las condiciones de realización de la plusvalía a nivel de rotación del capital.

En consecuencia, analizando el fenómeno desde el punto de vista de la circulación, se descubre que a cada cambio sustancial que recibe el capital en su estructura económica con fines de incrementar su

grado de productividad, se produce, en última instancia, su correlativo, impacto superestructural en los elementos supra económicos que componen el proceso de circulación: para cada nueva modificación en el desarrollo de las fuerzas productivas, se suscita la creación y modernización de nuevas vías infraestructurales de comunicación y transporte material; y, frente a estas, se requiere la presencia de nuevos y más perfectos aparatos culturales de comunicación masiva. En este sentido, podemos decir, en última instancia, en la formación capitalista existe una relación de dependencia dialéctica entre el grado de desarrollo de la productividad de las fuerzas productivas y el tipo de surgimiento y evolución de los aparatos de la difusión colectiva.

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

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

En la fase monopolista (1600-1800), en la que se lucha por conquistar y saturar los mercados locales y en la que se substituye la producción gremial por la producción colectiva en factorías, el capital desarrolla 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 e imperialista (1850-1920), en la que la economía capitalista se reproduce en escala ampliada mediante la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas y a través del control de nuevos mercados internacionales, el capital dispone de la prensa telegráfica y del teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento y desarrollo del capitalismo mundial: se divide y reparte el mundo por zonas de información útiles para la producción de los grandes monopolios; se crea la cultura de masas; se uniformizan las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales; en una palabra, se uniformiza la conciencia colectiva con objeto de armonizar el consumo del mercado mundial. Por último, con la fase de desarrollo transnacional (1920-1980), en la que los grandes *trusts* invaden al mundo y en la que se exige la creación de un centro de comercialización planetario, el capital construye y recupera al cine, la radio, la televisión, los satélites y la cibernética, con objeto de crear a través de la publicidad una ideología universal que le permita su reproducción en dimensiones cósmicas. A partir de este período, el modo de información capitalista entra en su fase masiva de comercialización e internacionalización cultural.

Pero el desarrollo histórico de los aparatos de transmisión masiva no solo queda determinado por las necesidades materiales que impone el desarrollo de las grandes fases económicas por las que atraviesa la evolución del capital, sino que, también, en el interior de cada una de estas surgen condicionantes que, en última instancia, determinan el funcionamiento de los aparatos de masas en los ciclos económicos cortos que se presentan en el interior de la estructura social. Se explica así por qué

a un liberalismo económico, corresponde un estado liberal que permite que los medios y la comunicación sean manejados en forma liberal tanto en el sentido jurídico (libertad de prensa, de reunión, de información), como práctica (existencia de diarios y revistas independientes, ejercicio real de la disidencia política, posibilidades de editar y distribuir materiales críticos). En cambio, una situación de desarrollo diferente, de crisis internacional e interna, precisa la intervención más directa del mismo Estado, el cual se comporta respecto a los medios de comunicación de acuerdo a los diferentes estadios que recorre la economía (censura previa, represión de escritores y comentaristas de oposición, requisas de imprentas y materiales publicitarios, etc.). (Bernal Sahagún, 1978, pp. 20-21)

Ahora bien, este proceso de creación de los aparatos de la cultura de masas en la etapa de la centralización mundial del capital no solo aporta la reducción del antagonismo que se atraviesa entre el capital productivo y su segundo momento de rotación, sino que, derivado de la tendencia que impone el principio de evolución irracional del modo de producción capitalista a todo el proceso de la circulación, estos quedan igualmente afectados por la ley capitalista del desarrollo desigual. De ello, resultan nuevamente tres consecuencias que afectan al proceso global de producción a su consecuente sistema de organización social.

En primer término, desde el momento en que el capital productivo desvía cierta porción de su masa excedente de su finalidad primordial, y la destina no a producir sino a realizar la plusvalía por medio de la aceleración del consumo vía publicidad, la economía capitalista ejerce un nuevo gasto improductivo que no aumenta las cualidades de las mercancías, y sí incrementa el costo de estas: las inversiones publicitarias y propagandísticas, solo gastan valor sin producirlo. No podemos desconocer que tanto “la circulación como el comercio, no agregan nada al total de los valores producidos, sino que más bien se ocupan de la transformación de los valores ya existentes de la forma moneda a la forma de mercancía o viceversa” (Sweezy, 1974, pp. 305-306).

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

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

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

Esto implica que, a partir de este control, los ADM desarrollan, como tendencia cultural dominante, la producción, distribución e inculcación de las formaciones ideológicas propias de las fracciones que administran y gozan del proceso de extracción del plusvalor. Situación que permite que la clase propietaria de los medios de producción someta la dinámica y la dirección que debe adoptar el consenso de masas que construyen los aparatos de difusión social en la sociedad civil contemporánea. Pero no obstante esta determinación que,

en última instancia, impone la base material sobre el rumbo y el ritmo que adopta el modo de comunicación colectiva, sus soportes de instrumentación también quedan atravesados por la dinámica de la lucha de clases, que en períodos de crisis económico-política se reduce notablemente, hasta alcanzar un grado cero de expresión subalterna a través del aparato dominante de la cultura de masas.

Por último, en tercer término, derivado de lo anterior, distinguimos que al ser los medios elementos fundamentales de la actual fase del consumo capitalista, estos tienen que funcionar prioritariamente en las áreas del consumo real, y posteriormente en los perímetros geográficos del consumo potencial. Por ello, los ADM inicialmente surgen en las principales metrópolis mundiales (Inglaterra, Francia y EE. UU.) y paulatinamente se expanden a las regiones centrales donde aparecen nuevos mercados que poseen grandes masas asalariadas que están en condiciones de incorporarse al proceso de conclusión del ciclo de realización del valor a través del consumo colectivo.

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

La organización de este nuevo modo de información social no solo asegura la presencia de las condiciones del segundo momento de la circulación del capital, sino que también conlleva la imposición

masiva de la conciencia dominante de las metrópolis sobre el resto de las formaciones culturales de las superestructuras circundantes. Este es el principio de la dominación cultural que, desde 1920 hasta nuestros días, el capitalismo central impone colectivamente sobre su periferia nacional e internacional, a través de la opinión pública que construyen los aparatos de difusión de masas.

Resumiendo, comprobamos que, desde sus formas más simples (imprenta, teléfono, cable, telégrafo, etc.), hasta sus formas más complejas (prensa, cine, radio, televisión), los aparatos de comunicación surgen paralelamente al desarrollo de las formas de producción del capitalismo central (norteamericano, francés e inglés); y cada una de ellas es recobrada y dirigida, en última instancia, hacia la ejecución y reproducción del sistema económico dominante. Por ello, contrariamente a los enunciados que difunde la versión funcionalista sobre la génesis de la comunicación de masas y sus instrumentos, es necesario señalar que estos surgen como una respuesta económico-cultural del capital central ante sus necesidades de reproducción ampliada durante la primera fase del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX.

Por ello, no obstante que las tesis culturalistas ubican el surgimiento de estos en el momento en que se inventa la tecnología primaria de cada medio y, con ello, la atención para no comprenderlos como un producto propio y necesario de la expansión imperialista, sino como un resultado de la continua evolución tecnológica del proceso de modernización de la civilización occidental, nosotros pensamos que estos realmente aparecen solo después de que la tecnología comunicativa se transforma, con la revolución industrial, de su fase mecánica a su fase dinámica de difusión comercial, continua, acelerada y masiva que culmina con la transmisión electrónica de los mismos.

De esta forma, aunque la acumulación de su tecnología primaria es fundamental para la consolidación de la comunicación, la prensa de masas no surge en Inglaterra en 1456 con la introducción de la imprenta de Johan Gutenberg, sino en 1833 en Nueva York, cuando la tecnología de los impresos evoluciona hasta hacer posible

la difusión rápida y colectiva del primer periódico de masas: el *New York Sun*. El cine masivo, no surge con el descubrimiento del proyecto cinematográfico por Thomas Alva Edison en 1890, sino cuando la tecnología visual se perfecciona al grado de permitir que las fracciones comerciales presenten sus proyecciones masivas a un reducido costo en París y Nueva York en 1895. La radio de masas no se corona en 1907 con el desarrollo del Audión de De Forest, sino cuando en 1920 el naciente monopolio de la Westinghouse transmite desde Pittsburgh su primera difusión comercial a través de su estación KDKA. Por último, la televisión no despunta como medio de difusión colectiva con las innovaciones de Henry de France y René Barthélemy en 1929 en Francia, sino con las primeras transmisiones lucrativas de la BBC inglesa en 1936.

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

Consideraciones finales

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

- A. Contrariamente a la interpretación funcionalista que explica que el origen de los aparatos de comunicación de masas se gesta como producto del desarrollo independiente de la esfera cultural (continuo histórico), la concepción materialista de la comunicación demuestra que estos nacen como una segregación superestructural del capital central ante sus necesidades de reproducción ampliada en los albores de los siglos XIX y XX. Por lo tanto, debemos entender que los aparatos de difusión de masas irrumpen en la historia a partir del momento

en el modelo de acumulación del capital imperialista requiere ampliar su fase de circulación para alcanzar nuevos y más fluidos mercados que le representen, por una parte, una rápida valorización de la plusvalía y, por otra, una mayor masa de concentración de capital.

- B. Si los aparatos de comunicación de masas emergen como resultado del proceso de ampliación de la estructura productiva del capital financiero, su origen e historia no debe interpretarse como un producto autónomo de la “permanente superación cultural” de las sociedades modernas, sino como la introducción de un específico factor económico al segundo momento del proceso de circulación, que demanda el nacimiento del capital monopolístico. Por lo tanto, hay que analizarlos como parte fundamental del capital constante que requiere el imperialismo contemporáneo, para surgir y afianzarse en su nueva fase multinacional.
- C. Como instituciones generadas por las necesidades de reproducción ampliada del capital central, los aparatos de comunicación de masas nacen y se desarrollan condicionados, en última instancia, por los requerimientos de la producción ampliada del capital. En este sentido, se observa que, aunque existe un margen de funcionamiento relativamente autónomo que varía según las distintas coyunturas históricas, la operación económico-cultural de los intelectuales que laboran dentro de estos, los materiales ideológicos que se producen, las formas en que se distribuyen e inculcan los discursos de la cultura de masas, etc., están determinados, en última instancia, por los requerimientos que demanda la dinámica de reproducción ampliada del capital.

Esto no significa que los aparatos de masas sean entidades monolíticamente estables que no introducen contradicciones de clase en su interior, sino que, presentando multitud

de antagonismos de carácter básicamente secundario, están orientados prioritariamente por las fracciones hegemónicas hacia la ejecución de algunas de las principales funciones orgánicas que requiere el proceso de circulación y su proceso de legitimación.

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

Adoptando rigurosamente la formulación del proceso de información (emisor-mensaje-receptor) y de comunicación funcionalista (emisor-mensaje-receptor-retroalimentación del sistema), se comprueba que los aparatos de difusión de masas, generados por el proceso de expansión del capital, conllevan y reproducen la misma relación vertical y autoritaria que practica el capital sobre el trabajo vivo, o lo que es lo mismo, el productor sobre el consumidor. Esto sucede en tal forma debido a que el capital, para funcionar como tal, simplemente requiere mandar unilateralmente a la fuerza de trabajo para que esta se incorpore funcionalmente a su proceso de producción y extracción de plusvalor. En ningún momento necesita el intercambio igualitario de puntos de vista con el trabajador, es más, cuando esto sucede es porque el capital ha perdido,

en la proporción en que se dé, la hegemonía de sus relaciones sociales de producción y sometimiento.

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

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

- E. Del análisis materialista sobre la génesis de la comunicación de masas, no solo se descubren las anteriores perspectivas de interpretación histórica, sino que, probablemente, lo más importante para las sociedades dependientes es que se revela el surgimiento de este fenómeno económico-cultural como un hecho propio y característico de las formaciones capitalistas centrales, que paralela y paulatinamente a su dinámica de expansión imperial, van introduciendo en las formaciones periféricas. Esto significa que, a partir del momento en que se introducen estas modalidades tecnológicas en las sociedades dependientes, lo que se está incorporando no es una moderna tecnología neutra que facilita y cataliza su proceso de modernización cultural, sino lo que se inserta son las condiciones materiales que permiten la circulación cultural del capital central, sobre las superestructuras de las sociedades

periféricas. A través de la dinámica de comunicación vertical y unilateral que conlleva y exporta este proceso de circulación cultural, la ideología dominante del capital central penetra en las culturas periféricas, dando origen a la dependencia cultural. Esta legitima masivamente el proyecto geoeconómico-político de la expansión imperialista que se da en la región dependiente y contribuye a asentar las bases para la dominación del capital central.

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

Bibliografía

Assman, Hugo (1976). Las necesidades emotivo-utópicas de la masas y la comunicación masiva, pp. 247-248. En *Teología desde la praxis do la liberación*. Salamanca: Sígueme.

Bairoch, Paul (1967). *Revolución Industrial y subdesarrollo*. México: Siglo XXI.

Bernal Sahagbin, Víctor (1974). *Anatomía do la publicidad en México*. México: Nuestro Tiempo.

Bernal Sahagbin, Víctor (1978). *México: la publicidad, en TV, cine, historietas y publicidad*. México: Ed. UNAM, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación # 2.

Bernal Sahagún, Víctor M. (mayo de 1978). Las contribuciones de la economía al análisis de la comunicación masiva [ponencia]. En

Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación (EIEC). México: Ed. UAM-Xochimilco. [Mimeo].

Echeverría, Hans M. (1976). Integrantes de una teoría de los medios de comunicación masiva. En Jaime Goded (Comp.), *Los medios de comunicación colectiva*. México: Ed. UNAM, Serie Lecturas 1.

Esparza, Luis (1979). *Los aparatos de difusión de masas en la historia del capitalismo*. México: Ed. UAM-Xochimilco, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva. [Mimeo].

Fernández Christlieb, Fátima (1979). *La TV en América Latina*. México: Mimeo. [Posteriormente, coeditado por Siglo XXI/UNESCO].

Gandasegui, Marcos A. (6 de septiembre de 1976). Estructura social y medios de comunicación masiva. *El Día*, p. 19. [Reproducido en *Casa de las Américas* (La Habana), mayo-junio de 1976].

Lenin, V. Ilich (1966 [1919]). El imperialismo, fase superior del capitalismo. En V. I. Lenin, *Obras escogidas, vol. 1*. Moscú: Progreso.

Mandel, Ernest (1974). *Tratado de economía marxista, vols. 1 y 2*. México: Era.

Martín-Barbero, Jesús (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: CIESPAL, Colección Intylan.

Marx, Carlos (1972). *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (borrador) 1857-1858*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Marx, Carlos (1973). *El capital: crítica de la economía política, vol. 1*. México: Fondo de Cultura Económica.

Marx, Carlos y Engels, Federico (1970). *Manifiesto del Partido Comunista*. México: Grijalbo.

Marx, Carlos y Engels, Federico (1973). *La ideología alemana, vol. 1*. Moscú: Progreso.

Nordenstreng, Kaarley y Varis, Tapio (1974). La no homogeneidad del estado nacional y la corriente internacional de la comunicación. *Chasqui* (Quito), (7), 58-70.

Paz, Ida (1977). *Medios masivos, ideología y propaganda imperialista*. La Habana: Casa del Libro.

Piccini, Mabel (1978). *La investigación sobre los medios de comunicación en América Latina, frente a la experiencia de EUA*. México: Ed. Universidad Iberoamericana.

Seé, Henry (1961). *Los orígenes del capitalismo moderno*. México: Fondo de Cultura Económica.

Sweezy, Paul M. (1974). *Teoría del desarrollo capitalista*. México: Fondo de Cultura Económica.

Tauffic, Camilo (1974). *Periodismo y lucha de clases*. Buenos Aires: Ed. De La Flor.

Villagrán, Carlos (octubre-diciembre de 1977-enero-marzo de 1978). Los problemas de la ideología y la ciencia de la comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (86-87), 73-84.

Sobre las y los autores

Adolfo Aguilar Zinser (1949-2005). Escritor, analista político, periodista, diplomático y político mexicano que se desempeñó en distintos cargos políticos a lo largo de su trayectoria. Estudió Derecho en la Universidad Nacional Autónoma de México; Relaciones Internacionales en El Colegio de México; y la Maestría en Administración Pública e Internacional de la Escuela Kennedy de la Universidad de Harvard. El texto que se incluye lo elaboró cuando era Coordinador de Estudios de la Comunicación del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo. Pese a no haber militado en partido político alguno, fue diputado en representación del Partido de la Revolución Democrática (PRD) de 1994 a 1997, y senador de la república, cargo que ejerció con independencia del partido que lo postuló, el Verde Ecologista de México. Asimismo, fue comisionado del Consejo de Seguridad Nacional, de Orden, de Justicia y de Respeto de México, y embajador de México ante las Naciones Unidas. Fungió como presidente del Consejo de Seguridad de la ONU durante la invasión de Estados Unidos a Irak, incursión militar que siempre objetó.

Álvaro Portillo (Montevideo, 1948). Se doctoró en Sociología en la UNAM durante su exilio en México. A su retorno a Uruguay en 1986

culminó también sus estudios de abogacía y fue profesor titular y subdirector del Instituto de Teoría y Urbanismo de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República, en la que también dictó cursos en Psicología, Comunicación y Derecho. Fue director de Programas Sociales del Gobierno de Montevideo (1990-1995) y director de Servicios Consulares y de Vinculación de la Cancillería (2005-2008), durante la primera gestión del Frente Amplio en el gobierno nacional. Autor de varios libros y artículos, entre los que se destacan “Ciudad y conflicto” (1987), *Tecnologías alternativas para el desarrollo urbano* (1987), *Montevideo la ciudad de la gente* (1997), *Otro Estado es posible* (2002). Se desempeñó también como consultor en asuntos de desarrollo urbano y convivencia, colaborador de varias organizaciones no gubernamentales y del Área Programática del Frente Amplio del Uruguay.

Armand Mattelart (Bélgica, 1936). Obtuvo su doctorado en Derecho por la Universidad de Lovaina, Bélgica (1960). Se especializó en demografía en la Sorbonne, Francia. A mediados de 1960 se radicó en Chile desde donde trabajó como demógrafo en las críticas a las políticas de natalidad diseñadas por la Alianza para el Progreso. Desde 1967 se dedicó al estudio de la sociología y los medios de comunicación de masas junto a su compañera, Michèle Mattelart y a Mabel Piccini en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional. Durante esos años de vida en Chile escribió, junto a Ariel Dorfman, el clásico *Para leer al Pato Donald*. Fue un analista destacado de las Políticas de Comunicación en América Latina, sobre esta temática publicó a inicios de los 80, junto a Héctor Schmucler, el libro *América Latina en la encrucijada telemática*. Tras el derrocamiento de Salvador Allende en 1973 debió abandonar Chile y se radicó en Francia. A lo largo de su trayectoria ha publicado numerosos libros que son referentes del campo de la EPICC.

César Bolaño (São Paulo, 1956). Jornalista formado pela Universidade de São Paulo (USP), mestre e doutor em economia pela Universidade

Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor Titular da Universidade Federal de Sergipe (UFS), fundador dos grupos de Economia Política da Comunicação (EPC) da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e da Associação Latino-americana de Pesquisadores da Comunicação (ALAIC), foi presidente da ALAIC, diretor da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), primeiro presidente da União Latina de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC). Diretor da Revista Eletrônica Internacional de Economia Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (EPTIC) é coordenador do GT Comunicação, Economia Política e Sociedade (OBSCOM-CEPOS), do CNPq, e do GT CLACSO de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPICC). Entre outros livros publicou *Mercado Brasileiro de Televisão* e, o mais conhecido, *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*, que tem edições também em espanhol e em inglês.

Diego Portales Cifuentes (Santiago de Chile, 1950). Economista de la Universidad de Chile. Académico en FLACSO, Vector e Ilet (1974-1990). Vicepresidente de ALAIC (1989 -1990). Gerente de regiones en Televisión Nacional de Chile y consultor de empresas e instituciones educacionales (1990 -2014). Vicepresidente de la Fundación Chile Descentralizado. Desde 2014 vive en Valdivia, Chile. Autor de publicaciones en economía de los medios y estudios de procesos de descentralización política, administrativa y económica.

Enrique E. Sánchez Ruiz (1948). Licenciado en Ciencias de la Comunicación, ITESO (Guadalajara, México). Maestría en Comunicación y Desarrollo, Universidad Stanford (Estados Unidos). Doctorado (*PhD*) en Educación y Desarrollo, Universidad Stanford (E.U.A.). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México (SNI), desde 1984 (cuando inició); actualmente, Nivel 3. Presidente (1987-1989) de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Presidente (1992-1995) de la Asociación

Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Presidente (2007-2009) de la Asociación Iberoamericana de Comunicación (Asibercom).

Héctor Schmucler (Argentina, 1931-2018). Estudió Letras en las Universidades de Córdoba y Buenos Aires. Realizó su posgrado en Semiología en la École Pratique des Hautes Études, en Francia, bajo la dirección de Roland Barthes. Fue uno de los pioneros de los estudios de la comunicación en Argentina, influenciado por la Escuela de Frankfurt y la Teoría de la Dependencia. Entre 1969 y 1972 dirigió la revista *Los Libros*. Fue uno de los fundadores de la revista *Pasado y Presente* y participó, junto a otros intelectuales argentinos, de la creación de las Cátedras Nacionales. Entre sus aportes iniciales al campo de la comunicación está la inauguración de la cátedra Introducción a los Medios Masivos de Comunicación en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. En la década del 70 fundó en Chile la revista *Comunicación y cultura*, junto a Armand Mattelart y Ariel Dorfman. En 1976 se exilió en México donde fundó la revista *Controversia*. Con la recuperación de la democracia en Argentina regresó y participó de la creación de la carrera de Comunicación en la UBA. Creó junto a María Cristina Mata la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea en la UNC, en el año 1997, y años más tarde creó el Programa de Estudios sobre la Memoria en esa misma institución.

Heriberto Muraro (Buenos Aires, 1937). Sociólogo por la Universidad de Buenos Aires. Desde mediados de la década del 60 militó en el movimiento universitario de *nueva izquierda*, ejerció el periodismo y se dedicó a investigar temas de comunicación. Fue uno de los impulsores, a principios de los años 70, de los estudios críticos en sociología de la comunicación de masas y de lo que, años más tarde, se denominaría economía política de la comunicación. Estuvo fuertemente vinculado con el sindicalismo y ejerció luego la consultoría en temas de comunicación y marketing político. Fue autor de publicaciones

destacadas que conjugaron investigación académica, divulgación y análisis político como *Poder y Comunicación* (1971) y *Neocapitalismo y comunicación de masas* (1974), entre muchos otros textos que articularon el abordaje económico de la cultura con la crítica a la concentración de la propiedad de los medios y la dependencia. Fue profesor de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires.

Ingrid Sarti (1947). Professora titular de Ciência Política da Universidade Federal do Rio de Janeiro aposentada no Instituto de Filosofia e Ciências Sociais (IFCS). Como professora do Programa de Pós-graduação em Economia Política, organizou e publicou *Sul Global e Integração Regional. A política externa brasileira* (2003-2015), Rio de Janeiro, UFRJ. Presidiu o Fórum Universitário Mercosul (FoMerco) e foi professora visitante no Instituto Mercosul de Estudos Avançados (IMEA) da Universidade Federal da Integração da América Latina (Unila), de cuja Comissão de Implantação fez parte. Membro do Grupo de Reflexão de Relações Internacionais (GR-RI), coordena o Grupo de Pesquisa CNPq Integração Sul: Autonomia e Desenvolvimento. Colaboradora do Centro Internacional Celso Furtado, da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC), da Associação Brasileira de Relações Internacionais (ABRI) e do Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (Clacso), cujo Comitê Diretivo integrou. Doutora pelo IUPERJ e Mestre em Ciência Política por Stanford e Universidade de São Paulo, bacharel em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo. Áreas de pesquisa: cooperação internacional e integração regional da América do Sul, teoria política, democracia e partidos políticos.

Javier Esteinou Madrid. “Profesor Distinguido”, Universidad Autónoma Metropolitana. “Miembro Emérito” del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel-III), 2022. Premio Nacional de Periodismo (PNP) en 2004, en 2010 y en 2014. Premio Nacional de Comunicación “Pages Llergo 2011” (*Revista Siempre* y Fundación

Pagés Llergo). Medalla de Plata “Gabino Barreda” 1985 (UNAM). Premio Nacional de Ensayo, Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública de Quintana Roo (ITAIPQROO), 2008. Exvicepresidente (Fundador), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Exconsejero Ciudadano del “Canal de Televisión del Congreso de la Unión”. “Miembro Honorario” del Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Miembro de la Academia Mexicana de las Ciencias (AMC). Autor de múltiples libros, ensayos especializados y artículos periodísticos sobre comunicación, cultura, información y política en México, América Latina y otros países.

Juan Díaz Bordenave (1926-2012). Educador y comunicador paraguayo. Ingeniero Agrónomo de formación, realizó estudios de Maestría y Doctorado en Comunicación en Estados Unidos en los años 60. Trabajó inicialmente en la agencia paraguaya que cuidaba de la extensión agraria, durante los años 50. Posteriormente, emprendió sus estudios de posgrado constituyéndose en uno de los grandes referentes latinoamericanos de lo que en su momento se definió como Comunicación para el Desarrollo. Desde fines de los años 60, trabajó en el Instituto Interamericano de Ciencias Agrarias (IICA) entonces dependiente de la OEA, desde el cual participó en los distintos procesos de capacitación y formación de pequeños agricultores en la región. Esto lo llevó a pensar procesos horizontales y participativos en los procesos comunicacionales y educativos latinoamericanos, y en consecuencia a cuestionar seriamente la ciencia aplicada proveniente de Europa y Estados Unidos en los últimos 50 años. Retornó definitivamente a Paraguay en el año 2002 y, desde entonces, se involucró en todos los movimientos sociales y políticos de su país. En 2008 se involucró directamente en la campaña de Fernando Lugo (2008-2012), siendo uno de los grandes estrategas de esta. Junto con investigadores y docentes paraguayos creó cinco cursos de Comunicación para el Desarrollo a nivel de Grado en universidades públicas de Paraguay en el año 2010, y un programa de Maestría en Comunicación para

el Desarrollo en la Universidad Nacional del Este, Paraguay. En este programa impartió, durante la primera quincena de octubre de 2012, sus últimas clases en Comunicación y Educación. Pocos días después fue internado y regresó a Río de Janeiro, donde falleció en noviembre de 2012. Según su propia definición, era más un facilitador que un experto o pensador de la comunicación. En 2016, fue homenajeado post mortem por un grupo de ciudadanos paraguayos, con la publicación de cuatro libros inicialmente publicados fuera de Paraguay.

Leonardo Acosta (La Habana, 1933-2016). Músico e investigador, periodista y escritor. Tiene más de 15 títulos publicados en Cuba sobre música, cultura y literatura con perspectiva latinoamericanista. Sus artículos también se han publicado en América Latina y Estados Unidos. Recibió numerosos premios por su obra, entre ellos cinco Premios de la Crítica, el Premio de la Academia Cubana de la Lengua al mejor libro de 2005. Premio Nacional de Literatura en 2006 y de Música en 2014.

Margarita Graziano (Argentina, 1949-2000). Socióloga por la Universidad de Buenos Aires. Formó parte de los grupos fundadores de los estudios críticos de comunicación en Argentina junto a Héctor Schmucler y Heriberto Muraro. A principios de los años 70 desarrolló estudios señeros sobre el sistema televisivo argentino, su estructura de propiedad y la dependencia del capital norteamericano. En enero de 1976, y tras haber sufrido ataques a manos de la Alianza Anticomunista Argentina durante diciembre de 1975, se exilió en Venezuela. En el país caribeño se acercó a los debates sobre las Políticas Nacionales de Comunicación y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación de la mano de Antonio Pasquali y el equipo del Instituto de Investigación en Comunicación (ININCO). En 1980 asesoró al gobierno de la Revolución Sandinista en Nicaragua. A mediados de 1983, tras el regreso de la democracia, retornó a la Argentina y participó del Consejo de Consolidación de la Democracia (CoCoDe) y colaboró en diversos temas de comunicación

con el Gobierno de Raúl Alfonsín. Tuvo una destacada participación en el origen de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA, fue responsable de la orientación en Políticas y Planificación de la Comunicación y falleció en 2000 siendo su directora. Es considerada una de las inspiradoras de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009.

Maria Armanda Nascimento Arruda (1948). Possui Graduação em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo. É Mestre, Doutora e Livre-Docente em Sociologia pela USP. É professora titular de Sociologia da USP desde 2005. Pesquisadora 1A do Conselho Nacional de Pesquisa – CNPQ. Membro da Academia de Ciências do Estado de São Paulo (ACIESP, 2020). Sua área de investigação compreende pesquisas no âmbito da sociologia da cultura; história social dos intelectuais, da literatura e das artes; sociologia da comunicação de massas; teoria sociológica. Foi pesquisadora sênior do Instituto de Estudos Sociais e Políticos de São Paulo (IDESP, 1987-2005), tendo participado do projeto História das Ciências Sociais no Brasil. Formou mais de 50 mestres e doutores, tendo orientado, também, alunos de iniciação científica e pesquisadores de pós-doutorados. Atualmente é vice-reitora da Universidade de São Paulo (USP).

Mario Kaplún (Buenos Aires, 1923 – Montevideo, 1998). Se graduó como maestro pero enseguida se dedicó a la producción y conducción de programas radiales en Argentina y más tarde también de televisión, ya radicado en Uruguay. En los años 70 produjo radioteatros educativos distribuidos en toda América Latina, fue consultor de Unesco y otros organismos internacionales y comenzó a publicar diversos trabajos de referencia en el campo de la comunicación. Durante su exilio en Venezuela, entre 1978 y 1985, se orientó definitivamente hacia la comunicación popular y educativa. A su regreso a Uruguay trabajó en la Universidad de la República, en la carrera de Comunicación y en un programa de extensión universitaria. Fue conferencista invitado en números eventos académicos, como los

organizados por FELAFACS y ALAIC. Entre sus libros más conocidos se encuentran *Producción de programas de radio* (1978), *El comunicador popular* (1985), *A la educación por la comunicación* (1992), además de numerosos artículos en revistas académicas.

Othon Jambeiro (1942). Graduado em Jornalismo (UFBA, 1966), Mestre em Ciências Sociais (USP, 1971) e PhD em Comunicação (Politécnica Central de Londres, atual University of Westminster, 1995). Fez estágio pós-doutoral em Comunicação na Universidade de Brasília (2006). Pesquisa e tem publicações na área de Políticas, Economia Política e Regulação da Informação e Comunicação. Coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Rede Midiáticas (CP-redes).

Patricia Arriaga Jordán (1952). Realizó sus estudios profesionales en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana en México y de doctorado en Economía Política en la New School en Nueva York. Escritora, productora y directora de cine y televisión de diferentes géneros y formatos desde 1972. Ha sido consejera del Instituto Federal de Telecomunicaciones; directiva en la televisión pública de México; oficial en el Centro de Empresas Transnacionales en la organización de Naciones Unidas en Nueva York; directora del Área de Comunicación e Información del Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, entre otros, y profesora, asesora y consultora en diferentes instituciones públicas y privadas.

Roque Faraone (1929). Fue profesor de Historia de las Ideas y de Teoría de la Comunicación en la Universidad de la República de Uruguay, donde también dirigió la carrera de Comunicación entre 1993 y 1994. Radicado en Francia, entre 1975 y 1980 trabajó en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales y en la Universidad Paris VIII. Dictó cursos y seminarios sobre comunicación en Estados Unidos y Europa y fue socio fundador de IAMCR y ALAIC. Entre sus libros en este campo se encuentran *Medios masivos de comunicación*

(1969), *Televisión y Estado* (1998), *El concepto de objetividad en la información* (2000), *Libertad de prensa y derecho a la información* (2004), *La autonomía del poder militar en Uruguay y la información* (2016). Publicó también numerosos artículos en revistas académicas y capítulos de libros, como su contribución en el *Handbook of political economy of communication* (IAMCR, 2011), sobre *Economía, ideología y publicidad*.

Sergio Caparelli. Professor aposentado do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRGS. E autor de vários livros, entre os quais *Televisão e Capitalismo no Brasil*, que recebeu o Prêmio Jabuti em 1983.

Sérgio Mattos (1948). Graduado em Jornalismo (UFBA, 1971), Mestre em Comunicação (The University of Texas, Austin, USA, 1980) e PhD em Comunicação (The University of Texas, Austin, USA, 1982). Concentra suas pesquisas em história da mídia e efeitos da economia política no desenvolvimento dos veículos levando em consideração o contexto socioeconômico, político e cultural, tendo livros e artigos publicados sobre televisão, censura, publicidade e jornalismo.

Willy Soto Acosta (1961-2018). Nació en Heredia, Costa Rica, el 20 de octubre de 1961 y murió, a los 57 años, el 27 de diciembre de 2018. Fue politólogo y sociólogo, trabajó como profesor e investigador en la Facultad de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional. Su trabajo quedó plasmado en diversas revistas y libros, entre los cuales editó: *Mesoamérica, integración regional y geopolítica; La integración centroamericana; Ciencias sociales y relaciones internacionales; y, Política global y fútbol*.