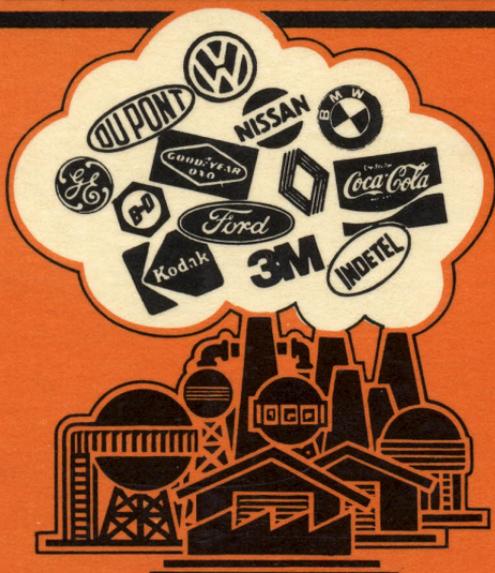




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLAN

POLITICA, ECONOMIA Y DERECHO DE LA INVERSION EXTRANJERA

JUAN BANDERAS CASANOVA
(COORDINADOR)



El presente libro se editó con la colaboración de la Secretaría Ejecutiva del Consejo de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México, a través de su Programa de Apoyo a las Divisiones de Estudios de Posgrado, PADEP

Primera edición: 1984

DR © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

Ciudad Universitaria. 04510 México, D.F.

ISBN 968-837-422-9

Coordinación de Producción Editorial
Escuela Nacional de Estudios
Profesionales Acatlán
Av. Alcanfores y San Juan Totoltepec
Naucalpan de Juárez, Estado de México

Impreso y hecho en México
Printed and made in México

INDICE

Presentación	7
Introducción	11
Primer Simposio Nacional Sobre Inversión Extranjera	15

PARTE I INVERSION EXTRANJERA Y PAISES EN VIAS DE DESARROLLO

<i>La inversión extranjera en México</i> Adolfo Hegewisch N.	33
<i>La crisis y la inversión extranjera directa: transnacionalización de la crisis o crisis de la transnacionalización del capital</i> Víctor M. Bernal Sahagún	47
<i>Comentario a la ponencia de Víctor M. Bernal Sahagún</i> Angelina Gutiérrez Arriola	57
<i>El papel de la inversión extranjera en la coyuntura actual</i> Héctor Álvarez de la Cadena	67
<i>Comentario a la ponencia de Héctor Álvarez de la Cadena</i> Hilda Sánchez	73
<i>Empresas transnacionales y proyecto nacional de América Latina</i> Álvaro Briones	75
<i>Comentario a la ponencia de Álvaro Briones</i> Orlando Delgado Selley	99
<i>Crisis e internacionalización de la producción industrial. El caso de la rama automovilística</i> Jordy Micheli	103
<i>Comentario a la ponencia de Jordy Micheli</i> Mario Burkún	145

PARTE II
INVERSION EXTRANJERA
Y RELACIONES INTERNACIONALES

<i>La negociación internacional de un código de conducta para las empresas transnacionales</i> Carmen Moreno Toscano de Del Cueto	149
<i>Los esfuerzos para atraer la inversión directa hacia América Latina y sus resultados: la experiencia de Chile</i> Armando Arancibia C. Juan M. Banderas C.	157
<i>Comentario a la ponencia de Armando Arancibia y Juan Banderas</i> Diego Portales	201
<i>Internacionalización del capital y clase obrera en América Latina</i> Julio Sau Aguayo	205
<i>Comentario a la ponencia de Julio Sau Aguayo</i> Alfonso Rodríguez Coss	215

PARTE III
REGULACION Y CONTROL
DE LA INVERSION
EXTRANJERA

<i>Análisis crítico de la Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera</i> Ignacio Gómez-Palacio Gutiérrez-Zamora	221
<i>Comentario a la ponencia de Ignacio Gómez-Palacio</i> Osear I. Delassé A.	227
<i>Regulación de la inversión extranjera en México</i> Lorenzo Thomas Torres	233
<i>Comentario a la ponencia de Lorenzo Thomas Torres</i> Jorge Barrera Graf	241
<i>Inversión extranjera y transferencia de tecnología.</i> Jaime Álvarez Soberanis	247

<i>Resultados de la regulación de la inversión extranjera en América Latina con especial referencia al caso de México</i>	
Rafael Pérez Miranda	279
<i>Comentario a la ponencia de Rafael Pérez Miranda</i>	
Pedro Zamora Sánchez	297
<i>Enfoque ♦ociojurídico y económico de las maqui/adoras</i>	
Víctor Carlos García-Moreno	305

**PARTE IV
IDEOLOGIA, SOCIOLOGIA
Y POLITICA DE LA
INVERSION EXTRANJERA**

<i>El modelo femenino transnacional</i>	
Viviana Erazo	323
<i>Comentario a la ponencia de Viviana Erazo</i>	
Susana del Mazo	333
<i>Capacidad de negociación, ideología e inversiones extranjeras</i>	
Joseph Hadara	337
<i>Efectos políticos y sociales de la legislación de inversiones extranjeras</i>	
Mario Rosales Betancourt	347
<i>Comentarios a la ponencia de Mario Rosales Betancourt</i>	
Elisa Costamagna	357
<i>Medios transnacionales de comunicación y retroceso de los Estados nacionales</i>	
Javier Esteinou M.	361

MEDIOS TRANSNACIONALES DE COMUNICACIÓN Y RETROCESO DE LOS ESTADOS NACIONALES

Javier Esteinou M.

I. EL CAPITAL FINANCIERO Y EL SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Desde finales del siglo XIX y principios del siglo XX el capital monopólico inicia una nueva etapa de expansión ampliada, cuando exporta sus grandes capitales a la periferia, especialmente al Tercer Mundo. Esta nueva expansión se caracteriza porque a diferencia de la ampliación que se logra en otras fases de la historia capitalista, en esta nueva etapa del capital financiero éste se enfrenta a dos grandes obstáculos en su proceso de circulación que debe solucionar después de haber sido invertido productivamente.

Es decir, después de que el capital monopólico se ha invertido y ha producido en la periferia una gran masa de mercancías que debe vender, antes de la comercialización de las mismas, se encara con dos obstáculos que debe superar para realizarse como valor: el momento que transcurre entre el transporte de los bienes de su lugar de producción a su lugar de venta, y el que transcurre entre la exhibición de los productos y el momento de su venta.

Para enfrentar estos obstáculos de realización del capital que actúan primeramente sobre el proceso de circulación directa y después sobre el proceso general de realización del valor, el capital dedica constantemente una porción de la masa de su valor excedente a la anulación de los mismos. Así, por una parte, al enfrentarse a la primera dificultad —¿cómo movilizar las mercancías que son producidas en los centros fabriles para colocarlas en las zonas del gran intercambio y consumo masivo?—, el capital monopólico, normalmente por medio del Estado, desarrolla constantemente la infraestructura: vías de transporte,

comunicación terrestre, marítima y aérea que permiten superar este obstáculo inicial.

Con esta modernización material en la esfera de rotación del capital, el proceso de producción capitalista resuelve la primera dificultad que se interpone entre la producción de las mercancías y su tiempo de distribución. De esta forma obtiene, por una parte, la capacidad de incrementar la cuota de producción de bienes puesto que puede ser rápida y fácilmente transportada a las diversas áreas de consumo y, por otra, alcanza la capacidad de aumentar su tasa de acumulación de plusvalía, desde el momento en que con menor esfuerzo y gasto privado puede hacerlas circular en un radio histórico de mayores dimensiones geográficas.¹

Sin embargo, la simple existencia de las vías materiales de transportación de los bienes no resuelve por sí misma el problema total del proceso de circulación del capital, puesto que aún queda pendiente la realización del segundo periodo de circulación de los mismos: 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 contrae el consumo de los bienes. En consecuencia, 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".²

De no efectuarse esta segunda fase las mercancías quedan imposibilitadas para encontrar salida a su consumo, teniendo necesariamente que ser almacenadas, con lo cual incrementa los gastos de circulación de las mismas y se prolonga el periodo de rotación del capital. No se puede desconocer que, "la permanencia del capital mercancías, bajo la forma de almacenamiento en el mercado, supone el uso de edificios, almacenes, depósitos de mercancías y, por tanto, una inversión de capital constante; supone además, pago de salario para almacenar las mercancías

¹ Para ampliar esta explicación consultar nuestro trabajo "El Surgimiento Histórico 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, julio de 1981.

² Marcos A. Gandásegui, "Estructura Social y Medios de Comunicación Masiva", *Revista Casa de las Américas*, La Habana, Cuba, mayo-junio de 1976, tomado del periódico *El Día*, sección Testimonios y Documentos, 6 de septiembre de 1976, p. 19.

en su depósito. Finalmente, las mercancías se deterioran y están expuestas a la acción de elementos nocivos para ellas. Para protegerlas contra estas influencias hay que desembolsar capital adicional, tanto en instrumentos de trabajo en forma materializada, como en fuerza de trabajo".³

Por lo tanto, si en relación con lo anterior consideramos que todo cambio practicado sobre cualquiera de las fases del proceso de producción (particularmente en el proceso directo de producción) afecta proporcionalmente a las fases restantes, observamos, que "una producción específica determina un consumo, una distribución, un intercambio determinado, y relaciones determinadas entre los diferentes momentos".⁴ Por esta razón, desde el instante en que en 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, debido a que ésta es la única vía rentable que puede dar salida a la gran producción acelerada y permanente de satisfactores que arroja el incesante proceso fabril en su nueva fase económica.

Con ello se armoniza el 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 cosas, una permanente renovación tecnológica de los bienes materiales.

Para alcanzar lo anterior, el capital comercial, además de haber desarrollado ampliamente las vías materiales de transporte, que reducen el obstáculo que se atraviesa entre el capital y su tiempo de rotación, se ve obligado una vez más, en este mismo periodo histórico, a producir e implementar, ahora a nivel supe-

³ Karl Marx, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política, 1857-1858*, (borrador), vol. II, Buenos Aires, Siglo XXI, 3a. ed., 1972, pp. 122-123.

⁴ *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política*, vol. I, op. cit., p. 20.

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

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

En este sentido, podemos pensar que el nuevo modo de información de masas, por medio del discurso publicitario que transporta, imprime un incremento sustancial a la velocidad del proceso de realización del valor, y bajo esta modalidad se inserta medularmente en el proceso global de la circulación del capital. Esto significa que la operación de los 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 supraeconómicos que componen el proceso de circulación: para cada nueva modificación en el desarrollo de las fuer-

zas productivas, se suscita la creación y modernización de nuevas vías infraestructurales de comunicación y transporte material; y frente a éstas se requiere la presencia de nuevos y más perfectos aparatos culturales de comunicación masiva. En este sentido, podemos decir que, en última instancia, en la formación capitalista existe una relación de dependencia dialéctica entre el grado de desarrollo que alcanza la productividad de las fuerzas productivas y el tipo de surgimiento y evolución que presentan los aparatos de difusión colectiva.

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

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

En la fase premonopolista (1600-1800) en la que se lucha por conquistar y saturar los mercados locales, y en la que se sustituye la producción colectiva en factorías, el capital 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 monopolista y colonialista (1850-1920), en la que la economía capitalista se reproduce a escala ampliada mediante la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas, y mediante el 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 aprovi-

sionamiento 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 estandarizan las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales; en una palabra, se uniforma 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 *trust* 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 por medio de la publicidad una ideología universal que le permita su reproducción en dimensiones cósmicas. A partir de este periodo, el modo de información capitalista entra en su fase masiva de comercialización e internacionalización cultural.⁵

Pero el desarrollo histórico de los aparatos de transmisión de masas no sólo queda determinado por las necesidades materiales que impone el desarrollo de las grandes fases económicas por las que atraviesa la evolución del capital, también, en el interior de cada una de éstas, surgen condicionantes que, en última instancia, determinan el funcionamiento de los aparatos de masas en los ciclos económicos cortos que se presentan dentro de la estructura social. Se explica así 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 (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, quien se comporta respecto a los medios de comunicación de acuerdo a los diferentes estadios que recorre la economía (censura previa, represión de escri-

⁵ Para profundizar en el conocimiento de la función que desempeña el modo de comunicación en estas fases del desarrollo del modo de producción capitalista, e incluso en otros modos de producción social, véase, Tapio Varis, "La No Homogeneidad del Estado Nacional y la Corriente Internacional de la Comunicación", *Chasqui*, núm. 7, Quito, 1979, pp. 58-70; Jaime Goded, "El Enfoque Marxista en el Estudio de la Comunicación", *Comunicación e Ideología*, núm. 4, México, pp. 19-20; Jorge González Sánchez y Laura Menchero, *El Teatro Popular Campesino como Instrumento de Comunicación*, tesis de Licenciatura, Dept. de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, febrero de 1978, pp. 28-31; y Camilo Taufic, *Periodismo y Lucha de Clases*, Buenos Aires, La Flor, 1979, pp. 43-45, 63-65 y 78.

tores y comentaristas de oposición, requisas de imprentas y materiales publicitarios, etc.)".⁶

La organización de este nuevo modo de información social no sólo asegura la presencia de las condiciones del segundo momento de la circulación del capital, sino que lleva consigo la imposición masiva de la conciencia dominante de la 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 impone el capitalismo central colectivamente sobre su periferia nacional e internacional, por medio de la opinión pública que construyen los aparatos de difusión de masas.

Resumiendo, comprobamos que, desde sus formas más simples (impresión, 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 de implementación, es necesario destacar que éstos 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.

Es por eso que, no obstante que las tesis culturalistas ubican el surgimiento de éstos en el momento en que se inventa la tecnología primaria de cada medio, y con ello la atención para no comprenderlos como un producto propio y necesario de la expansión imperialista sino como resultado de la continua evolución tecnológica del proceso de modernización de la civilización occidental, nosotros pensamos que éstos realmente aparecen sólo después de que la tecnología comunicativa se transforma, con la revolución industrial, de una fase mecánica, a una 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 fun-

⁶ Victor Manuel Bernal Sahagún, "Las Contribuciones de la Economía al Análisis de la Comunicación Masiva", ponencia presentada en el Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación (EIEC), Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, mayo de 1978, mimeo., pp. 20-21; Paul M. Sweezy, *Teoría del Desarrollo Capitalista*, México, Fondo de Cultura Económica, 8a. ed., 1974, pp. 305-306.

damental 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, rentable y colectiva del primer periódico de masas: el *New York Sun*. El cine masivo no surge con el descubrimiento del proyector 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 Forest, sino cuando en 1920 el naciente monopolio de la Westinghouse transmite desde Pittsburgh su primera difusión comercial por medio 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.

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

En conclusión, encontramos que es con el surgimiento y desarrollo del colonialismo clásico, del capital financiero y de los monopolios, como 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.

II. LA METAMORFOSIS DE LA SOCIEDAD CIVIL

Con el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación se genera un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias de la sociedad civil. Sin embargo, no obstante este interesante corrimiento ideológico que se crea, el fenó-

meno más importante que se produce, ante todo, implica una radical transformación del interior de la estructura de la sociedad civil.

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

Sin embargo, la introducción de estas nuevas tecnologías productoras e insemadoras de símbolos en la esfera superestructural convulsiona la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalecientes. Esto es, con el surgimiento de los medios de comunicación, se revoluciona paulatinamente la base cultural y el conjunto de soportes institucionales de la sociedad civil, al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucho el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores. Con su incursión y operación se alteran radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido, en una idea de elaboración de la conciencia social. Su presencia representa el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se enclava a tal grado en las vísceras de la sociedad civil, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapa premonopolista, da origen a un nuevo "modo de comunicación" que se distingue por la forma ampliada de elaborar y distribuir las ideologías.

Es a partir de este instante que la sociedad civil experimenta un salto cualitativo, al construir los medios de comunicación una nueva relación macrosocial entre los hombres: la mediación informativa entre grupos e individuos. Dicha mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímolas, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noción. Así, por ejemplo, los aparatos de comunicación vinculan la conciencia del campesino con las conquistas espaciales de la nave Columbia, la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del Estado nacional, la ideología del indígena con el consumo multinacional, la visión del niño latinoamericana-

no con los conflictos militares de Asia, la sensibilidad de la mujer del Tercer Mundo con los movimientos de liberación femenina de los países industriales, etcétera.

Así como las anteriores tecnologías culturales que surgen con la primera y segunda revolución industrial reestructuran la sociedad civil de antaño, estas nuevas tecnologías comunicativas provocan una nueva reordenación de las entrañas de la sociedad civil contemporánea. Por ello, los procedimientos mecánicos de producción cultural que antaño sirvieron como soporte tecnológico a los aparatos de hegemonía, son rápidamente desplazados por la invasión de las nuevas tecnologías de comunicación electrónica que penetran las principales áreas de la esfera ideológica.

Esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación electrónicas y espaciales han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el motor principal de esta transformación proviene del desarrollo extremadamente intenso de la tecnología de las comunicaciones. La generalización de la radiodifusión, el surgimiento avasallador de la televisión, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica y la gran capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la tecnología de computación y de informática, han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea.⁷

Esta nueva línea de desarrollo de la tecnología cultural alcanza su esplendor en la actualidad, cuando la tecnología electrónica crea la comunicación por semiconductores. Con estos dispositivos de estado sólido y de enorme potencia, se desplaza el empleo

⁷ Juan Somavía, "La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo", *Nueva Sociedad*, núm. 30, Venezuela, septiembre-octubre de 1978, p. 33. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importantísimo reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que "aun cuando seguimos usando las palabras información y comunicación, éstas se aplican hoy hacia fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década de los cuarenta". Estamos encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la palabra de Reuters como el último satélite de comunicaciones se llaman igualmente "información", pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos, *ibid.*, pp. 33-34.

de diversas técnicas informativas que durante muchas décadas estuvieran dominadas por los tubos electrónicos, lo que abre el camino al fomento de novedosos sistemas de comunicación de doble sentido mucho más eficaces que todos los anteriores, y en particular, a un material de comunicaciones y de control más ligero y menos voluminoso para los sectores de desarrollo estratégico y en los técnicos más adelantados.

Este trascendental progreso avanza más cuando se utilizan circuitos integrados perfeccionados que condensan muchas funciones electrónicas en pequeños fragmentos microscópicos de silicio u otras materias y que se prefabrican en serie para muchos tipos de productos electrónicos que varían desde las computadoras hasta las cámaras de T.V. espacial. Dichos circuitos aportan gran flexibilidad a la tecnología numérica que hoy día está incursionando en el mundo de los sonidos y de las imágenes (análisis numérico). Este nuevo desarrollo tecnológico se está perfeccionando rápidamente por las exigencias que impone la carrera armamentista, la industria informática y la exploración espacial, abriéndose, cada vez más, un inmenso campo de aplicación para el sector de la comunicación y generando repercusiones insospechadas para la transformación del Estado y la sociedad.⁸

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más perfeccionados de las sociedades altamente industrializadas y en vías

⁸ La presencia de la cultura de masas da origen a la industrialización de la comunicación, la que a su vez provoca el fenómeno de explosión de la información. Dicha realidad puede ser considerada desde dos puntos de vista. Desde un punto de vista teórico y prospectivo, esta realidad puede propiciar los siguientes avances: un rápido acceso a una información más abundante, mayor participación en el desarrollo social gracias a una percepción más clara de la realidad, interacción equilibrada y pluralista en el campo cultural con objeto de facilitar la democratización y sentimiento de un destino común en el desarrollo de una sociedad global.

Desde un punto de vista sociológico, este mismo fenómeno puede significar los siguientes problemas: un acceso a la información desequilibrada y desigual, tanto en cada país como en cada comunidad internacional; la circulación de la información es de sentido único, está culturalmente desequilibrada y tiene carácter repetitivo; la saturación de la información se produce en las zonas urbanas y semiurbanas, con lo que el público pasa a ser insensible a los problemas y acontecimientos de su tiempo; la información transmitida por las agencias transnacionales se refiere a menudo a realidades extranjeras que no guardan relación alguna con los problemas y las exigencias de la cultura y el desarrollo nacionales. Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, *Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna*, París, UNESCO, 1980, p. 61.

de desarrollo, que retoman la dirección y el ensamble ideológico de la sociedad avanzada.

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

La proliferación y acumulación de estas redes crea un nuevo sistema nervioso informativo que cristaliza en la producción de un nuevo tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad civil. Este tejido cohesionan de manera distinta a la sociedad y produce una nueva cultura: la cultura de masas.

Dicha cultura modifica sustancialmente el modo de vida imperante y produce un nuevo prototipo de ver, de sentir y de actuar colectivo, como nunca antes lo había registrado la historia mundial.⁹

⁹ Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente, y que continuará en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas:

a) *Innovaciones relacionadas con las computadoras*: i) telecomputadoras, ii) microfichas, iii) material de registro y localización de la información, iv) computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad hasta los sistemas de información complejos, y v) video-informática (videotextos: Ce-efax y Antiope).

b) *Innovaciones en materia de grabación de la información*: i) magnetófonos, ii) cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes (magnetoscopios de 12 pulgada, que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal) y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.

c) *Innovaciones en materia de transmisión de la información*: i) tecnología numérica aplicada al sonido y a la televisión numérica; ii) estereofonía grabada y difundida por el radio; iii) satélites de comunicación en órbita ecuatorial, que enlazan los continentes mediante la imagen y el sonido (visiófono, videoconferencias); iv) nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; v) fibras o tubos de luz que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información (millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo); vi) transmisión de sonido y de imágenes por microondas; vii) máseres; viii) láseres (que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo

Con la expansión y la consolidación gradual de los medios de comunicación y de su correlativa cultura de masas como nuevas fuentes de conocimientos, se relega o sustituye paulatinamente a las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad tradicional.¹⁰ Este fenómeno prende a tal grado que el avance tecnológico de los medios desencadena una mutación en la estructura cultural. Dicho cambio tiene distintas facetas, pero descolla con toda energía cuando por influencia de los medios la sociedad civil pasa de ser un ámbito de formación de la hegemonía mediante acciones grupales, gremiales o de lenta cobertura institucional, a ser un espacio construido por un nuevo tejido tecnológico que produce un novedoso ecosistema cultural de la sociedad civil.

En el periodo más breve de toda la historia universal, los medios de información de masas desplazan a las vías de comunicación convencionales que integran a la comunidad contemporánea, y se convierten rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica con que cuentan las sociedades presentes. Por medio de éstas crea el nuevo sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del Estado moderno; mediante los medios masivos la sociedad avanzada integra su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Esta nueva presencia incisiva de los medios de comunicación modifica profundamente la división del trabajo cultural que ha

para las operaciones quirúrgicas delicadas, en particular en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; y ix) radiotelegrafía y radiotelefonía, que al utilizar el espectro de frecuencia de radio proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya hoy la ionósfera y llegan al espacio extraatmosférico.

d) *Innovaciones en materia de restitución y reproducción de la información*: i) offset fotográfico; ii) procedimientos químicos de reproducción de documentos, videodiscos; iii) consolas de video para la corrección de copias y pruebas; iv) holografía; v) telecopia de periódicos y revistas por teléfono y por satélites; vi) relojes numéricos o de cristales líquidos y adaptadores electrónicos para nuevas modalidades de utilización de las pantallas de televisión; vii) electrónica gráfica, que combina la computadora con las técnicas de la imprenta y que pueden revolucionar la producción de periódicos, revistas y libros, al multiplicar la rapidez y reducir los costos de reproducción en negro y blanco y en color; viii) máquinas de impresión de gran velocidad, que reproducen también la fotografía y los colores; ix) telemecanografía; x) material telefotográfico, y xi) receptores de fotos electrostáticos.

¹⁰ Es importante advertir que debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de pare-

creado el Estado monopolista en el centro y el Estado de industrialización tardía en la periferia. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soporta al Estado, lo que genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan en el interior de la esfera cultural de las sociedades presentes.

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

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

III. LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO ESTADO AMPLIADO

El surgimiento de los medios de comunicación dentro de las superestructuras ideológicas de las sociedades capitalistas no sólo lo representa la radical transformación del interior de la sociedad civil, sino que, básicamente, el fenómeno más relevante que produce es la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado, vía la moderna extensión cultural de éste por medio de los aparatos de información. Esto es, con la presencia de los

jas, familiar y grupal. Para ampliar esto, véase Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, *Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna*, París, UNESCO, 1978, pp. 26 y 27; y Comisión Mac Bride, *Un sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, pp. 91-92, 105-109 y 146-148.

medios de comunicación, el Estado capitalista sufre una gran transformación en el interior de su estructura cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una nueva faceta del poder: el moderno Estado ampliado.

El nacimiento de esta nueva zona del Estado ampliado se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación. Así, observamos que el seguimiento y desarrollo de todo medio de información provoca una nueva transformación del Estado ampliado y de la sociedad. En efecto, analizando *grosso modo* la expansión de los medios electrónicos, encontramos tres grandes rasgos de evolución que ha presentado el Estado ampliado, según el grado de perfeccionamiento tecnológico y social que ha alcanzado cada uno de éstos.

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

Con la presencia de la segunda generación de medios de comunicación electrónicos entre 1920 y 1950 (T.V. color, aparatos portátiles, radio en frecuencia modulada, mayor cobertura radiodifusora, aumento del tiempo de exposición a los medios, etc.), aparece un segundo rostro del estado ampliado que se distingue por producir programas de integración y conducción nacional por medio de éstos. Se elabora una nueva identidad del Estado basada en los proyectos de homogeneización y masificación cultural de la población.

Finalmente, con el nacimiento de la tercera generación de medios de comunicación de 1950 a 1983 (cablevisión, satélites, video, teletexto, computadoras, con enorme cobertura y gran *rating* de audiencia, rápido flujo de programación, gran versatilidad de ubicación, etc.), aparece una nueva faceta del Estado ampliado nacional que entra en oposición con el Estado ampliado transnacional. Se da así una cara híbrida del Estado provocada por la lucha y yuxtaposición cultural que libran el pro-

yecto multinacional y el proyecto nacional, mediante los medios de comunicación.

La especificidad de este flamante Estado ampliado se caracteriza porque, con los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, conquista una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que le corresponden como instancia rectora de la sociedad. Así, por un lado, lleva a cabo de manera más rápida, extensa y continua las actividades ideológicas de carácter fiscal, de ordenamiento político, de administración pública, de regulación de conflictos, de integración de la población, de educación masiva, etc., que requiere la conducción del conjunto social. Con ello, obtiene de forma más segura el consentimiento activo o pasivo que protege y reduce la distancia existente entre intelectuales orgánicos y masas.

Con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el Estado ampliado puede realizar de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación consensual de la base económica de la formación histórica, con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social. Por otra, cohesiona culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil, es decir, vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales, etc.), con los aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.) y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del Estado se distinguen porque, a diferencia de la conducción represiva que es clara y brutalmente coercitiva, son sutilmente pedagógicas.

A partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del Estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama "privada de la sociedad" y se da la expansión molecular de la clase dominante sobre el conjunto de la vida social.¹¹

¹¹ Pensamos que debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro del Estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, es muy difícil su transformación profunda. Los intentos frustrados más recientes que pretendían modificar la estructura global de los medios de comunicación, los encontramos en el proyecto RETELVE de Venezuela en 1977 y en los proyectos de Derecho a la Información en 1981 y de Democratización de la Comunicación en 1983 en México. Para ampliar este último, véase Javier Solórzano Zinser, "Comunicación Social y Voluntad Política", *El Día*, 18 de junio de 1983.

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

IV. LOS MEDIOS TRANSNACIONALES DE INFORMACIÓN Y EL RETROCESO DE LOS ESTADOS NACIONALES

Con la transformación de los medios de comunicación en los principales aparatos hegemónicos de gobierno, el Estado entra en una nueva fase de ampliación histórica. Esta dilatación sufre las adaptaciones propias que imponen las distintas coordenadas de poder de cada formación social donde actúa. Así, en las regiones dependientes de la periferia o del Tercer Mundo, esta proyección se da en dos niveles: el nivel de extensión del Estado nacional y el nivel de ampliación del Estado transnacional.

Esto significa, que así como el Estado nacional realiza en su territorio a través de los medios de comunicación actividades ideológicas de carácter fiscal, de ordenamiento político, de administración pública, de regulación de conflictos, de integración de la población, de educación masiva, etc., el Estado transnacional ejecuta en ese mismo territorio funciones de carácter multinacional, lo que provoca la superposición de dos proyectos culturales en los países dependientes.

Dentro de la conjunción de estos dos proyectos, en los últimos años se empieza a observar que el proyecto cultural transnacional que gesta mediante los medios de comunicación adquiere mayor relevancia que el programa ideológico de los Estados nacionales. Esto se debe a que el centro de la dinámica del desarrollo de la tecnología comunicativa es generado y controlado casi 100% por el capitalismo central: Estados Unidos, Japón y Europa Occidental. A principios de la década de los años setenta, la proporción de la circulación de comunicación entre los países occidentales y el mundo en desarrollo es de 100 a 1, equivaliendo las ventas al extranjero de programas de televisión norteamericana a 100 000 horas al año.¹²

¹² Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis, *Television: Traffic-A One Way Street?*, París, UNESCO, 1979, p. 32.

Para la década de los años ochenta esta relación se incrementa desproporcionadamente, a tal grado, que un solo país, Estados Unidos, controla 75% de la circulación mundial de los programas de TV, 65% de las informaciones, 50% del cine, 60% de los discos y casetts, 89% de la información comercial informatizada, 82% de la producción de los componentes electrónicos, 65% de la publicidad comercial y con dos filiales europeas de lengua inglesa, 90% de los boletines informativos de televisión.¹³ Entre sus agencias de noticias más grandes están la Associated Press (AP), que atiende a más de 108 países, difundiendo más de 17 millares de palabras diarias en el mundo, y la United Press International (UPI), que cubre más de 92 naciones, distribuyendo más de 11 millares de sentidos diarios con 200 fotografías en el orbe.¹⁴

Este avance de las tecnologías norteamericanas de comunicación ha propiciado la conquista de nuevos mercados occidentales, con su consecuente desplazamiento de los líderes tradicionales. Así, encontramos que en esta década las editoriales estadounidenses se han apoderado hasta ahora del 20% del mercado británico de libros de enseñanza, a diferencia del 7% que manejaban en 1970. O que en la India, Estados Unidos ha reemplazado al imperio británico en el control del mercado del idioma inglés: de 90% que tenía, sólo le queda 50%, el otro 40% se ha norteamericanizado.¹⁵

El único estudio exhaustivo de la circulación de programas de televisión en el mundo es el de Nordenstreng y Varis (1973), encargado por la UNESCO, que incluye a 50 países. A continuación, presentamos un resumen de sus principales conclusiones.

a) En la producción internacional de programas de televisión, Estados Unidos de América ha copado el mercado a mediados del pasado decenio, al exportar más del doble de programas que todos los países juntos.

b) La producción de programas de televisión con fines de distribución internacional ha apuntado principalmente a obtener beneficios. La competencia comercial en el mercado mundial ha traído consigo la concentración.

c) Debido al eficaz sistema de distribución de los países occidentales, en particular de Estados Unidos (creado por la industria cinematográfica de Hollywood) un país pobre tiene que comprar los programas baratos que se le suministran. En general, no existen todavía las condiciones para un intercambio eficaz de programas entre las uniones de radiodifusión.

¹³ Carlos Ortega, "Lo que Verdaderamente se Juega en la Batalla de la Información", *le Monde Diplomatique en Español*, México, julio de 1983, p. 32.

¹⁴ Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, "El Mundo de las Agencias de Prensa", Documento núm. 11, París, UNESCO, 1978, pp. 3-4.

¹⁵ Armand Mattelart, "Transnacionales y Mercadería Cultural", *Uno más Uno*, 8 de julio de 1981, p. 17.

Sin embargo, pese a la supremacía de Estados Unidos en esta lucha por la hegemonía cultural del mundo, recientemente empiezan a surgir indicios de la presencia de un nuevo líder mundial de la comunicación: Japón. A partir de los últimos años, Japón ha pasado a ocupar un lugar muy destacado en la nueva división internacional del trabajo en el campo audiovisual y está dominando cada vez más la producción electrónica para un público masivo que abarca radio, televisión, videograbadoras, calculadoras, casetts, etc. Por ejemplo, pese al establecimiento del Acuerdo Internacional para un Mercado Ordenado (Orderly Marketing Agreement) que restringe las exportaciones japonesas a Norteamérica en 1.7 millares de televisores al año, contra 3 millones anuales en 1976, el mercado estadounidense en dicha rama sigue dominado en gran parte por los productos japoneses. Ante este nuevo fenómeno, las empresas también se están reestructurando radicalmente para enfrentar eficientemente a la competencia nipona.¹⁶

Esta superioridad tecnológica y organizativa que han alcanzado los medios de comunicación de masas en el proceso internacional de producción, circulación e inculcación de la comunicación, no sólo les ha posibilitado el dominio de nuevos mercados culturales, sino que lo más importante para los Estados nacionales, especialmente de América Latina, es que ha ocasionado un retroceso significativo de sus proyectos ideológicos. Esto significa que frente a la supremacía norteamericana y de otros medios transnacionales para elaborar, distribuir y difundir sus co-

d) En la mayoría de los países del mundo, las estaciones de televisión dependen fuertemente de materiales importados del extranjero. Ciertos países importan más de dos terceras partes de sus programas.

e) Los estudios realizados sobre la programación en las horas de emisión más interesantes tienden a demostrar que la proporción de materiales de programas extranjeros es considerablemente mayor en esas horas.

f) Las importaciones de programas consisten principalmente en seriales, películas largas y espectáculos de variedades. En ciertos países se observa una mayor selectividad en la compra de programas de carácter informativo.

g) En las estaciones comerciales, los espectáculos de variedades equivalen casi al 80% de la programación.

h) En la importación e intercambio de noticiarios cinematográficos, la distribución está dominada por tres agencias mundiales: Visnews, UPI-TN y CBS Newsfilm. Hay una cuarta agencia importante, que es la DEPAETES, de Alemania Occidental. La circulación de información es de sentido único, es decir, va de Europa Occidental a los países en desarrollo y los socialistas. Eduardo Contreras, James Larson, John K. Mayo y Peter Spain, *La Transmisión Transcultural*, París, UNESCO, Institute For Communication Research, Stanford University, 1977, pp. 10-13.

¹⁶ *Ibid.*

municaciones, en el mayor radio de acción cultural y con la mayor constancia de transmisión de que se tenga memoria, los Estados nacionales han cedido algunas de sus bases culturales fundamentales, para dar paso a la instalación del proyecto ideológico de la expansión multinacional.

Mediante las prácticas ideológicas que realizan por medio de sus mensajes, *spots*, transmisiones remotas, comerciales etc., los aparatos de información transnacional han influido considerablemente en las áreas política, económica, moral, psíquica, sexual, etc. de los países en vías de desarrollo; y han realizado funciones financieras, modernización cultural, reproducción de la energía laboral, mutación de hábitos alimenticios, estandarización del papel de la mujer, control natal, liberación de instintos lúdicos, reordenamiento político, desacralización masiva de la cultura, narcotización social, organización económica para el consumo, acumulación de capital, etcétera.

De esta forma, el Estado transnacional, con sus medios de masas construye en la periferia los referentes y los modelos culturales primordiales que le permiten consolidar su avance comercial a costa del desmoronamiento de los cimientos de la cultura nacional.

En síntesis, podemos pensar que la inversión que realiza el capital monopólico en la periferia, no sólo ocasiona consecuencias económicas, sino que también provoca un impacto cultural automático en la identidad local. Es decir, produce, por medio del universo de discursos, especialmente de carácter publicitario, que transmite vía medios de comunicación, un corrimiento y retroceso de las fronteras ideológicas de los Estados nacionales para dar paso al proyecto mercadotécnico de la acumulación y expansión imperial.

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

Siendo Coordinador de Producción Editorial el Lic. Artemio Vargas Arrazola, se terminó la impresión de *Política, Economía y Derecho de la Inversión Extranjera* en los talleres de Imprenta Juan Pablos S.A. Mexicali 39, México 06140 D.F., en el mes de enero de 1985. Se tiraron 1500 ejemplares. La edición estuvo al cuidado del equipo de corrección del Departamento de Producción Editorial, a cargo del Prof. José de Jesús González Almaguer.