



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Casa abierta al tiempo - DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

cuadernos del

"LA SOBREDETERMINACION SOCIAL DE LOS
APARATOS DEL CONSENSO DE MASAS".

Javier Esteinou M.

No. 4

Enero de 1980

ticom

taller de investigación en comunicación masiva

I N D I C E

PRESENTACION	2
I.- SOBRE LA NATURALEZA SOCIAL DE LOS APARATOS DE DIFUSION DE MASAS: SU CARACTER DE CLASE.	2
II.- EL CONTROL DE LOS MEDIOS DE TRANSMISION COLECTIVA.	9
III.- EL CARACTER HEGEMONICO DE LOS APARATOS DE DIFUSION COLECTIVA CONTROLADOS POR LA CLASE EN EL PODER.	17
IV.- PRINCIPALES FACTORES SOCIALES QUE DETERMINAN LA FUNCION CULTURAL QUE EJERCEN LOS APARATOS DOMINANTES DE DIFUSION COLECTIVA.	21
IV.1 LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS COMO EL FACTOR MEDULAR QUE DETERMINA, EN ULTIMA INSTANCIA, SU FUNCION CULTURAL.	24
IV.2 EL FUNCIONAMIENTO ECONOMICO DE LOS TRANSMISORES COMO OTRA CAUSA PRIMARIA QUE CONDICIONA, EN ULTIMA INSTANCIA, SU OPERACION IDEOLOGICA.	29
IV.3 EL MARCO JURIDICO DE LA RACIONALIDAD DOMINANTE COMO VARIABLE DE PODER QUE CONTRIBUYE A SUBORDINAR LA FUNCION POLITICA DE LOS MEDIOS.	39
V.- CONCLUSION: LA MANIPULACION DE LOS APARATOS CULTURALES DE INCULCACION DE MASAS POR LA CLASE EN EL PODER.	42
VI.- BIBLIOGRAFIA.	48

PRESENTACION :

El objetivo de este trabajo es elaborar una primera aproximación histórico-conceptual que posibilite analizar, desde el punto de vista materialista cuáles son los principales condicionamientos estructurales que determinan la función cultural que desempeñan los aparatos dominantes de difusión de masas, y el sistema global de comunicación-información al interior de la formación capitalista, y que impiden la construcción del consenso proletario.

En consecuencia, no se intenta presentar un trabajo definitivo, ni exhaustivo sobre el tema, sino simplemente adelantar de manera sistemática algunas formulaciones hipotéticas que nos permitan interpretar desde la perspectiva del Materia-lismo Histórico, las determinaciones históricas que sufren los medios hegemónicos de difusión social en su proceso de creación del sentido colectivo.

I.- SOBRE LA NATURALEZA SOCIAL DE LOS APARATOS DE DIFUSION DE MASAS: SU CARACTER DE CLASE.

Contrariamente a la concepción idealista de la historia que formula que la comunicación de masas y sus instrumentos de implementación (aparatos culturales de transmisión colectiva) son una simple actividad humana o un simple quehacer institucional que no guarda una vinculación directa con el conjunto de procesos y de relaciones sociales que componen la estructura global del sistema, y que por consiguiente, deben ser examina--

dos dentro del ámbito reducido de la esfera comunicacional, o cuando más, dentro de las coordenadas particulares de la instancia cultural; la Concepción Materialista de la Historia postula que la práctica masiva de la producción, difusión e inculcación cultural y sus instrumentos de materialización, son instancias atravesadas por la estructura y dinámica de la amalgama de relaciones que componen la sociedad. En consecuencia, el estudio de la comunicación de masas debe ser explicado a partir del conjunto social que lo enmarca, lo constituye y lo determina, ya que la existencia de su específica naturaleza comunicativa no le proviene de sí misma como fenómeno superestructural, sino del todo social que de manera múltiple y compleja, converge en un mismo tiempo y espacio social, originado por determinación, según cada coyuntura histórica particular, su existencia concreta.

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

(1) Para descubrir algunas de las principales ideologías dominantes con las que la clase en el poder oculta y legitima la función autoritaria y vertical que desempeñan los aparatos dominantes de transmisión colectiva, revisar nuestro trabajo, Los Medios de Difusión Masiva en la Formación Social Capitalista, México, D. F., Tesis de Licenciatura, Universidad Ibero

sión, el análisis y la transformación del proceso global de comunicación-información como parte del conjunto amplio de relaciones sociales básicas que estructuran el esqueleto de la formación social y le dan vida como fenómeno económico-cultural: la presencia y renovación de las relaciones sociales de producción, y la existencia y reproducción de la articulación base superestructura. Unicos criterios y contextos que nos permiten comprender la función específica que ejercen éstos como instituciones simbólico-culturales circunscritas por el todo social - (2).

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

americana, Departamento de Comunicación, noviembre de 1978, p-261 a 273.

(2) Para comprender por qué y en qué forma debe ser analizada la comunicación de masas desde una perspectiva total, revisar nuestro trabajo - El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del TICOM - No. 1, Taller de Investigación de Comunicación Masiva (TICOM), Universidad - Autónoma Metropolitana - Unidad Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, D. F., marzo de 1979, 38 p. p.

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

Es por ello, que lejos de percibirlos como entidades "autónomas" o "naturales", hay que abordarlos como lo que históricamente son: como intermediarios Técnico-culturales de las relaciones estructurales que se dan entre las diversas clases sociales, es decir, como las extensiones técnicas de los grupos sociales, mediante los cuales, según el carácter de clase que corresponde, se efectúan colectivamente innumerables funciones económicas, políticas y culturales de los distintos conjuntos sociales que los dirigen. Por lo tanto, son instrumentos vinculados y subordinados permanentemente a las directrices y tendencias de la

clase o fracción de clase que les de vida: estrato gobernante o proletariado.

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

Pero el carácter de clase que adquiere un medio y por consiguiente la función estructural que desempeña, especialmente en el momento de hegemonía de la formación capitalista, no son propiedades monolíticas que expresan una sola visión del mundo y ejercen una sola operación de dirección social. Gracias a la "autonomía relativa" de la que goza en general el nivel superestructural de la sociedad, y en particular los aparatos de difusión de masas, éstos quedan atravesados por un inmutable conjunto de intereses y orientaciones de clases que los -

sitúan en la dinámica propia de la lucha de clases. Esto implica, que a través de sus diversas prácticas de producción, difusión e inculcación simbólico-cultural, se expresa una gran cantidad de contradicciones sociales (fundamentales y secundarias), que los convierten en terreno activo de la lucha de clases.

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

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

(3) Piccini, Mabel. La Situación de los Medios de Comunicación - en Argentina, Simposium Comunicación y Dependencia en América Latina, México, D. F., UNAM, F.C.P.S., Cursos de Invierno, febrero de 1978, p. 6 y 7.

con el que se implementa la lucha de clases.

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

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

(4) Mattelat, Armand. La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Ed. Siglo XXI, 1a. ed., Córdoba Argentina, 1973, p. 18.

II.- EL CONTROL DE LOS MEDIOS DE TRANSMISION COLECTIVA POR EL SECTOR DIRIGENTE.

Debido a las contradicciones estructurales que genera el principio de desarrollo asimétrico de la formación capitalista dependiente, la clase dirigente, local y extranjera, se encuentra comprometida a regular, por la vía pacífica (sociedad civil), ó la vía violenta (sociedad política), los desajustes sociales que amenazan su existencia y reinstalación como sector en el poder. Ante tal disyuntiva, en los momentos de hegemonía social, es decir, en los períodos en que el grupo dominante mantiene la cohesión y dirección de la sociedad por acción de la práctica ideológico-cultural, el Estado capitalista antes de recurrir a los mecanismos represivos, acude prioritaria y fundamentalmente a sus aparatos ideológicos con objeto de legitimar y reorientar a un menor costo social la presencia conflictiva de la clase a quien sustenta y representa. (5)

(5) Aunque estoy plenamente consciente que los primeros determinantes estructurales que delimitan la función que ejercen los canales de difusión de masas, son los factores económicos, no los abordaremos en este ensayo, puesto que rebasan los límites de exposición impuestos al mismo. Sin embargo, por encontrarse esta tarea íntimamente ligada a la operación ideológica que desempeñan los mismos, especialmente, a través de su proceso de "fetichización de las mercancías", señalaremos a manera de esbozo que la función económica medular que éstos desarrollan en la sociedad capitalista, es la de "imprimir velocidad al proceso de producción, es decir, acortar el tiempo que separa la producción del bien y su consumo. La comunicación entonces, se inserta en el período de acumulación de capital". En otros términos, la tarea que desempeñan los aparatos de difusión de masas, es la de estar "al servicio de la rápida realización de la plusvalía". Gandasegui, Marcos A. Estructura Social y Medios de Comunicación Masiva, en: Revista Casa de las Américas, mayo-junio de 1976, La Habana, Cuba, tomado del Periódico "EL DIA", Sección Testimonios y Documentos, 6 de septiembre de 1976, p-19. Para ampliar este aspecto consultar nuestro trabajo El Surgimiento Histórico de los Aparatos de Comunicación de Masas y su Incidencia en el Proceso de Acumulación de Capital, Memoria del Tercer Congreso Nacional de Economistas: Acumulación de Capital, Distribución del Ingreso y Empleo, Colegio Nacional de Economistas, México, D. F., marzo de 1979, p-114 a 144.

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

De aquí, que con el fin de conservar el equilibrio que requiere el reino del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención adecuada del Estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su progra-

(6) Para comprender por qué los medios de transmisión colectiva son los aparatos de hegemonía más relevantes con que cuenta la clase dominante moderna, consultar nuestro ensayo Los Medios Dominantes de Difusión de Masas, Como los Principales Aparatos de Hegemonía del Estado Capitalista Contemporáneo, Ponencia presentada en el Coloquio Sobre el Estado en el Capitalismo Contemporáneo, Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Investigaciones -

ma integral de crecimiento y sujetamiento social, al sistema global de comunicación-información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. Dentro de estos últimos, prioritariamente monopolizan a los técnicamente más avanzados, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de alineación colectiva. (7).

Es decir, debido a que la opinión pública que crean los medios de difusión, además de ser el vínculo que cohesiona psicológicamente a los distintos individuos de las diversas clases sociales de los múltiples modos de producción que coexisten simultáneamente en el mismo tiempo y espacio histórico de la formación social, es también "el contenido político de una voluntad política que puede ser discordante" (8), la clase gobernante, se ve orillada a mantener el control de los mismos, ya que esto le representa una condición indispensable para conservar su equilibrio autoritario. Por ello, con objeto de instaurar un sólido consenso ideológico que propicie la existencia y reproducción de los intereses del capital nacional e imperial, el sector hegemó-

Sociales y Universidad Autónoma Metropolitana, Puebla, México, 8 al 19 de octubre de 1979.

(7) Para comprender cómo el proceso general de la comunicación y sus instrumentos de materialización han sido históricamente controlados por la clase en el poder, revisar de Martínez J.M. Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, en: Ideología y Medios de Comunicación, Autores varios, Ed. Amorrortu, Buenos Aires, Argentina, 1a. ed. 1979, p-114 y siguientes; y Taufic, Camilo. Periodismo y Lucha de Clases, Ed. La Flor, Buenos Aires, Argentina, 1a. ed. 1974, p-17 a 18 y 29 a 30, y 63.

(8) Citado por Hugues Portelli, de A. Gramsci Pasato e Presente, -Torino, Ed. Einaudi, 1954, pág. 158, en : Gramsci y el Bloque Histórico, México, D. F., Ed. Siglo XXI, 2a. ed. 1974, p-31.

nico se encuentra inevitablemente forzado a desarrollar "la lucha por el monopolio de los órganos de la opinión pública: periódicos, partidos, parlamento, de manera que una sólo fuerza modele la opinión y de éste modo la voluntad política nacional; dispersando los desacuerdos en fragmentos individuales y desorganizados" (9).

Con la intervención en los medios la clase dirigente irradia de la manera más amplia, rápida y sencilla su mitología de dominación sobre los múltiples campos de conciencia de los diversos agentes sociales que conforman al sistema social, particularmente, sobre aquéllos que constituyen el soporte de la formación capitalista: la fuerza de trabajo asalariada y el sector proletario en general. Mediante ello, alcanza en el menor tiempo y costo posible, las más amplias movilizaciones sociales que le permiten organizar y gobernar masivamente, en favor de la conservación y reproducción de su proyecto de extracción y acumulación de valor, a la vida económica, la práctica política y la acción cultural, en una idea, a la sociedad entera.

Por consiguiente, en la etapa presente del capitalismo-moderno, no podemos ignorar que el grupo gobernante posee, en todo momento, la clara conciencia de que "en la medida en que mono-

(9) Ibid, p-31. Desconociendo la existencia y el impacto de los modernos medios de difusión, Gramsci expresa que, en el seno de la sociedad civil, son esencialmente "la prensa amarilla y la radio (en los lugares que está muy difundida)..., quienes aseguran este servicio, especialmente por la creación de "explosiones de pánico o de entusiasmo ficticio que permiten el logro de determinados objetivos, en las elecciones, por ejemplo". Ibid, p-31. En la actualidad, dicha síntesis debe ser aplicada al sistema global de comunicación electrónica, y muy en particular, a la televisión.

police a los medios de producción y domine la estructura de poder de la información, será su visión particular del mundo la que tendrá que imponerse como visión general de ese mismo mundo" (10).

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

En consecuencia, en las sociedades dependientes de América Latina, observamos que "al conservar su poder manipulativo - sobre los medios de difusión, burguesía e imperialismo no sólo - pueden difundir su retórica de la conspiración, sino actualizar -

(10) Goldman, Lucien. Investigaciones Dialécticas, Ediciones Gallimand, París, 1a. ed., 1959, p-46. Por otra parte es importante precisar que para el sector gobernante, el control de los medios masivos de difusión, no significa únicamente la posibilidad de enfrentar ideológicamente la crisis estructural que se produce, sino que a la vez, representa la oportunidad permanente de cohesionar culturalmente a sus diversas fracciones de clases en el poder, alrededor de un mismo proyecto de acumulación de capital y de subordinamiento social. Esto sucede en tal forma, debido a que los medios son al mismo tiempo "instrumentos de las relaciones de clase y de las relaciones internas, - horizontales, de cada clase" Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, Obra cit., p - 20.

(11) Dos Santos, Theotonio. El Nuevo Carácter de la Dependencia, en: La Crisis del Desarrollismo y la Nueva Dependencia, autores varios, José - Matos Mar. (compilador), Argentina, Ed. Amorrortu, 1a. ed., 1969, p-70.

cotidianamente el sistema cultural que sirve de sustentación a este proyecto de defensa de sus intereses coyunturales. No sólo pueden promover y legitimar los "vestales de la libertad", sino que hacen de la institucionalidad y de la vivencia de ésta última en cada individuo un mecanismo activo de recuperación o de dilución de los cambios impulsados por el adversario de clase" (12) Es por ello, que "el gran capital monopólico domina progresivamente los medios de comunicación, de educación y de producción intelectual, y somete también al Estado y a la burocracia estatal (incluyendo los militares). Crea una estructura de poder nueva bajo el control del capital monopólico integrada internacionalmente" (13).

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

(12) Mattelart, Armand. ¿Hacia Una Cultura de la Movilización Cotidiana? en: Cuadernos del Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN); No. 10 (Especial), Santiago de Chile, Universidad Católica de Chile, diciembre de 1971.

(13) El Nuevo Carácter de la Dependencia, Obra cit., p-90-91.

Pero la regulación de los canales de difusión de masas, no se realiza en el mismo grado, forma y sentido en cada coyuntura de la formación social. Varía esencialmente en función al tipo de correlación de fuerzas económicas, políticas y culturales- que se entablan al interior y exterior del sistema social. Por ello, constatamos en última instancia, el establecimiento de una relación de dependencia directa entre la aplicación y conformación de los procesos de comunicación y los grados de articulación de la sociedad: A mayor crisis social, mayor sujetamiento de los medios y del conjunto de establecimientos culturales, es decir, menor "autonomía relativa" de los aparatos de difusión. - A menor crisis estructural, menor dominio de los medios y de todo el nivel cultural, es decir, mayor "autonomía relativa" de la superestructura de conciencia social y de sus soportes materiales.

Esto revela, que la estructura de poder de los aparatos de difusión, en última instancia, está calcada sobre la geo-

(14) Hinkelamert, Franz. Dialéctica del Desarrollo Desigual, Santiago de Chile, Ed. Universidad de Valparaíso-Universidad Católica de Chile, - (CEREN), 1a. ed., 1970, p-124-125. Al respecto, Hinkelamert añade: "en la situación actual, la destrucción de los monopolios sobre los medios de comunicación llega a ser la condición para que se produzca una decisión libre sobre la reestructuración del poder mediante la crítica de las mitologías de la clase dominante. Pero la clase dominante de América Latina sabe, a su vez, que no tiene posibilidad de sobrevivencia frente a una opinión pública formada libre e independiente. Admitir la libertad de opinión, para ella, es admitir el derrocamiento del mismo sistema capitalista vigente en el continente. El enfrentamiento con la clase dominante de América Latina llega a ser formulado como una reivindicación de la libertad de opinión frente al dominio monopolístico sobre los medios de comunicación de masas. Solamente desde esta perspectiva se puede comprender la importancia y la dureza de la campaña del terror, - que hoy día forma el núcleo de la ideología dominante en América Latina".
Ibidem.

grafía que traza la dinámica de existencia y reproducción del capital. Responden a sus necesidades coyunturales y evolucionan al ritmo de su expansión histórica.

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

De aquí, la relevancia para el sector dominante de intervenir económica, política e ideológicamente todos los momen-

(15) Ibid, p-124.

tos de la acción estructural que ejecutan los medios de difusión masiva: controlarlos significa controlar las conciencias a través de la legitimación cotidiana y masiva de las bases del poder de una clase, esto es, reducir al silencio a la clase explotada.

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

III.- EL CARACTER HEGEMONICO DE LOS APARATOS DE DIFUSION COLECTIVA CONTROLADOS POR LA CLASE EN EL PODER.

A partir de la dinámica de subordinamiento social, que como instituciones superestructurales de la formación capitalista, sufren los medios de difusión de masas, estos quedan sobredeterminados orgánicamente por las mismas leyes de la estructura de clases que condicionan a la suma de instancias existentes a nivel simbólico de dicha totalidad social. Esto quiere decir, que debido a la dominancia política que para mantener su presencia y renovación como grupo en el poder, la clase dominante ejerce sobre la totalidad de agentes, instituciones y relaciones sociales, un gran número de elementos de la estructura social (especialmente los más neurálgicos para la conservación y reproducción de su equilibrio), gravitan alrededor de sus necesidades y tendencias de clase. Ello provoca, que el conjunto de medios de difusión, particularmente los técnicamente más avanzados, como -

aparatos estratégicos para la formación de su señorío cultural, operen al servicio de sus intereses hegemónicos.

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

Es por ello, que según los requerimientos estructurales de cada coyuntura histórica, en mayor o menor grado, los aparatos dominantes de transmisión colectiva, participan intensamente en la defensa y reproducción ideológico-material del proyecto de desarrollo desigual que elaboran e implementan las diversas fracciones de clases que constituyen el bloque en el poder, y cuyo principal ejecutor es el Estado. Esto implica, que dichos aparatos, no únicamente esquivan el impulso y la difusión de la conciencia, y prácticas disidentes, sino que, a través de la organización y dirección funcional de la esfera económica, jurídico-política y cultural, actúan sobre la estructura material y social de la formación capitalista, colaborando a resolver las ne-

cesidades superestructurales que requiere la supervivencia y renovación del capital (16).

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

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

A partir de esta lógica, la clase dirigente hace aparecer a la tecnología comunicativa como independiente de los usos y sectores sociales que la gobiernan y administran. Con ello, asienta las bases culturales que avalan el análisis y la transformación de los medios desde una perspectiva atomista de inter-

(16) En adelante, por aparatos dominantes de difusión de masas, comprenderemos aquellos establecimientos culturales que son controlados por la clase en el poder, y que a través de la producción, irradiación e inculcación masiva de sus discursos, conservan y defienden el proyecto dominante de reproducción del capital.

pretación, es decir, autoriza el "estudio científico" y el "cambio social" de la comunicación de masas, desde la misma comunicación de masas. Mediante estos recursos, la ciencia de la información-comunicación y la práctica cultural de la difusión colectiva, alcanzan su estatuto autónomo dentro del conjunto de prácticas sociales, y con ello, el Funcionalismo y la reacción ideológica reinan como estrategias culturales.

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

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

En síntesis, constatamos, que si bien el aspecto técnico de los medios de difusión colectiva afecta la calidad de sus productos culturales, su contenido y signo ideológico, no dependen fundamentalmente de la existencia y renovación tecnológica -

de estos, sino de la forma en que son empleados y manejados por la minoría hegemónica que administra y dirige al sistema total - en favor de su beneficio particular: "su valor de uso consiste - principalmente en su aporte a la producción y reproducción del - sistema" (17).

IV.- PRINCIPALES FACTORES SOCIALES QUE DETERMINAN LA FUNCION CULTURAL QUE EJERCEN LOS APARATOS DOMINANTES DE DIFUSION COLECTIVA.

La intervención que la clase dirigente local o foránea - practica sobre los medios de transmisión de masas para convertir los en sus principales aparatos de conducción cultural en los momentos del "equilibrio hegemónico", no se realiza en forma automática y directa, sino por intermedio del sometimiento de los siguientes factores primarios que determinan su naturaleza dominante: la propiedad de los medios, el financiamiento económico de los mismos y el marco jurídico de su actuación.

A partir del condicionamiento de dichas variables estratégicas, se sobre-determina el carácter de clase de numerosas variables secundarias que contribuyen a definir la función cultural que estos ejercen, a través de su producción, difusión e inculcación discursiva. Entre las principales causas secundarias, sobresalen:

(17) Margulis, Mario, La Cultura Popular, en: Revista Arte, Ideología y Sociedad No. 2, México, D. F., Agosto-Septiembre de 1977, p-66.

- A.- A nivel de la producción del sentido:
 - a.- El control de los ideólogos o profesionales que elaboran el discurso dominante.
 - b.- El subordinamiento de la forma y contenido de las significaciones que se producen.
- B.- A nivel de circulación de la significación:
 - a.- La determinación del tipo de discurso que se emite.
 - b.- La dirección y velocidad de vehiculación cultural : sometimiento generalmente monopólico de las agencias transmisoras de información.
 - c.- El gobierno privado de la tecnología comunicativa que se emplea para la irradiación cultural.
- C.- A nivel del consumo discursivo.
 - a.- La dinámica de infusión cultural que se ejerce entre emisor y receptor (18).

(18) Tradicionalmente el estudio de la problemática de los aparatos ideológicos o instituciones de hegemonía, ha ubicado la operación de estos dentro de los márgenes de actuación del Estado, reconociéndolos como soportes superestructurales que contribuyen substancialmente a efectuar las funciones políticas del mismo, especialmente en la esfera de la sociedad civil. Sin embargo, no obstante ser aceptadas como entidades que colaboran medularmente a ejercer las tareas del Estado capitalista según vaya siendo el carácter de clase que lo define, hasta el momento no conocemos un análisis conceptual e histórico -- que sistemáticamente desglose cuáles son los factores particulares que permiten que al mismo tiempo que éstos son instrumentos subordinados a determinadas directrices de clase del Estado, son también establecimientos civiles que gozan de una "relativa independencia de operación". Independencia superestructural, que en ocasiones permite germinar y desencadenar al interior y exterior -- de éstos, movimientos contrarios a las políticas vertebrales del Estado dominante.

Es sobre esta línea, que pensamos que el mismo tipo de factores -- primarios y secundarios que determinan a los medios, con sus debidas particularidades y adaptaciones específicas, son la médula de la estructura de poder -- que determina al conjunto de aparatos ideológicos del Estado que existen al interior de la superestructura capitalista. Es por ello, que el análisis del carácter de clase, y la función estructural que estos ejercen (considerando su autonomía relativa), debe de iniciarse a través del desmontaje minucioso de es

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

Aunque ambos intereses afectan, en mayor o menor grado, la estructura de poder de los medios, unos y otros, se caracterizan por mantener sobre estas diversas vinculaciones de dominio, más o menos estrechas, según sean las coyunturas económico-políticas por las que atraviesan. Esto permite, que en las socieda-

tas variables de dirección política.

Para una referencia bibliográfica sobre el estado de la teoría de los aparatos ideológicos de Estado, consultar la nota 34 del trabajo, El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Obra cit. p. 25.

(19) Para obtener un panorama general que demuestre el condicionamiento estructural que sufren los medios de difusión de masas en la sociedad capitalista, remitirse a Ralph Miliband. El Estado en la Sociedad Capitalista, México, D.F., Ed. Siglo XXI, 1976, p-219-230. Para delimitar las especificidades de cómo opera esta determinación en las sociedades dependientes de América Latina, consultar de A. Mattelart, M. Piccini y M. Mattelart. Los Medios de Comunicación de Masas. La Ideología de la Prensa Liberal en Chile. Cuadernos de la Realidad Nacional, No. 3, (Especial), Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), Universidad Católica de Chile, 1970, p-52 a 70.

des dependientes la función reguladora de los medios dominantes se encuentre unilateralmente coordinada por el poder nacional y el poder imperial.

IV.1 LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS COMO EL FACTOR MEDULAR QUE DETERMINA, EN ULTIMA INSTANCIA, SU FUNCION CULTURAL.

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

Mediante el gobierno legal que se ejerce sobre el medio, el dueño obtiene la facultad de orientar la función cultural que desempeñan estos hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que por lo común, coinciden con los intereses que movilizan a la clase en el poder (20). Esto se debe, a que en términos generales, la propiedad de los transmisores, especialmente de -

(20) Especificamos dominio exclusivamente jurídico y no dominio total o absoluto sobre los medios, ya que existe una gran distinción entre la propiedad jurídica y la propiedad real o total de estos. Un individuo o grupo de individuos tiene la propiedad jurídica del aparato, cuando posee el derecho de usarlo, gozarlo y disponer de él según sus requerimientos e inclinaciones, pero esto, no significa que detente la propiedad efectiva o total sobre el mismo. Para alcanzarla requiere ponerlo en marcha él mismo sin necesidad de recurrir a una colectividad, lo cual, en el caso de los modernos medios de difusión, es imposible, puesto que sus dimensiones y complejidades

los tecnológicamente más avanzados, está condicionada a la posesión de un fuerte capital inicial que requiere ser invertido para darle vida como "industria cultural". De ordinario, la forma más viable de obtener esta acumulación originaria, es a través de la concentración de la plusvalía que genera el proceso de extracción de valor del sistema económico capitalista cuando explota al conjunto de las fuerzas productivas.

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

exigen necesariamente la presencia de un gran conjunto de trabajadores especializados para activarlos.

Esta situación desemboca en un doble efecto: por un lado, le resta al propietario el poder total sobre el medio, puesto que no lo puede gobernar a su voluntad absoluta, sino que depende del trabajador colectivo para ponerlo en marcha, y por otro, le permite al trabajador colectivo alcanzar un poder considerable sobre el gobierno del medio, ya que lo puede hacer funcionar o detener cuando se lo proponga.

Debido a esta realidad, los propietarios jurídicos de los canales de difusión cuidan celosamente, a través de una constante práctica de "relaciones públicas internas", que los campos de conciencia de sus trabajadores culturales estén permanentemente impregnados de los paradigmas y anhelos cognocitivos que transporta su ideología dominante. Ello les permite, en primer término, el acoplamiento de la mentalidad de la fuerza de trabajo intelectual a los intereses de los propietarios, y en segundo término, impide la emergencia de una nueva superestructura de pensamiento que propicie la toma de conciencia de los trabajadores colectivos sobre el gran poder de gobierno y dirección, que como trabajadores directos, poseen sobre los aparatos de masas para orientarlos hacia la resolución de sus conflictos de clase.

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

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

(21) Martínez Terrero, Jesús. Estructura de Poder de los Medios de Masas, en: Economía, Comunicación y Desarrollo, tomado del Boletín RADIO-DIENST UNDA-AL, No. 62, Montevideo, Uruguay, Junio de 1975, p-9.

do, en otras esferas de la empresa capitalista" (22).

Este dominio y centralización de la posesión jurídica por parte de los grupos dominantes, constituye el fundamento político que permite manejar la producción, distribución y el consumo de los bienes culturales que crean los aparatos de la cultura de masas, según los lineamientos privados que propician la existencia y reproducción de las relaciones de producción capitalista, y del aparato social que las organiza y legitima. Por ésta razón, desde el punto de vista ideológico, encontramos, que -

(22) Miliband, Ralph. El Estado en la Sociedad Capitalista, Obra cit., p-219. Esta monopolización cultural puede observarse con gran claridad, cuando inspeccionamos, por ejemplo, el caso de los EUA en donde el análisis de la estructura de su sociedad civil, muestra que sólo "el imperio Hearst -- comprende doce periódicos, catorce revistas, tres estaciones de televisión, seis estaciones de radio, un servicio de noticias, un servicio de material gráfico, un sindicato de "tiras cómicas" y los "libros de bolsillo Arón"; y de manera semejante, "además de revistas, la empresa Time, Inc., es dueña de estaciones de radio y de televisión, de un club del libro, de fábricas de papel, de bosques, de pozos petroleros y de diversos bienes raíces (G.W. Damhoff, ¿Quién Gobierna Estados Unidos?, Editorial Siglo XXI, México, 1969 p-118)".

"La misma clase de concentración se puede observar en todos los de más países capitalistas: el imperio Axel Springel, por ejemplo, por sí sólo -- controla más del 40% de los periódicos y las revistas alemanas y cerca del 80%, de los periódicos de Berlín. En lo que respecta a las películas se ha observado que" en Inglaterra, por ejemplo, la distribución de películas depende virtualmente de dos compañías que administran los cines de circuito, y como las películas, por lo común, sólo encuentran quien las financie si se obtiene garantías de distribución, esto quiere decir que las dos compañías ejercen un control casi completo de las películas que se filman y de los temas que se les consideren adecuados. (A. Hunt. "The Film", en D. Thompson (comp.), Discrimination and Popular Culture, 1964, p-101). También vale la pena señalar que las nuevas empresas que surgen en esta esfera de actividad son fácilmente capturadas por intereses ya existentes de esta misma esfera o de otros campos. Así, por ejemplo, los señores Hall y Whanned, en referencia a la T.V. comercial en Inglaterra, nos dicen que "en vez de distribuir el poder en muchas manos, ha incrementado el poder de quienes ya lo tienen. Más de la mitad de los recursos de la T.V. comercial son propiedad de algunos periódicos, de la industria cinematográfica y de los empresarios de teatro. (Hall y Whanned, The Popular Arts. p-343). Obra cit., p-219-220.

"quienes poseen y controlan a los medios masivos de información y difusión en el mundo capitalista pueden ser obviamente hombres cuyas inclinaciones ideológicas van desde lo sólidamente conservador hasta lo profundamente reaccionario; y en muchos casos, sobre todo en algunos periódicos, el influjo de sus opiniones es inmediato y directo, en el sentido, liso y llano, de que los dueños de periódicos no se han limitado sólo a ser dueños de los mismos, sino también han controlado firmemente sus puntos de vista políticos y el contenido de sus editoriales, y los han convertido, mediante una inversión constante, incluso diaria, en vehículos de sus opiniones personales" (23).

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

En suma, observamos que en la sociedad capitalista dependiente, con diversos grados y variantes, la propiedad de los medios de difusión de masas, en última instancia, se encuentra en manos del capital nacional y transnacional. Esto condiciona, que la administración y el aprovechamiento de los mismos, se ejerza en función a las necesidades privadas de conservación y reproducción de las relaciones sociales que le dan vida como motor de la historia desigual.

IV.2 EL FUNCIONAMIENTO ECONOMICO DE LOS TRANSMISORES COMO OTRA CAUSA PRIMARIA QUE CONDICIONA, EN ULTIMA INSTANCIA, SU OPERACION IDEOLOGICA.

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

La primacía de la propiedad jurídica de los canales sobre el financiamiento económico de los mismos en la determinación de su producción discursiva, se debe a que ésta primera, es

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

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

realización masiva de su ciclo económico, mediante la difusión y venta colectiva de sus mercancías, y por otro, para legitimar -- las contradicciones sociales que genera la existencia simple y - la reproducción ampliada de los diversos tipos de capitales que controlan y administran a su favor: el capital financiero, el capital industrial y el capital comercial. Así, con objeto de obtener los beneficios superestructurales que aportan tales complejos culturales, los sectores dirigentes financian la operación - global de los mismos, orientando orgánicamente su desempeño es-- tructural como "industrias culturales".

De aquí, que tales fracciones hegemónicas (burguesía - comercial, burguesía industrial, burguesía financiera, etc.) al cancen a ejercer o imponer fuertes influencias políticas en la - determinación de la función y dirección hegemónica que éstos desempeñan. Dichas presiones, no varían grandemente de las políti cas que ejercen sus propietarios, puesto que desde un punto de - vista global, ambos sectores, con ligeras variantes y contradicciones secundarias, patrocinan y defienden el mismo proyecto de desarrollo y de cohesión social que se implementa en la forma--- ción dependiente.

En consecuencia, en el modo de producción capitalista, debido a la necesidad de mutuo apoyo y a la dependencia recíproca que existe entre los propietarios y los financiadores de los medios, no encontramos grandes discrepancias, ni conflictos agudos en las directrices de operación social que fijan unos y ---- otros, ya que ambos constituyen al sector dirigente, y por consi guiente, dentro de una perspectiva global, comportan los mismos-

intereses de la clase en el poder: los intereses del Capital.

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

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

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

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

Esto revela, que a nivel superestructural del modo de producción capitalista, "el hacer dinero no es de ninguna manera incompatible con hacer política, y en un sentido más general, - con el adoctrinamiento político. Así pues el objetivo de la industria del "entretenimiento", en sus diversas formas, tal vez, - sea la ganancia; pero el contenido de su producción no está por ello, ni de ninguna manera, exento de connotaciones políticas e ideológicas de carácter más o menos definido" (24).

(24) Ibid, p-217. Esta segunda intervención que los sectores económicamente poderosos alcanzan sobre los medios de comunicación, se deriva de las fuertes inversiones publicitarias que estos realizan en los medios. Por ejemplo, "en cuanto a la prensa, dice Guerin: la prensa moderna de libre información no puede vivir sin la aportación financiera que representa el lugar reservado en las columnas de la publicidad..., pues en los ingresos de un diario moderno rentable, la publicidad entra con más de un 60% ". Guerin, Robert. La Publicidad es una Violación, Barcelona, Ed. Sagitario, S.A., 1964, - p-136; citado por Bernal Sahagún, Víctor M., en: Anatomía de la Publicidad en México, México, D. F., Ed. Nuestro Tiempo, 1a. ed.. 1974. p-82.

Revisando el fundamento económico de otros medios, encontramos -- que por ejemplo, "en Brasil, como en casi toda América, la publicidad es la -- principal fuente de recaudación de la prensa, la radio y la televisión. Se puede calcular que casi el 80% del gasto de los diarios es pagado por la publicidad. De ahí que el control de la publicidad sea la forma más concreta de poseer el control de los medios de comunicación. (Genibal Rabelo, o Capital-

La concentración de poder que la oligarquía nativa y transnacional alcanza sobre el gobierno de los aparatos de la difusión masiva, "provoca que una segunda fuente de presión conformista y conservadora sobre los periódicos y los demás medios de información sea la que ejercen, directa o indirectamente, los intereses capitalistas, ya no como dueños, sino como compradores de publicidad. La influencia política directa de los grandes compradores de publicidad en los medios comerciales de difusión no tiene porque exagerarse. Sólo ocasionalmente tales compradores de publicidad pueden o intentan siquiera dictar los contenidos y las políticas de los medios cuyos clientes son. Pero su clientela, no obstante, tiene una importancia fundamental para la salud económica de la empresa de la difusión, pues constituye la vida de los periódicos y, en algunos casos, aunque no en todos, los de las revistas, de la radio y la televisión comerciales. Este hecho tal vez haga algo más que reforzar una disposi-

Estrangeiro no Imprensa Brasileira, Rio de Janeiro: Editora Civilizacao Brasileira, 1966. Los datos sobre este punto fueron extraídos fundamentalmente de este libro). Citado por Dos Santos, Theotonio. El Nuevo Carácter de la Dependencia, Obra cit., p - 79.

En relación a las ganancias de los medios por concepto de publicidad, constatamos que "según los cálculos de los expertos, los ingresos publicitarios son la base de sustentación financiera del cine en un 40%; de la prensa en un 70% y de la Radio y Televisión comercial en un 100% (R.A. Castañón. "La Comunicación Mercantil y el Desarrollo", Revista - DYNA, No. 88, agosto 1973, Universidad Nacional de Colombia pág. 54) Según "Editor and Publisher", el diario corriente de 50,000 ejemplares de circulación obtiene el 75% de sus ingresos de la publicidad (50% de la publicidad local, 15% de la nacional y 11% de los anuncios clasificados). El resto de los ingresos del periódico, proviene de la circulación. (Economic Support of Mass Communication Media, 1929-1957, Cincinnati: Scripps - Howard Research, 1959, p-3)". Citado por J. M. Terrero, en: Estructura de Poder de los Medios de Masas, obra cit. p-7.

ción general de estos medios de difusión a tratar con cuidado excepcional todo lo relacionado con dichos intereses poderosos y valiosos. Pero eso es útil también, puesto que da nuevas garantías a los círculos de negocios, en general, de que se les trata con comprensión llena de simpatía, y a la "comunidad de los hombres de empresa", por lo menos, se les concederá esa indulgencia que rara vez o nunca, se tiene para con los intereses obreros y los sindicatos; su desagrado no tiene la menor importancia" (25).

Sin embargo, a pesar de esta sobredeterminación estructural que el estrato gobernante alcanza sobre estas instituciones creadoras, difusoras e inculcadoras de múltiples formas de conciencia social, "no se descubre fácilmente la influencia que ejercen los anunciantes sobre las políticas editoriales de los medios de difusión; empero, es importante advertir que no hay ne

(25) El Estado en la Sociedad Capitalista, Obra cit., p-222-223.- Abundando en el tipo de determinaciones que ejercen los sistemas que financian el funcionamiento de los medios sobre las políticas culturales de los mismos, P. Baran aclara, que "la formulación de programas y las políticas editoriales de los medios de difusión y del anuncio están sujetas a dos influencias contradictorias. Como, por razón natural, los anunciantes desean contar con el máximo auditorio posible, se preocupan por evitar cierto ambiente que pudiera ser antagónico a los intereses de probables clientes futuros y por tanto, los medios de publicidad prefieren seguir una política conservadora y no de índole polemista en la preparación de sus programas y editoriales. No obstante, en lo que les ofrecen los medios de publicidad es más probable que el interés del público se despierte si sus programas contienen elementos novedosos, o se les hacen más atractivos por las tensiones emotivas que excitan las controversias, los concursos, y las competencias. La solución que adoptan comunmente los directivos de las empresas de publicidad es la de admitir dichas tensiones, pero solamente en ciertos tópicos de importancia: programas de acertijos, deportivos de competencias entre concursantes y discusiones sobre temas públicos más o menos inofensivos, o bien, entre locutores cuyas opiniones no difieren mayormente". Baran Paul. Tesis sobre la Publicidad, en: "El Socialismo: Una Salida, México, D. F., Ed. Nuestro Tiempo, 1a. ed., 1969, p-198.

cesidad de presuponer alguna condición nefanda entre los anunciantes y quienes proyectan la política publicitaria de los medios de difusión para poderse explicar la orientación uniformemente conservadora que guarda la postura editorial de estos últimos. Esta actitud conservadora se explica adecuadamente por el hecho de que los propietarios y los funcionarios que dirigen los medios de difusión no son en modo alguno diferentes, en lo que respecta a sus actitudes básicas, mentalidad y orientación política, de los propietarios y funcionarios de las empresas que se anuncia" (26).

Dicha situación nos permite comprender con claridad, -- por una parte, a nivel local, que con los "recursos dedicados a la compra de espacio en los periódicos y revistas, y tiempo en -- las radiodifusoras y televisores (...), los publicistas se con--- vierten en los dictadores del contenido editorial y de programa-- ción de los modernos medios de comunicación y los orientan hacia la enajenación del lector, radioyente y espectador para elevar -- constantemente sus niveles de consumo" (27). Y por otra, que a nivel internacional, "dicho gasto sirve de instrumento a los poderosos consorcios internacionales para dominar a los medios de comunicación masiva, reduciéndolos a "medios publicitarios" que son utilizados, por un lado, para enajenar a las masas consumidoras, -- y por otro, para lograr los fines de la penetración ideológica -- del imperialismo. Los métodos son similares y para aplicarlos, -- entre las agencias de publicidad y otras empresas multinacionales, especialmente las que tienen su casa matriz en los Estados Unidos,

(26) Tesis Sobre la Publicidad, Obra cit., p-197-198.

(27) Anatomía de la Publicidad en México, Obra cit., p-86

se ha establecido en todo el globo un maridaje de verdadera influencia universal" (28). Todo ésto, se realiza a través de las agencias de mercadotecnia y publicidad, que son los instrumentos por medio de los cuales se ejerce la compra y venta del tiempo disponible en los medios, y por lo tanto, la presión política sobre sus lineamientos de dirección cultural o informativa.

Por estas razones, podemos considerar que "las agencias publicitarias, ya sea las de propiedad nacional o las filiales de grandes agencias internacionales, son eslabones fundamentales del sistema de dominación externa. Como principales agentes de financiamiento de los medios, se desempeñan como propagadores no sólo de los patrones de consumo que requiere el sistema capitalista para su operación, sino también de los mitos políticos y culturales de este sistema. Impiden en esta forma la racionalización de las demandas así como el desarrollo de una conciencia colectiva inspirada en los valores auténticamente nacionales y latinoamericanos, compatibles con el diseño de una nueva sociedad" (29).

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

(28) Ibidem.

(29) Estructura de Poder de los Medios de Masas, Obra cit. p-86.

raíz, pues está sujeta a los intereses comerciales" (30).

Es esta realidad la que nos permite pensar, que en la formación capitalista la publicidad tiene un carácter eminentemente político y que sólo se destina a los medios de difusión -- que defienden las posiciones políticas sostenidas por el grupo de las grandes empresas (particularmente las extranjeras) (31).

(30) Ibid. p-6.

(31) El Nuevo Carácter de la Dependencia, Obra cit., p-80. Al respecto Dos Santos, añade que "su poder le garantiza no sólo el control editorial de los diarios, sino el de las noticias y hasta el de su vida interna. En los últimos años, se denunciaron casos que afectaron por lo menos a dos jefes de redacción, despedidos por la acción de estos grupos (Antonio Callado y José Bahía, del Correjo da Manha) hecho que, por lo demás aconteció a muchas otras víctimas de similar política. Otras veces la coacción se ejerce sobre el material publicado, como en el caso de las series de reportajes de Justino Martins sobre la URSS en Machete, de la cual sólo apareció la primera parte". ibidem.

Por otra parte, "el profesor Meynaud ha indicado que el control que los intereses capitalistas ejercen sobre gran parte de la Prensa en Italia produce una "docilidad ejemplar" respecto de sus "tesis y preocupaciones" (Rappot Sur la Classe Dirigeante Italiane, p-192). En relación a Francia, se ha dicho que "las consignas que el dinero hace pesar sobre la Prensa consisten en prohibiciones, en no mencionar temas o dar instrucciones sobre lo que hay que publicar" (Coguel y Grosser, La Politique en France, p-156). El hincapié tiene que cambiar según los países y según los periódicos. Pero independientemente que la presión directa de los intereses capitalistas sea -- grande o pequeña, o siquiera inexistente, en todas partes perjudica grandemente a las finanzas de los periódicos y revistas al ponerse en contra de los círculos de negocios. Nada tiene de sorprendente que los órganos de la extrema izquierda, incluso donde como ocurre a veces, tienen una gran circulación, no pueden confiar en obtener mucho dinero por concepto de publicidad pagada por las empresas, o del gobierno".

"En este sentido se observa que "las razones primordiales de los problemas económicos de la Prensa comunista en Italia no parecen estribar en una circulación insuficiente sino más bien, en la falta casi completa de publicidad pagada, como muestra claramente una comparación con los periódicos independientes más grandes e influyentes. Mientras que Il Corriere della Sera dedica el 45% de su espacio a la publicidad y a otros anuncios pagados, y la Stampa el 43%, L'Unitá solo puede contar con un 6% (S. Passigli, "Italy", en Comparative Studies in Political Finance", The Journal of Politics, ---- p-722)".

"También resalta la exclusión sistemática del Morning Star comunista de las inversiones en publicidad del gobierno, lo cual produce una situación que hace que el gobierno laborista, mientras castiga a un periódico -

IV.3 EL MARCO JURIDICO DE LA RACIONALIDAD DOMINANTE, COMO VARIABLE DE PODER QUE CONTRIBUYE A SUBORDINAR LA FUNCION POLITICA DE LOS MEDIOS.

No obstante el amplio poder de dirección política, que mediante la posesión de su propiedad y del control de su financiamiento, alcanzan las múltiples fracciones del sector hegemónico sobre los aparatos de transmisión colectiva, con objeto de extender y consolidar su base de dominio, legitimar su poder y control sobre éstos, y garantizar el subordinamiento cultural de los mismos a un nivel mínimo que asegure la conservación y renovación ideológica de sus relaciones sociales imperantes; éstas crean, a través del Estado y de sus funcionarios especializados a nivel jurídico-político, una intrincada superestructura de regulación jurídica que fija los límites y las pautas sociales que debe observar el comportamiento global de los medios.

Se crea así, una elaborada "moral oficial" que delimita los márgenes de comportamiento de la cultura de masas, y cuyo epicentro es la ideología dominante de la "Libertad de Expresión". La internalización de dicha racionalidad operativa, es a tal grado eficiente en los momentos de hegemonía social, que por lo general, no se requiere la intervención represiva del Estado para hacerla cumplir, sino que es observada automáticamente por los trabajadores de los medios debido a los mecanismos de "autocen-

de la extrema izquierda, distribuye grandes subsidios a sus más acerbos críticos de la derecha". El Estado en la Sociedad Capitalista, obra cit., p-223,-224.

sura" que impone la misma estructura de operación vertical de estos (32).

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

La construcción de dicho consentimiento, la autoriza, - en primer término, a juzgar cuando son lícitas o ilícitas las acciones estructurales y superestructurales que desarrollan los medios, y en segundo, a legitimar de la manera más "natural", "justa" y "patriota", su misión de censurar, reprimir o destruir en nombre de la "ley", del "bien común" y del "orden público", a aquellos -- aparatos de difusión, que en un intento de crear o apoyar la emergencia de una nueva superestructura de conciencia que organice y - movilice a los sectores mayoritarios en función al establecimiento

(32) Algunos ejemplos legales que muestran como la acción de los medios queda subordinada por el contorno que lo enmarca, los encontramos en: Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva. México, D. F., UNAM, F.C.P.S., Serie de Lecturas No. 5, 1977; Raúl Agudo Freites, La Reglamentación Legal de la Comunicación en Venezuela, Caracas Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 1976; Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva en México, México, D. F., Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 76. (Cultura y Comunicación de Masas), Año XX, Nueva Epoca, abril -junio 1974, UNAM, F.C.P.S., 1974. y Granados Roldán, Otto. Régimen Legal de -- Medios, en: Periódico "Los Universitarios", México, D. F., UNAM, Dirección General de Difusión Cultural, No. 119-120, mayo de 1978, p-26, 27.

de un nuevo proyecto político de relaciones sociales alternativas, rebasan la órbita del orden económico, político e ideológico que requiere la existencia y reinstalación del capital nacional e internacional (33).

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

(33) Sobre el caso, es sumamente ilustrativo analizar la represión "legal" que la burguesía chilena y la junta militar ejercieron sobre la tarea-revolucionaria que desempeñaron los más relevantes medios de difusión controlados por los sectores insurgentes en el período de transición política de 1970- a 1973 en Chile, Consultar: La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, obra cit. p-63 y siguientes.

Por otra parte, aunque estamos conscientes que existen otros factores de carácter secundario que intervienen en un plano complementario en la determinación la función que ejercen los medios, por razones de espacio, no los desarrollaremos en este ensayo.

V .- CONCLUSION: LA MANIPULACION DE LOS APARATOS CULTURALES DE INCULCACION DE MASAS POR LA CLASE EN EL PODER.

Apoyado en el dominio de los factores primarios y secundarios que sobredeterminan la acción estructural que ejercen los canales de consenso colectivo, el sector dirigente conquista el gobierno casi total sobre la orientación cultural de las mismas adaptándolos como sus principales aparatos de hegemonía social, y permitiendo, paralelamente a ésto, el funcionamiento de una "relativa autonomía" de operación ideológica que no amenace la existencia de su monopolio cultural. De esta forma, con objeto de conservar y reproducir psicológicamente de la manera más amplia e inmediata posible su sistema social de desarrollo asimétrico y su organización de dominación vertical, tales instituciones son canalizadas hacia la producción y difusión masiva de la ideología dominante, inculcándola sobre los múltiples campos de conciencia que presentan los numerosos agentes sociales inscritos en los límites históricos de la formación capitalista.

El control unilateral de su orientación discursiva -- permite que sus directrices de sentido sean manipuladas en base a los requerimientos de existencia y reproducción que presentan las necesidades materiales, políticas y significantes del sector en el poder. Esto es, a través del sello de clase que imprime el grupo hegemónico sobre la producción circulación y consumo de los bienes culturales que generan los medios, estos siguen la -- tendencia de canalizar la atención de su auditorio cautivo hacia el conocimiento exclusivo de los intereses coyunturales que son necesarios para la expansión de la minoría social que retie-

ne el poder material, político y simbólico-cultural de la sociedad global.

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

Es por ello, que pensamos que es falso el optimismo idealista de Hans Magnus Enzensberger, quien formula que "los nuevos medios disponen de una estructura igualitaria. Cualquiera puede participar en ellos mediante un proceso sencillo de inserción (switching). Los programas mismos no son cosas materiales y pueden ser reproducidos a voluntad. En este sentido los medios electrónicos son completamente diferentes de los medios antiguos como el libro o la pintura de caballete, cuyo carácter exclusivo de clase es obvio. Los programas de televisión para grupos privilegiados son ciertamente concebibles de un modo técnico -televisión de circuito cerrado- pero se oponen a la estructura del medio. De una manera potencial, los nuevos medios eliminan to--

dos los privilegios educativos y, por consiguiente, el monopolio cultural de la inteligencia burguesa. Esta es una de las razones del resentimiento de la inteligencia contra la nueva industria. En lo relativo al espíritu que se empeñan en defender contra la "despersonalización" y la "cultura de masas", mientras -- más pronto lo abandonen mejor". (34)

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

1.- En primer término, a través del dominio de los diversos factores de poder que sobredeterminan la naturaleza social de los medios, la oligarquía alcanza el control monopólico del sistema global de la producción, circulación de inculcación-colectiva de las significaciones que se gestan al interior de la formación social. De otra forma, se escapa un amplio margen de la opinión pública que genera un fuerte rejuego de lucha ideológica que entorpece y quiebra su dominio hegemónico.

2.- En segundo término, apoyada en esta cerrada concentración cultural, la burguesía comercial, industrial y financiera, establecen un sistema vertical de producción, difusión e inculcación del sentido, haciéndolo aparecer como la transmisión y donación de la "cultura universal". Con ello, no sólo inoculan-

(34) Enzensberger, Hans Magnus. Integrantes de una Teoría de los Medios de Comunicación, en: Los Medios de Comunicación Colectiva, Jaime Coded compilador, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie de Lecturas No.1 1a. ed. 1976, p-76.

de ideología dominante los campos de conciencia de los receptores, sino que instalan en el subconsciente de los agentes sociales un mecanismo de funcionamiento autónomo que provoca en los consumidores su "autoenajenación", desde el momento en que "por sí mismos" aspiran y defienden la asimilación e identificación con los valores dominantes, concebidos como intereses "nacionales".

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

3.- En tercer término, amparada en esta conexión autoritaria el estrato dirigente produce y difunde sus bienes culturales como "mercancías simbólicas" que obstaculizan la asimilación-objetiva de la sociedad, y someten la conciencia de los individuos a las leyes de la evolución espontánea del capital. En otros términos, paralelamente al establecimiento de esta relación vertical y siguiendo los principios de la producción capitalista de los bienes sociales (las leyes de la producción de mercancías), la clase dominante presenta la realidad que la circunda, a través de discursos "herméticos" y "acabados" que impiden desmontar sus condiciones históricas de producción, transmisión e inculcación en que son generados, y propician su consumo "tal como son envasados".

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

Consecuentemente el sector trabajador queda maniatado para gobernar racionalmente la naturaleza social que lo somete, -

en función a sus necesidades de clase, y permanece subordinado a los designios irracionales que exigen las leyes de reproducción del capital.

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

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

En esta forma, el Estado capitalista despliega sobre - la superestructura de pensamiento del sistema social una violencia simbólica que le concede la dirección privada de la conciencia global. Con ello, produce la opinión pública hegemónica que cohesiona cognitivamente y afectivamente los múltiples campos de con-

ciencia de los diversos agentes sociales alrededor de su programa particular de transformación de la sociedad. De esta manera, guardando un margen de "autonomía relativa", oligarquía e imperialismo, instrumentan la acción cultural en favor de su programa geoeconómico de reproducción material. En consecuencia, en el modo de producción capitalista, no es la voluntad autónoma de las clases sociales, quien, en última instancia, se expresa a través de los canales de difusión colectiva, sino es el capital, quien habla por intermedio de la comunicación de masas.

VI.- BIBLIOGRAFIA:

- Agudo Freitas, Raúl. La Reglamentación Legal de la Comunicación en Venezuela, Caracas Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 1976.
- Althusser, Louis. Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, México, D. F., Ed. Escuela Nacional de Antropología e Historia, 1a. ed., 1975.
- Baran, Paul. Tesis Sobre la Publicidad, en: "El Socialismo: Unica Salida", México, D.F., Ed. Nuestro Tiempo 1a. ed., -- 1969.
- Bernal Sahagún, Víctor. Anatomía de la Publicidad en México México, D. F., Ed. Nuestro Tiempo, 1a. ed., 1974.
- Brady, Robert. La Riqueza Tras el Poder, México, D. F., - Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., 1945.
- Braverman, Harry. Trabajo y Capital Monopolista, México, D. F., Ed., Nuestro Tiempo, 1a. ed., 1975.
- Bucí-Glucksman, Christine. Gramsci y el Estado. Hacia una Teoría Materialista de la Filosofía, México, D. F., Ed., Siglo XXI, 1a. ed., 1978.
- Dos Santos, Theotonio. El Nuevo Carácter de la Dependencia, Autores Varios, José Matos Mar, (compilado), Argentina, Ed. Amorrortu, 1a. ed., 1976.
- El Futuro de las Telecomunicaciones. Informe Para la Preparación de la Conferencia Administrativa Mundial de Radio - 1979. Caracas Venezuela, Cuadernos ININCO No. 5, Instituto de Investigaciones de la Comunicación Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, septiembre de 1977.
- Enzensberger, Hans Magnus. Integrantes de una Teoría de los Medios de Comunicación Masiva, en: Los Medios de Comunicación Colectiva, Jaime Goded (compilador), México, D. F., - Universidad Autónoma Nacional, F.C.P.S., Serie Lecturas No. 1., 1a. ed., 1976.
- Esteinou Madrid, Javier. Los Canales de Difusión Colectiva, Como los Principales Soportes Culturales de la Sociedad Capitalista, México, D. F., Revista TALLER No. 1, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, agosto de 1978.
- Los Medios de Difusión Masiva en la Formación Social Capitalista, México, D. F., Tesis de Licenciatura, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación, noviembre de 1978.

- Sobre la Necesidad de Interpretar la Comunicación de Masas a Partir de una Perspectiva Total, Cuadernos de Trabajo del CEDICOM, No. 1 México, D. F., Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Centro de Documentación e Investigación Para la Comunicación Masiva.- (CEDICOM), 1978.
- El Surgimiento Histórico de los Aparatos de Comunicación de Masas y su Incidencia en el Proceso de Acumulación de Capital, Memoria del Tercer Encuentro Nacional de Economistas: Acumulación de Capital, Distribución de Capital y Empleo, Colegio Nacional de Economistas, México, D. F., marzo de 1979.
- Gandasegui, Marcos A. Estructura Social y Medios de Comunicación Masiva, en: Revista Casa de las Américas, mayo-junio de 1976, La Habana, Cuba, Tomado del Periódico "EL DIA" Sección Testimonios y Documentos, 6 de septiembre de 1976.
- Goded, Jaime. El Enfoque Marxista en el Estudio de la Comunicación, en: Revista Comunicación e Ideología, No. 4, México, D. F., 1a. ed., 1977.
- Goldman, Lucien. Investigaciones Dialécticas, Paris, Ediciones Gallimand, 1959.
- Granados Roldán, OTTO. Régimen Legal de los Medios, en: Periódico "Los Universitarios", México, D. F., UNAM, Dirección General de Difusión Cultural, No. 119-120, mayo de 1978.
- Hinkelamert, Franz. Dialéctica del Desarrollo Desigual, - Santiago de Chile, Ed. Universidad de Valparaiso-Universidad Católica de Chile, (CEREN), 1a. ed., 1970.
- Información es Poder. Las Implicaciones Sociales de los Sistemas de Computadoras y Telecomunicaciones, Caracas Venezuela, Cuadernos ININCO No. 2, Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, 1977.
- Kars, Saul. Theorie et Politique: Louis Althusser, Paris, Ed. Fayard, 1a. ed., 1974.
- Margulis, Mario. La Cultura Popular, en: Revista "Arte, Ideología y Sociedad" No. 2, México, D. F., Agosto-Septiembre de 1977.
- Martínez, J. M. Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, en: Ideología y Medios de Comunicación, Autores Varios, Buenos Aires, Argentina, Ed. Amorrortu, 1a. ed., 1974.

- Martínez Terrero, Jesús. Estructura de Poder de los Medios de Masas, en: Economía, Comunicación y Desarrollo, Tomado del Boletín RADIODIENST UNDA-AL, No. 62, Montevideo, Uruguay, Junio de 1975.
- Mattelart, Armand. Agresión Desde el Espacio. Cultura y Na p olem en la Era de los Satélites, México, D. F., Ed., Siglo XXI, 2a. ed., 1973.
 - ¿Hacia Una Cultura de la Movilización Cotidiana?, en: - Cuadernos del Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), No. 10, Especial, Santiago de Chile, Universi--dad Católica de Chile, diciembre de 1971.
 - La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Córdoba Argentina, Ed. Siglo XXI, 1a. ed., 1973.
 - Los Medios de Comunicación de Masas en un Proceso Revolu cionario, en Revista "Los Libros", Buenos Aires, Argenti--na, enero-febrero de 1971
- Mattelart, Armand; Piccini, Mabel y Mattelart, Michel. Los Medios de Comunicación de Masas, La Ideología de la Prensa Liberal en Chile. Santiago de Chile, Cuadernos de la Reali--dad Nacional No. 3, (Especial), Centro de Estudios de la - Realidad Nacional (CEREN), Universidad Católica de Chile, - 1970.
- Miliband, Ralph. El Estado en la Sociedad Capitalista, Mé--xico, D. F., Ed. Siglo XXI, 1976.
- Monteforte Toledo, Mario. Las Ideologías, en: Literatura , Ideología y Lenguaje, Autores Varios, México, D. F., Ed. - Grijalbo, Colección Teoría y Praxis No. 28, 1a. ed., 1976.
- Muraro, Heriberto. Neocapitalismo y Medios de Comunicación Buenos Aires, Argentina, Ed., EUDEBA, 1a. ed., 1974.
- Piccini, Mabel. La Situación de los Medios de Comunicación en Argentina, Simposium Comunicación y Dependencia en Amé--rica Latina, México, D. F., UNAM, F.C.P.S., Cursos de In--vierno, febrero de 1978, mimeografiado.
- Pinto Mazal, Jorge. Régimen Legal de los Medios de Comuni--cación Colectiva, México, D. F., UNAM, F.C.P.S. Serie Lec--turas No. 5, 1977.
 - Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva en México, México, D.F., Revista Mexicana de Ciencia Políti--ca No. 76, (Cultura y Comunicación de Masas), Año XX, -- Nueva Epoca, UNAM, F.C.P.S., abril-junio de 1974.
- Portelli, Hugues. Gramsci y el Bloque Histórico, México, D. F., Siglo XXI, 1a. ed., 1974.

- Poulantzas, Nicos. Fascismo y Dictadura, México, D. F., - Ed. Siglo XXI, 1a. ed., 1971.
- Poder Político y Clases Sociales en el Estado Capitalista, México, D. F., Ed. Siglo XXI. 13a. ed., 1976.
- Schiller, Herbert I. Medios de Comunicación e Imperialismo, en: Memorias del Simposium "Comunicación y Dependencia en América Latina, México, D. F., UNAM, F.C.P.S., febrero de 1978, ed. mimeografiada.
- Taufic, Camilo. Periodismo y Lucha de Clases, Buenos Aires, Argentina, Ed. La Flor, 1a. ed., 1974.