



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

Casa abierta al tiempo

cuadernos del

"APARATOS DE COMUNICACION DE MASAS,
ESTADO, Y PUNTAS DE HEGEMONIA".

Javier Esteinou M.

No. 6

Septiembre de 1980

ticom

taller de investigación en comunicación masiva

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

"APARATOS DE COMUNICACION DE MASAS,
ESTADO, Y PUNTAS DE HEGEMONIA".

Javier Esteinou M.

No. 6

Septiembre de 1980

TALLER DE INVESTIGACION EN COMUNICACION MASIVA

(TICOM)

México, D. F.

INDICE GENERAL:

PRESENTACION.	4
I.- CARACTERISTICAS DE LA TENDENCIA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO EN LA SELECCION DE SUS SOPORTES DE CONSENSO.	8
II.- LA TRADICION MARXISTA Y LA UBICACION DE LA ESCUELA COMO APARATO IDEOLOGICO DE ESTADO.	16
III.- LA FUNCION ESTRUCTURAL QUE DESEMPEÑA EL APARATO EDUCATIVO:	25
A.- LA REPRODUCCION DE LA FORMACION DE LA FUERZA DE TRABAJO.	25
B.- LA INCULCACION DE LA IDEOLOGIA DOMINANTE.	27
IV.- LOS MEDIOS DOMINANTES DE DIFUSION DE MASAS COMO LOS PRINCIPALES APARATOS DE HEGEMONIA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO.	33
A.- LA ACELERACION DEL PROCESO DE CIRCULACION MATERIAL DE LAS MERCANCIAS.	36
B.- LA INTROYECCION DE LA IDEOLOGIA DOMINANTE A TRAVES DE LOS APARATOS DE DIFUSION COLECTIVA.	40
1.- SU AMPLIO RADIO DE ACTUACION IDEOLOGICA.	41
2.- LA TEMPRANA Y ASIDUA MULTISOCIALIZACION DE LA CONCIENCIA DE LOS AGENTES SOCIALES.	51
a.- LA ACULTURACION DE LA INTELIGENCIA INFANTIL.	51
b.- LA SOCIALIZACION DE LA CONCIENCIA DE LOS JOVENES Y ADULTOS.	60
3.- SU GRAN CAPACIDAD DE LEGITIMACION CONTINUA Y ACELERADA.	73
4.- SU ENORME PODER DE FORMACION DEL CONSENSO Y DE MOVILIZACION DE LOS AGENTES SOCIALES.	82
a.- LA MOVILIZACION EN LA DIRECCION ECONOMICA.	85
b.- LA MOVILIZACION EN LA DIRECCION POLITICO-CULTURAL.	86

5.- LA PROLONGACION DE LA SOCIEDAD CIVIL - POR MEDIACION DEL APARATO DE LA CULTU- RA DE MASAS.	109
6.- SU PERMEABILIDAD DE PARTICIPACION PARA CON EL PROYECTO DE LA CLASE DIRIGENTE.	125
7.- SU HERMETISMO DE ACCION AL PROGRAMA -- PROLETARIO.	127
a.- PRINCIPALES FACTORES SOCIALES QUE DETERMINAN SU FUNCION CUL- TURAL.	129
b.- LA PROPIEDAD.	132
c.- SU DESEMPEÑO COMO INDUSTRIAS - CULTURALES.	138
d.- EL FINANCIAMIENTO.	146
e.- EL MARCO JURIDICO DE LA RACIO- NALIDAD DIRIGENTE.	155
f.- LA IMPERMEABILIDAD AL PROYECTO SUBALTERNO.	158
C.- LA REPRODUCCION DE LA FUERZA DE TRABAJO POR ME- DIACION DE LOS APARATOS CULTURALES DE DIFUSION COLECTIVA.	163
1.- HACIA UNA NUEVA FUNCION ESTRUCTURAL -- DEL APARATO GLOBAL DE LA CULTURA DE MA- SAS.	168
2.- LA REPRODUCCION DE LA FUERZA DE TRABA- JO VIA EL DISCURSO PEDAGOGICO DE LA CO- MUNICACION COLECTIVA.	172
a.- ALGUNOS CASOS DE LA RENOVACION CUALITATIVA DE LA FUERZA DE - TRABAJO EN EL CAPITALISMO CEN- TRAL.	175
b.- EJEMPLOS DE LA REPRODUCCION DE LA CALIFICACION DE LA FUERZA - DE TRABAJO EN EL CAPITALISMO - PERIFERICO.	179
V.- CONSIDERACIONES FINALES.	197
VI.- DOCUMENTACION CONSULTADA.	209

INDICE DE CUADROS:

CUADRO No. 1:	COMPARACION DEL USO QUE EL NIÑO NORTEAMERICANO REALIZA DE LA TELEVISION SEGUN DISTINTAS EDADES.	56
CUADRO No. 2:	PORCENTAJE DE TIEMPO QUE DEDICAN LOS NIÑOS MEXICANOS A VER TELEVISION DIARIAMENTE EN 1976.	58
CUADRO No. 3:	FRECUENCIA DE EXPOSICION DE LOS NIÑOS MEXICANOS A LA T.V. EN 1969.	59
CUADRO No. 4:	FRECUENCIA CON QUE LOS ADULTOS LIMEÑOS VEN TELEVISION EN 1967.	65
CUADRO No. 5:	"DONDE SE FABRICA EL MILAGRO BRASILEÑO".	89
CUADRO No. 6:	COSTOS DE PARTICIPACION DE LOS SECTORES SOCIALES NORTEAMERICANOS EN T.V., RADIO, REVISTAS Y PERIODICOS EN 1970 Y 1977.	140
CUADRO No. 7:	COSTOS DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA T.V. EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.	143
CUADRO No. 8:	COSTOS DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.	144
CUADRO No. 9:	COSTOS DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA PRENSA EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.	145

PRESENTACION:

(1)

Analizando el desarrollo histórico que ha sufrido la Concepción Materialista de la Sociedad, observamos que, si bien dicha teoría ha abordado con gran detalle y profundidad algunos ámbitos de la estructura y dinámica del modo de producción capitalista, como son el proceso de producción, distribución, circulación y consumo de los bienes materiales; la base y el funcionamiento de las clases sociales y su lucha entre sí; los movimientos de cohesión entre los diversos modos de producción; la transmisión de valor de una formación social a otra; los procesos de mutación de un modo de producción a otro; las formas de consolidación del Estado en los diversos ciclos históricos; las formas del poder político que perpetúan las condiciones de reproducción del capital; etc, etc. (2); en lo que se refiere a la teoría de la su perestructura cultural y su articulación con la base material, es

(1) La primera versión de este trabajo fue publicado en la Sección "Testimonios y Documentos" del periódico EL DIA el 2 de julio de 1979 bajo el título: "Los Aparatos de Difusión de Masas Como la Vanguardia Cultural del Estado Capitalista Contemporáneo". En esta segunda versión se amplían y reformulan las tesis anteriores, se introduce nueva información histórica que apoya los enunciados planteados, y finalmente se incorpora una novedosa hipótesis sobre la función estructural más reciente que, desde aproximadamente 1950 hasta la fecha, han empezado a desarrollar los aparatos de difusión de masas en la historia contemporánea: su con tribución a la reproducción cualitativa de la fuerza de trabajo.

(2) Una noción parcial e influenciada por la escuela althusseriana, pero que enumera algunos avances que ha tenido el Ma terialismo Histórico, la encontramos en el trabajo de Marta Harnecker. Los Conceptos Elementales del Materialismo Histórico, Ed. Siglo XXI, 15a. ed., México D.F., p- 8 y 9.

ta ha surgido soportando un enorme retraso y abandono histórico - (3). No obstante ello, a partir de las últimas décadas, especialmente a partir de 1970, dicha perspectiva ha ampliado notablemente la concepción global de la ideología y de la superestructura social, sin llegar a construir todavía una teoría definitiva y exhaustiva sobre esta realidad. Aún se descubren una multitud de vacíos conceptuales sobre estos fenómenos culturales que requieren ser concientizados y explicados para alcanzar su rango científico y transformar racionalmente el nivel de la conciencia social.

Una de estas lagunas se localiza en la teoría de los Aparatos Ideológicos de Estado (AIE), y muy en particular, en aquella rama que analiza las contribuciones contemporáneas que ofre--

(3) Para tener una perspectiva aproximada sobre el estado de desarrollo en que se encuentra el tratamiento de la problemática de la superestructura cultural, revisar los trabajos de María Grazia Lutzemberg y Sergio Bernardi. Política Cultural y Lucha de Clases, en: Cultura Comunicación de Masas y Lucha de Clases, Autores Varios, Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1978, 1a. ed. p- 39-42; Tomás Amadeo Vasconi. Dependencia y Superestructura, en: Ocho Ensayos Latinoamericanos, Autores Varios, Monte Avila Editores, 1a. ed., Caracas, Venezuela, 1975, p- 51-53; Hugo Assman. El Cristianismo, su Plusvalía Ideológica y el Costo Social de la Revolución Socialista, en: Teología Desde la Praxis de la Liberación, Ed. Sígueme, 2a. ed., Salamanca, España, 1976., p- 180; Alfredo Chacón. Dependencia y Formación Cultural, en: Ocho Ensayos Latinoamericanos, obra cit., p- 15 y 16; Mario Margulis. La Cultura Popular, en: Rev. Arte, Ideología y Sociedad No. 2, Agosto-septiembre de 1977, México, D.F., p- 64-65 y 77; Gilberto Jiménez. Apuntes Para una Sociología de las Ideologías, Departamento de Sociología, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1978, y el brillante trabajo de Christine Buchi-Glucksman. Gramsci y el Estado (Hacia Una Teoría Materialista de la Filosofía), Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1978, 1a. ed.

con éstos a los procesos de conservación y reproducción de las formaciones capitalistas coetáneas. Es decir, si bien es cierto que, actualmente existe una incipiente acumulación de conocimientos globales (especialmente de carácter europeo) sobre la naturaleza y el funcionamiento de los aparatos culturales (básicamente sobre las instituciones educativas), que permiten comprender algunas de las especificidades con las que éstos participan en la reproducción del bloque histórico capitalista; también es cierto que, el conjunto de estos análisis no permiten descubrir con suficiente precisión histórica cuál es el bastión cultural que lleva la dinámica actual de la reproducción de la conciencia social y de su articulación con la vida material. Vanguardia cultural que es necesario conocer para saber desde qué aparatos culturales la sociedad capitalista moderna construye su principal consenso que le permite sobrevivir y expandirse como modo de producción dominante en la historia contemporánea.

Es por ello, que el objetivo de este trabajo pretende formular un conjunto de hipótesis globales y provisionales que, desde la óptica de la comunicación de masas, nos permitan retomar el estudio y la discusión sobre la consolidación de las principales puntas de aparatos que implantan y gobiernan la dirección cultural de la fase multinacional del capitalismo avanzado. Para esto, analizaremos la específica función estructural que desempeñan los aparatos dominantes de difusión de masas, por una parte, dentro del conjunto de establecimientos de hegemonía que participan en el proceso de reproducción del sistema capitalista; y por otra, dentro del conjunto de relaciones sociales que soportan al mismo.

En consecuencia, no pretendemos demostrar que sistemas y aparatos culturales son los dominantes en cada formación social particular (esto es objeto de una investigación histórico-empírica en cada sociedad determinada), sino simplemente enunciar teóricamente e históricamente algunas de las tendencias vertebrales que observan en el desarrollo de los aparatos de comunicación de masas, al participar en el proceso de construcción de la avanzada cultural de la sociedad civil contemporánea.

Con ello, colaboraremos a determinar qué tanto el aparato de la cultura de masas ejerce una función relevante en la creación de las puntas de la hegemonía de las sociedades contemporáneas, y asimismo, en qué grado participa éste en el proceso de producción moderna del bloque histórico capitalista. Esto permitirá precisar por un lado, las contribuciones que aporta el mismo al proceso de construcción de la vanguardia cultural del capitalismo presente, y simultáneamente, por otra, nos impulsará a progresar en el esclarecimiento de cuáles son las zonas más relevantes de producción e inculcación de la hegemonía capitalista contemporánea.

I. - CARACTERISTICAS DE LA TENDENCIA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO EN LA SELECCION DE SUS SOPORTES DE CONSENSO.

Debido a los antagonismos estructurales que genera el -- principio de desarrollo desigual del modo de producción capitalista, la clase dominante, a través de los aparatos del Estado de su superestructura imperante, regula y atenúa dichas contradicciones con objeto de crear y conservar las condiciones de equilibrio que requiere la existencia y reproducción-transformación del capital. En condiciones de hegemonía burguesa, es decir en los momentos en que la clase dirigente mantiene la cohesión y dirección de la sociedad por vía de la acción ideológico-cultural (4), los aparatos

(4) Siendo que este trabajo es sólo una parte de un proyecto más amplio para estudiar la economía-política de los aparatos de comunicación de masas en la fase moderna del modo de producción capitalista (1900-1980), no desarrollaremos aquí toda la conformación y complejidad propia de la superestructura cultural y de sus soportes de materialización, sino simplemente el tratamiento de lo que consideramos que son las principales puntas institucionales de la hegemonía contemporánea. Para adquirir una primera visión esquemática sobre las realidades anteriores, revisar nuestro trabajo: Los Medios de Difusión Masiva en la Formación Social Capitalista, Tesis de Licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D. F., 1978.

Sin embargo, no obstante esta limitación nos es indispensable precisar a lo largo de este trabajo algunos conceptos que son puntales para nuestra formulación. Estos son: Ideología, Ideología Dominante, Socialización Cultural, Capital Cultural, Estado, Bloque Histórico, Hegemonía, Aparatos Ideológicos de Estado ó Aparatos de Hegemonía y Aparatos de Comunicación Colectiva ó del Consenso de Masas.

a.- En cuanto a la ideología, queremos asentar que contrariamente a la concepción althusseriana de ideología ó falsa conciencia, nosotros la concebimos en sentido gramsciano como "una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida individual y colectiva". Citado por Dominique - Grisore y Robert Maggiori, Para Leer a Gramsci, Ed. Zero, Barcelona, 1976, 1a. ed., p- 188.

ideológicos (AIE) se convierten en las instancias políticas más importantes para conservar el equilibrio de la formación social. Se transforman así, en un nivel dominante de capital relevancia para la reproducción coyuntural del sistema, y en uno de los puntales constantes de la relación base-superestructura o del bloque

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

b.- En relación a la ideología dominante, esta la entendemos como la particular concepción del mundo del sector dirigente que la impone como visión universal al conjunto de agentes sociales de la formación económico-social, con el objeto de reproducirse como jefatura política dentro de los márgenes históricos de esa sociedad.

Esto significa, que "las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, - al mismo tiempo, su poder espiritual dominante. La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material dispone con ello al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por -- término medio, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente. Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes, las mismas relaciones materiales dominantes concebidas como ideas; por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante, o sea, las ideas de su dominación". Carlos Marx, y Federico Engels. La Ideología Alemana, Obras Escogidas, Tomo I, Ed. Progreso, Moscú, 1973, p- 45.

c.- En lo que se refiere al concepto de Hegemonía, esta ha sido una categoría muy voluptuosa de precisar pues ha sido expuesta a una multitud de interpretaciones teóricas extrapoladas. Así, nada más en el sentido gramsciano, se plantea desde el extremo de ser la capacidad de dominación cultural que presentan las - clases dominantes (posición de Ralph Miliband, Nicos Poulantzas, Hugues Portelli, Armand Mattelart, Ma. Antonietta Macciocchi, Dominique Grisore, Robert Maggiori y otros más), hasta el hecho de -- ser la constitución de la clase dirigente y la estructura del Estado (posición únicamente conocida en Christine Buci-Glucksmann).

histórico capitalista (5), a partir de los cuales, la estructura global de la formación social alcanza su estabilidad autoritaria y vertical por medio de la acción cultural.

Esta oscilación conceptual proviene fundamentalmente de la dificultad que existe para captar en los escritos gramscianos el salto cualitativo que sufre dicho concepto de la exposición -- que realiza en el primer cuaderno (en el cual ya se logra un avance frente a la concepción Leninista de Hegemonía), a la presentación que se madura en el octavo y noveno Cuaderno de la Cárcel.

Si en el primer cuaderno se formula la hegemonía como la capacidad que tiene una clase para ejercer la función de dirección intelectual y moral de una sociedad por vía del consenso, ó si se quiere, es el conjunto de las funciones de dominación, educación y dirección que ejerce una clase social dominante por un espacio social determinado, sobre otra clase social (e incluso sobre el conjunto de las clases de la sociedad) por medio de la sociedad civil, esta es superada en sus últimos trabajos sobre la misma.

Así, es únicamente en el 8o. y 9o. Cuaderno de la Cárcel que Christine Buci-Glucksmann descubre brillantemente que aunque -- para Gramsci la hegemonía está fundada en el primer momento anterior, esta "no se refiere inicialmente tan sólo al momento -- cultural, ni se agota en la función de los intelectuales como soldadura de las relaciones entre la base y la superestructura".

En otros términos, "el concepto de hegemonía, como puesta en funcionamiento de mecanismos que aseguran el consenso de las masas a una política de clase (apoyándose además en la fuerza), -- no puede ser reducido a la noción marxista de ideología dominante o a la problemática weberiana de los mecanismos de legitimación -- que recubren a la violencia con fines de integración social".

"Al identificar pura y simplemente hegemonía e ideología dominante o mecanismo de legitimidad, se pierde la distinción --- gramsciana de las formas del consenso y se postula una identidad simple entre ideología, cultura y lenguaje. Se constata, entonces, que la subsunción del concepto gramsciano de hegemonía en el de -- proceso de legitimación conduce en línea recta a entender a la hegemonía como la instauración de un consensus sobre el conjunto de la sociedad. Este consensus pasa entoces por "normas sociales operativas", por un "adoctrinamiento", por los controles sociales -- puestos en marcha por "los agentes de la persuasión política".

"Pero, para Gramsci, los efectos de la hegemonía son más que contradictorios. Cuanto más auténticamente hegemónica es una clase, tanto más permite a las clases adversarias la posibilidad de organizarse y constituirse en fuerza política autónoma. ... --

El Estado capitalista contemporáneo (6), ante la necesidad de aplicar su política de dominación cultural paralelamente a

Pues una clase en el poder es hegemónica porque hace avanzar al conjunto de la sociedad: su perspectiva es universalista y no arbitraria".

"En realidad, en el caso de una hegemonía establecida, una clase hace avanzar al conjunto de la sociedad (función nacional). La atracción que ejerce sobre las clases aliadas (e incluso enemigas) no es pasiva, sino activa. No depende solamente de los simples mecanismos administrativos de coerción, pero tampoco se agota en los mecanismos de imposición ideológica, de sujeción ideológica (Althusser), ni en los de legitimación por una violencia simbólica (Bourdieu)". Gramsci y el Estado (Hacia Una Teoría Materialista de la Filosofía), Obra cit., p- 73 a 77.

Sin embargo, no obstante estar de acuerdo con esta última ampliación del concepto de hegemonía que aporta Christine Buci-Glucksmann, y aceptando las limitaciones que implica el interpretarla sólo en su primer nivel, para los fines de este trabajo la hegemonía sólo la comprenderemos en su primera fase conceptual, es decir, como la capacidad de una clase para dirigir a la sociedad global por vía del consenso. Esto revela que, el análisis al complemento de dicha concepción hegemónica queda pendiente como una futura veta de investigación que debe ser cubierta dentro del terreno de estudio del aparato de la cultura de masas.

(5) Por lo que concierne al Bloque Histórico, éste también lo asimilamos en el sentido gramsciano como la articulación orgánica y dialéctica que se establece entre la base y la superestructura de la sociedad, permitiendo que, por una parte, los aspectos medulares de esta primera condicionen, en última instancia a la segunda; y por otra, que la superestructura a su vez adquiere cierta "autonomía relativa" que le permita replicar, retroalimentar y hasta sobredeterminar a la estructura económica de la sociedad.

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

su proyecto global de sujetamiento social, se ve obligado permanentemente a seleccionar las instituciones superestructurales más apropiadas para difundir e inculcar lo más extensa e intensamente posible, su racionalidad de dominación sobre los múltiples campos

Ahora bien, "se puede emplear el término "catarsis" para indicar el paso del momento meramente económico (ó egoístico-pasional) al momento ético-político, ésto es, la elaboración superior de la estructura en superestructura en la conciencia de los hombres. Esto significa también el paso de lo "subjetivo" y de la necesidad o la libertad". La estructura de fuerza exterior que -- subyuga al hombre, lo asimila, lo hace pasivo, se transforma en -- medio de libertad, en instrumento para crear una nueva forma ético-política, en origen de nuevas iniciativas. La fijación del momento "catártico" deviene así, me parece el punto de partida de toda filosofía de la praxis; el proceso catártico coincide con la cadena de síntesis que resulta del desarrollo dialéctico". Antonio Gramsci. El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1a. ed., p-46-47.

(6) Por lo que respecta al Estado, opuestamente a la noción simplemente coherensiva de este, nosotros lo comprendemos en el sentido gramsciano como "la suma de la sociedad política + la sociedad civil, vale decir, la hegemonía revestida de coherción". (Antonio Gramsci. Notas Sobre Maquiavelo, Sobre Política y Sobre El Estado Moderno, en Obras de Antonio Gramsci, Tomo I, Ed. Juan Pablos, México D. F., 1975, 1a. ed., p- 165.) Esto representa, -- que el Estado no es meramente un aparato represivo que permite -- la clase dominante ejerza su dictadura a través del aparato militar, policial, jurídico, etc., sino que también posibilita el ejercicio de su poder a través de su aparato educativo, cultural, informativo, etc.

Por ello, el Estado debemos entenderlo como "el conjunto de órganos por medio de los cuales se ejerce la hegemonía y la -- coherción de la clase dirigente sobre las clases subalternas, no con la mera intención de preservar, defender y consolidar sus intereses económicos-políticos, sino también para elaborar una acción educativa de conformidad del conjunto del cuerpo social, de manera que los objetivos e intereses de la clase dominante aparezcan como datos y valores universales."

De esta forma, "el Estado lleva a cabo una función de dominio (propia de la acción política) que tiende a someter a las -- clases subalternas; una función hegemónica (propia de la sociedad civil) que tiende a obtener la adhesión y el consenso de las clases subalternas, la constitución en un bloque, de las diversas --

culturales de los diversos grupos sociales, especialmente, sobre aquéllos que constituyen el soporte de la formación capitalista: la fuerza de trabajo asalariada y el sector subalterno en general. Para ello, cuidadosamente práctica una política de selección de - medios, instrumentos y sujetos de implementación ideológica, con el fin de elegir, según las necesidades coyunturales que implantan los diversos momentos de la dinámica de la lucha de clases, - los recursos más adecuados para alcanzar sobre las diversas áreas de conocimientos y comportamientos de los numerosos agentes sociales, el mayor grado de dominancia ideológica que le permita imponer colectivamente su concepción particular de la sociedad, como el patrón cultural de referencia social y de actuación imperante. Esto es, realizar su ideología de clase singular, como ideología dominante.

fuerzas sociales, la unificación ideológica y cultural de la nación. "Para Leer a Gramsci", Obra cit., p- 167-168.

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

Esta política de selección de aparatos ideológicos (7), por el Estado capitalista, no es homogénea, ni uniforme, sino que varía según los diversos requerimientos que presenta cada fase y coyuntura histórica por la que atraviesa la reproducción del capital. En cada una de éstas, el sistema cultural más avanzado o la combinación de los aparatos más desarrollados, es elegido por la clase dirigente como la instancia cultural más apropiada para instaurar su hegemonía dentro de la infinita gama de formaciones --- ideológicas que se enfrentan a nivel superestructural.

Privilegiados por su alto grado de funcionalidad para -- con el proyecto de desarrollo dominante, éstos, se convierten en los principales aparatos ideológicos de Estado, cuya función consiste en implantar el primordial programa de articulación y sujetamiento cultural que requiere la estabilidad del sistema social.

(7) Contrariamente a la perspectiva althusseriana que define a los aparatos ideológicos de Estado como el conjunto de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas que producen e inculcan la ideología ó falsa conciencia; nosotros concebimos los Aparatos de Hegemonía (AH) ó Aparatos Ideológicos de Estado (AIE) como el conjunto de instituciones y cuasi-instituciones especializadas -- que producen, circulan e inculcan una determinada visión de la -- realidad que le permite alcanzar a la clase, fracción de clase ó bloque en el poder poseedora de éstos, no sólo la capacidad de legitimar sus intereses particulares y reproducirse en la misma posición que ocupa en la estructura histórica, sino también de expandirse y dirigir políticamente al grupo social por vía de la -- ideología.

Cuando la ideología que se elabora, transmite e introyeta a través de estos sobre la conciencia de los agentes sociales corresponde a los intereses de la clase históricamente dominante, los AIE ó AH se convierten en dominantes, es decir, se transforman en las instituciones que contribuyen a reproducir y ampliar -- las condiciones de existencia y reinstalación de la clase dirigente por medio de la acción cultural.

Esto significa, que por mediación de esta institucionalidad cultural, el sector dirigente produce, circula e inculca su principal ideología de clase en el poder sobre las superestructuras de conciencias de la formación social. Es a través de ellos, que en última instancia, el capital ejerce su tendencia ideológica fundamental sobre los múltiples campos de conciencia de los agentes sociales, lo que le representa el control político de las mismas por vía del consenso.

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

II.- LA TRADICION MARXISTA Y LA UBICACION DE LA ESCUELA COMO APARATO IDEOLOGICO DE ESTADO.

Considerando la amplísima gama de aparatos ideológicos - con que cuenta el Estado Capitalista moderno para ejercer su política de legitimación y conducción cultural de la sociedad (Sistemas Educativos, Organizaciones Culturales, Estructuras Familiares, Sistemas de Iglesias, Aparatos Sindicales, Medios de Difusión Masivos, Agrupaciones Profesionales, Conjunto de Aparatos Jurídicos, etc. etc.), actualmente, dentro de la Concepción Materialista de la Historia, debido al retraso tradicional que ha sufrido el desarrollo de la teoría de la superestructura cultural, se vive un gran anacronismo conceptual en la tarea de precisar qué aparato de hegemonía desempeña la función dominante dentro de la sociedad civil, y por consecuencia, qué aparato ejerce la vanguardia cultural en el proceso de dirección social.

Si bien es cierto, que sobre este aspecto existen algunos pronunciamientos de carácter particular, también es cierto, - que de una u otra forma, todos ellos coinciden en términos generales con los planteamientos althusserianos que formulan que el --- principal AIE en las formaciones capitalistas actuales es el aparato ideológico escolar. Iniciada por Louis Althusser y reproducida mundialmente por diversos teóricos de la ideología, esta concepción cobra vigencia en 1970 cuando se afirma que "el aparato ideológico de Estado que ha sido puesto en posición dominante en las formaciones capitalistas avanzadas, después de una violenta - lucha de clases política e ideológica contra el antiguo aparato ideológico de Estado dominante, es el aparato ideológico escolar.

Esta tesis puede parecer paradógica si es verdad que para todo el mundo, es decir, en la representación ideológica que la burguesía trata de darse a sí misma y de dar a las clases que ella explota, el aparato ideológico de Estado dominante en las formaciones sociales capitalistas no es la Escuela, sino el aparato ideológico de Estado político, a saber el régimen de la democracia parlamentaria surgido del sufragio universal y de la lucha de los partidos (...)"

"No obstante, creemos pues tener fuertes razones para -- pensar que detrás de los juegos de su Aparato Ideológico de Estado político, que ocupa la parte delantera de la escena, lo que la burguesía ha puesto a funcionar como su aparato ideológico de Estado No. 1 y por lo tanto dominante, es el aparato escolar que de hecho ha reemplazado en sus funciones al antiguo aparato ideológico de Estado dominante, a saber la Iglesia. Se puede incluso agregar: la pareja Escuela-Familia ha reemplazado a la pareja Iglesia -Familia" (8).

(8) Althusser, Louis. Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, México, D.F., Comité de Publicaciones de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, 1a. ed., 1975, p-37 y 38. Debido a que no poseemos suficiente información para realizar un primer análisis sobre la función que desempeña la familia como aparato ideológico, no abordaremos su estudio en este trabajo. Sin embargo, pensamos que no obstante que existen reducidos estudios sobre el caso, es posible descubrir que debido a la fuerte relación de autoridad que se establece de padres a hijos, la familia capitalista ejerce una muy sólida función de micro cohesión social

Pero aún así, en términos de crear un consenso global y dinámico para legitimar las actuales estructuras de las formaciones capitalistas modernas, la familia no cobra gran relevancia como aparato hegemónico, puesto que, por una parte, no funciona como un aparato ideológico homogéneo que inculca un género específi

Secundando este pronunciamiento, Pierre Bourdieu y Jean-Claude Passeron adoptan indirectamente, en este mismo año, una -- perspectiva similar cuando expresan que "... la institución escolar es la única en detentar completamente, en virtud de su propia función, el poder de seleccionar y de formar, por una acción que se ejerce en todo el período de aprendizaje, a aquellos a los que confía la tarea de perpetuarla, y se halla por lo tanto, en la posición por definición más favorable para imponer las normas de su auto perpetuación, aunque sólo fuese al usar de su poder de reinterpretar las normas externas..." (9). O bien, cuando manifiestan que "por el hecho de que el sistema de enseñanza tradicional consigne aparentar que su acción de inculcación es completamente responsable de la producción del habitus culto o, por una contradicción aparente, que sólo debe su eficacia diferencial a las aptitudes innatas de los que la sufren, y que es independiente por lo tanto de todas las determinaciones de clase, cuando en realidad -

co de ideología dominante que tiende a legitimar uniformemente el sistema social, sino una multitud de gamas ideológicas según sea la tradición, estructura, contexto, origen de clase, etc. de cada núcleo familiar. Por otra, el radio de acción cultural familiar es muy reducido. Abarca sólo la férula del hogar y en consecuencia la sólo influencia directa sobre sus miembros que nunca llegan al nivel cuantitativo de masa, sino de pequeño grupo primario.

No obstante estos planteamientos, estamos conscientes -- que dicha realidad es otra área de la problemática ideológica que aún queda abierta a la investigación, y que el abordaje de esta temática colaborará a registrar la función histórica que ejerce cada uno de los aparatos culturales al interior de la sociedad ci vil capitalista.

(9) Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean-Claude. La Reproducción. Elementos Para una Teoría del Sistema de Enseñanza, Barcelona, España, Ed. Laia, Serie Sociología No-34, 1a. ed., 1974, p-251.

en el caso extremo no hace más que confirmar y reforzar un habitus de clase que, constituido fuera de la Escuela, está en la base de todas las adquisiciones escolares, contribuye de modo irremplazable a perpetuar la estructura de las relaciones de clase y, al mismo tiempo, a legitimarla disimulando que las jerarquías escolares que produce reproducen jerarquías sociales" (*) (10).

En 1971 esta posición es nuevamente enriquecida y matizada por Christian Baudelot y Roger Establet quienes piensan, que "... los demás aparatos ideológicos (partidos burgueses, televisión, publicidad, ejército, iglesia...) cuya acción se ejerce, o bien simultáneamente o bien ulteriormente, pueden cumplir su función de dominación ideológica sólo sobre la base de la inculcación primaria realizada por el aparato escolar. El aparato escolar ocupa así un lugar privilegiado en la superestructura del modo de producción capitalista porque es, entre todos los aparatos ideológicos, el único que inculca la ideología dominante sobre la base de la formación de la fuerza de trabajo" (11).

(*) Para verificar concretamente la concordancia de los efectos de la acción y de la selección escolares con los efectos de la educación pre o paraescolar que es dispensada de manera anónima por las condiciones de existencia, incluso especificada e investida de su significación propiamente pedagógica por la autoridad pedagógica de un grupo familiar, basta hacer señalar que, de la "sixième" al "Polytechnique", la jerarquía de los centros según el prestigio escolar y el rendimiento social de los títulos a los que conducen corresponde estrictamente a la jerarquía de estos centros según la composición social de su público.

(10) Ibid p-262-263.

(11) Baudelot, Christian y Establet, Roger. La Escuela Capitalista, México, D.F., Ed. Siglo XXI, 4a. ed., 1977, p-254-255.

Igualmente, en forma indirecta, en 1972 en el prólogo a edición italiana de "La Reproducción", Giovanni Bechelloni comparte la idea de que el aparato escolar desempeña una posición dominante frente al conjunto cultural, y muy especialmente, en relación a la comunicación de masas. Al respecto indica que una segunda aportación de Bourdieu y Passeron al estudio de los AIE, ha sido "el haber puesto en una cadena lógica y coherente, la secuencia de relaciones sociales, escuela y cultura poniendo en claro los mecanismos a través de los cuales actúan los condicionamientos sociales y su interiorización por parte de ambos sujetos de la relación pedagógica (los docentes y los alumnos). En particular en un momento en que la mitología sobre la "escuela paralela" de los medios de comunicación de masas es moneda corriente (tanto como para determinar masivas inversiones en el sector de los "maquinistas") adquiere particular relieve el haber mostrado cómo la relación con la escuela condiciona las sucesivas relaciones con las instancias culturales sea en lo que concierne a la oportunidad de acceso, como el nivel de decodificación" (12) (*).

Al parecer, con estos desarrollos, la concepción althusseriana del aparato ideológico dominante ocupa la vanguardia teórica, y se reproduce universalmente como concepción imperante dentro de la problemática de la ideología tratada por el materialis-

(12) Bechelloni, Giovanni. Prólogo a la Edición Italiana de la Reproducción, Obra cit., p-23.

(*) Véase: P. Bourdieu y A. Darhel, L'Amour de l'Art, de próxima publicación en Edizioni Guaraldi y Mitosociología, Guaraldi, 1970.

mo histórico. Este es el caso de América Latina en donde a partir de 1970 las concepciones althusserianas, además de adquirir un rango directriz en el tratamiento global de los fenómenos culturales, han dominado la raquítica labor de investigación y análisis que se ha efectuado en la región, para determinar qué aparato ideológico ejerce la función dominante en el proceso de reproducción de los fenómenos capitalistas latinoamericanos.

Fecundado por esta concepción, Tomás Amadeo Vasconi desarrolla en Chile en 1972 y posteriormente en Argentina en 1973, una adaptación de las tesis althusserianas para analizar el aparato escolar como instancia cultural dominante en la historia latinoamericana. Formula que dentro del conjunto de aparatos con que cuenta el Estado capitalista contemporáneo para instrumentar su ideología dominante, "la Escuela posee una significación singular, sin que esto signifique desconocer la importancia de otros que tienen funciones similares, como los llamados "medios de comunicación de masas". Ella es el lugar, por excelencia, de transmisión e imposición de las ideas de la cultura dominante" (13). Por lo tanto, "la Escuela, como lugar de transmisión e imposición de la ideología dominante, es el "lugar" en que se ejerce la violencia -aunque no física en este caso, sino "simbólica" (*)- de la clase

(13) Vasconi, Tomás Amadeo. Contra la Escuela. (Borradores Para una Crítica Marxista de la Educación), en Rev. Sociedad y Desarrollo No-2 Abril-Junio 1972, Centro de Estudios Sociales (CESO), Santiago de Chile, p-16.

(*) Véase para este concepto, P. Bourdieu et Jean Passeron. La Reproduction: elements pour une theorie du systéme d'en-

dominante, y también por lo mismo, "lugar privilegiado" de la lucha ideológica" (14).

En 1976 reproduciendo literalmente los primeros enunciados althusserianos sobre la dominancia cultural de la Escuela, Mario Monteforte Toledo reitera que "la escuela-familia ha reemplazado a la pareja iglesia-familia. Ello se debe, a que ningún otro aparato ideológico dispone durante tantos años como la escuela de la audiencia obligatoria y gratuita de entre la totalidad de niños del conglomerado social" (15).

seignement. París. Les Editions de Minuit, 1970. Allí puede leerse: "Toda imposición, por un poder arbitrario, de un arbitrario cultural" (p.19).

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

(14) Ibid, p-17. Estas dos posiciones son reproducidas idénticamente en 1977 por T.A. Vasconi en su artículo, Aportes Para una Teoría de la Educación. Sobre la Imagen Pequeño Burguesa de la Escuela; La "Pirámide Escolar" y la "Democratización" en: La Educación Burguesa, Autores Varios, México, D.F., Ed. Nueva Imagen, 1a. ed., 1977, p-321, 322 y 323.

(15) Monteforte Toledo, Mario. Las Ideologías, en: Lite-

Por último, influenciado por esta herencia teórica, en 1978 el investigador Enrique Luengo al cuestionarse si el aparato escolar es el instrumento dominante en América Latina, dónde todavía existe un promedio muy bajo de escolaridad, concluye en las mismas perspectivas anteriores que, "la escuela es el lugar privilegiado en que se ejerce la "violencia" (*) de la clase dominante y también el lugar de la lucha ideológica" (16).

En síntesis, sin negar la importancia fundamental que le corresponde al sistema educativo en el proceso de reproducción de las formaciones capitalistas contemporáneas, pensamos que es la herencia de esta perspectiva en América Latina la que indirectamente ha contribuido a privilegiar, dentro del terreno de las ciencias sociales latinoamericanas, el tratamiento sobresaliente de la problemática de los aparatos educativos y no de otros sistemas de aparatos hegemónicos más vertebrales para la reproducción del sistema en su nueva fase de acumulación de capital. Representativos de esta tendencia, son los trabajos de Guillermo Briones sobre la reproducción de la ideología dominante a través de las universidades chilenas (17), el análisis de Guillermo Labarca so-

ratura, Ideología y Lenguaje, México, D.F., Ed. Grijalvo, S.A. 1a. ed., 1976, p-189.

(*) Bourdieu, P. Passeur, J.C. La Reproducción, Obra cit.

(16) Luengo González, Enrique. Una Respuesta a las Distintas Explicaciones Sobre la Problemática Educativa de América Latina, en: Cuadernos de Sociología No. 3, Vol-II, junio-julio de 1978, Depto. de Sociología, Universidad Iberoamericana, p-33 a 39.

(17) Briones Guillermo. Chile. La Reproducción de la Ideología Dominante. La Universidad y Los Sectores Medios, en: Re-

bre el papel de la escuela secundaria en Chile (18), y el trabajo colectivo de Giorgina Bini, Mercedes Calero, Guillermo Luque, Jesús Díaz, Carola Márquez, Aída Gutiérrez, Arminda Reyes, Ana Boggio, Gustavo Riofrio, Rafael Roncagliolo, Ana María Nethol, Dardo Arbide, Martha Crivos y Stella Ferrarini sobre la función de los libros de texto en América Latina (19).

vista Problemas del Desarrollo No. 15, Revista Latinoamericana de Economía, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México, Año IV, agosto-octubre de 1973, México, D.F., p-39 a 52.

(18) Labarca, Guillermo. Un Examen al Examen: La Escuela Secundaria en Chile, en: Revista Comunicación y Cultura No. 1., Ed. Nueva Imagen, México, D.F., 1977, 4a. ed., p-89 a 102.

(19) Giorgina Bini y otros. Los Libros de Texto en América Latina, México, D.F., Ed. Nueva Imagen, 1977, 1a. ed.

III.- LA FUNCION ESTRUCTURAL QUE DESEMPEÑA EL APARATO EDUCATIVO.

Revisando la trayectoria que ha seguido esta corriente de investigación ideológica, observamos que la aportación de dicha escuela no ha sido la de únicamente haber iniciado el análisis para determinar cuáles son los principales soportes que generan la dominancia ideológica que impregna y dirige al cuerpo general del nivel cultural de la formación social, sino también la de argumentar a partir del desempeño de qué funciones, éstos se constituyen en dominantes. Al cuestionarse por qué el aparato escolar se convierte en la vanguardia cultural del Estado capitalista contemporáneo, esta tendencia fundamenta sus tesis en la función estructural que éste ejerce al interior del sistema social. Llegando a un consenso general, con diversos términos y análisis de casos, los investigadores de dicha perspectiva piensan que la tarea que desempeña la escuela en la formación capitalista, y que en consecuencia la consagra como el aparato de hegemonía dominante, es doble: A.- por una parte, porque contribuye a reproducir la formación de la fuerza de trabajo; y B.- por otro, porque colabora a la inculcación de la ideología burguesa.

A.- LA REPRODUCCION DE LA FORMACION DE LA FUERZA DE TRABAJO.

En cuanto a la reproducción de la formación de la fuerza de trabajo encontramos que, según L. Althusser, a diferencia del modo de producción servil, en el modo de producción capitalista "ésta tiende (se trata de una ley de tendencia) a ser asegurada "sobre el terreno" de la producción (aprendizaje en la producción masiva), sino cada vez más fuera de la producción: por medio del

sistema escolar capitalista y de otras instancias e instituciones"

"Ahora bien, ¿pero qué se aprende en la escuela?. Se llega más o menos lejos en los estudios, pero se aprende de todas maneras a leer, a escribir, a contar, por lo tanto algunas técnicas y no pocas otras cosas, comprendidos algunos elementos (que pueden ser rudimentarios o al contrario profundos) de "cultura científica" o "literatura" directamente utilizables en los diferentes puestos de la producción; (una instrucción para los obreros, otra para los técnicos, una tercera para los ingenieros, una cuarta para los cuadros superiores, etc.) Se aprenden allí pues "algunas -habilidades" (20).

En otros términos, "el aparato escolar contribuye por su parte a la reproducción de la calidad de la fuerza de trabajo, -- aún si esta última no recibió su verdadera calificación, si debe adiestrarse realmente, ya sea en las escuelas de aprendizaje de - las empresas o bien en el trabajo. Esta contribución a la repro-- ducción de la calidad de la fuerza de trabajo consiste en la --- transmisión de conocimientos y destrezas (en particular lo funda- mental, como leer, escribir, contar, y luego otras cosas para las que ingresarán en las calidades "profesionales" de trabajador o - de técnico). Todos estos conocimientos y destrezas cuentan con -- núcleos de objetividad y con un sentido productivo, aún cuando -- los contenidos sean incompletos y característicos" (21).

(20) Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado, Obra -- cit., p- 14.

(21) La Reproducción, Obra cit., p- 245.

Por lo tanto, "el papel esencial que desempeña la "escuela como lugar de formación totalmente separado de la producción, es la de inculcar, bajo la forma de rudimentos, las técnicas indispensables para la adaptación al maquinismo en general en forma preparatoria. Es en la fábrica, bajo la coacción (explotación, -opresión política, dominación ideológica) donde la combinación de be efectuarse normalmente" (22). La preparación de esta cualificación de la fuerza de trabajo, se realiza de manera diferenciada para formar dos redes o niveles acordes con la división de clases del modo de producción capitalista: la formación de la fuerza de trabajo proletaria y la formación de la fuerza del trabajo burguesa.

B.- LA INCULCACION DE LA IDEOLOGIA DOMINANTE.

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

En otros términos, la Escuela (pero también otras insti-

(22) Ibid, p-255.

luciones del Estado como la Iglesia y otros aparatos como el Ejército) enseñan "habilidades" pero en formas que aseguren el sometimiento a la ideología dominante o la dominación de su "práctica". Todos los agentes de la producción, de la explotación y de la represión, sin hablar de los "profesionales de la ideología" (Marx), deben estar a un título u otro "penetrados" de esta ideología, para poder realizar "concienzudamente" su tarea, sea la de explotados (proletarios), sea la de explotadores (capitalistas), sea la de auxiliadores de la explotación (los cuadros), sea la de los grandes sacerdotes de la ideología dominante (sus funcionarios), etc...".

"En consecuencia, la reproducción de la fuerza de trabajo hace aparecer, como su condición sine qua non, no solamente la reproducción de su "calificación", sino también la reproducción de su sometimiento a la ideología dominante; o de la "práctica" de esta ideología con esta precisión, la precisión de que no es suficiente decir: "no solamente, sino también", porque ocurre que es en las formas y bajo las formas del sometimiento ideológico como se asegura la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo" (23).

Es por ello, "que se aprenden en la escuela las "reglas" del buen comportamiento que deben observar, según el puesto a que esté "destinado" todo agente de la división del trabajo: reglas de moral, reglas de conciencia cívica y profesional, lo que quie-

(23) Ideología y Aparatos Ideológicos, Obra cit., p-15 y 16.

re decir, hablando con claridad, reglas de respeto a la división social-técnica del trabajo y en definitiva reglas del orden establecido por la dominación de clases. Se aprende allí también "a hablar bien francés", a "redactar bien", es decir (para los futuros capitalistas y sus servidores), a "mandar bien" o lo que es lo mismo (solución ideal) a "hablar bien a los obreros", etc." -- (24).

Ahora bien, el hecho de que el aparato ideológico escolar inculque la ideología dominante en los términos expuestos, no lo convierte en el aparato ideológico dominante, puesto que esta misma socialización cultural (25), la realizan otros aparatos de hegemonía como la iglesia, la familia, algunos aparatos culturales, etc, etc. Lo que lo convierte en dominante son las condiciones en que lo practica, y estas, en forma esquemática, a juicio de Louis Althusser, son dos:

a.- En primer término, debido a que el aparato escolar inicia su operación de inculcación ideológica desde la segunda etapa más temprana de socialización (la primera es el período de socialización que se da entre el lactante y los padres) por la que atraviesa el desarrollo de la conciencia de los agentes sociales: la niñez. De esta forma, desde una de las fases más prima---

(24) Ibid, p- 14-15.

(25) Por socialización ideológica ó aculturación entendemos el proceso cultural mediante el cual los individuos ó agentes sociales de una formación histórico social determinada asimilan como propias las ideas ó pautas de comportamiento específicos de la sociedad y del estrato de clase en el que están inscritos.

rias de la conciencia individual, el aparato pedagógico inculca un conjunto de ideologías diferenciales que contribuyen a reproducir las diversas condiciones psicológicas que requiere la existencia y reproducción de los múltiples puestos y funciones del proceso capitalista de desarrollo desigual: el capital cultural del explotador y el capital ideológico del proletariado (26).

Así, Althusser explica que la escuela "toma a los niños de todas las clases sociales desde el maternal, y el kinder, tanto con los nuevos como con los antiguos métodos, les inculca durante años en los que el niño es más "vulnerable", cogido entre el aparato de Estado familiar y el aparato de Estado Escolar, se les inculcan las "habilidades" todas ellas envueltas en la ideología dominante (el francés, el cálculo, la historia natural, las ciencias, la literatura), o simplemente la ideología dominante en estado puro (la moral, la instrucción cívica, filosofía). En alguna parte por ahí a los 16 años una enorme masa de niños cae "en la producción": son los obreros o los pequeños campesinos. Otra parte de la juventud escolarizable continúa: y valga lo que valga hace otro tramo de camino para proveer los puestos de los pequeños y medianos cuadros, empleados, pequeños y medianos funciona-

(26) Por capital cultural ó capital ideológico comprendemos el conjunto de conocimientos que le permiten a un individuo, a una clase ó a una fracción de clase, ejercer la función cultural que le ha asignado la dinámica histórica dentro de la estructura de la formación económico-social. En el modo de producción capitalista, observamos básicamente dos tipos de capitales ideológicos: el capital cultural de la burguesía, que son todos aquellos conocimientos que le permiten desempeñar el papel de clase explotadora; y el capital cultural del proletariado que son todas aquellas informaciones ó ideologías que la mantienen como sector explotado, sin permitirle la formación de una conciencia de clase "para sí".

rios, pequeños burgueses de toda clase. Una tercera parte llega - hasta la cima, sea para caer en el semi-desempleo intelectual, - sea para ofrecer, además de los intelectuales del trabajador colectivo", los agentes de la explotación (capitalistas, managers), los agentes de la represión (militares, policías, políticos, administradores, etc.) y los profesionales de la ideología (curas de todas las clases, la mayoría de los cuales son "laicos" convencidos)".

"Cada masa que cae en medio del camino está prácticamente provista de la ideología que conviene al papel que debe desempeñar en la sociedad de clase: papel de explotado (con "conciencia profesional", "moral", "cívica", "nacional" y apolíticamente "desarrollada"); papel de agente de la explotación (saber mandar y hablar con los obreros: "relaciones humanas"), agentes de la represión (saber mandar y hacerse obedecer "sin discutir" o saber manejar la demagogía y la retórica de los dirigentes políticos) o de profesionales de la ideología (que saben tratar la conciencia con el respeto, es decir, con el desprecio, el chantaje, la demagogía que conviene, acomodados a los acentos de la moral, de la - virtud, de la "trascendencia", de la nación, y del papel de Francia en el mundo, etc.)".

b.- Y en segundo término, porque a diferencia de otros - aparatos ideológicos, el aparato pedagógico cuenta con un prolongado y seguro período de inculcación cultural que le permite moldear de la manera más adecuada la conciencia de los agentes en -- función a las necesidades de la reproducción social. Así enfatiza que, "seguramente, buen número de estas virtudes contrastadas (mo

destia, resignación, sumisión por una parte, cinismo, desprecio, orgullo, seguridad, grandeza, hablar bien y habilidad, por otra) se aprenden también en las familias, en la Iglesia, en el ejército, en las Bellas Letras, en las películas e incluso en los estadios. Pero ningún aparato ideológico de Estado dispone durante -- tantos años de una audiencia obligatoria (y, es lo menos importante, gratuita ...), de 5 a 6 días sobre 7, a razón de 8 horas por día, de la totalidad de los niños de la formación social capitalista ..." (27).

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

(27) Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, Obra - cit., p- 40-41.

IV.- LOS MEDIOS DOMINANTES DE DIFUSION DE MASAS, COMO LOS PRINCIPALES APARATOS DE HEGEMONIA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO.

Teniendo en cuenta las formulaciones anteriores, pensamos que, si bien es cierto que, esta doble función que ha desempeñado la escuela ha sido fundamental para la reproducción del modo de producción capitalista en sus etapas anteriores (28), en la actual fase de desarrollo por la que atraviesa el capital, sin dejar de ser necesario, el aparato escolar ha dejado de ocupar el papel dominante para ser substituido desde 1930 en adelante (fecha en que se consolida el desarrollo de los aparatos de transmisión electrónicos), por los aparatos de difusión de masas (29). -

(28) Un buen análisis que muestra de manera aproximada la función básica que ha desempeñado el aparato escolar en el sostenimiento y la reproducción de las estructuras del capitalismo latinoamericano durante el siglo XIX y XX, lo encontraremos en el estudio de T. Amadeo Vasconi, Ideología, Lucha de Clases y Aparatos Educativos en el Desarrollo de América Latina., en: La Educación Burguesa, Obra cit., p-173 a 198. Otro interesante trabajo sobre la tarea que ejerció la escuela en el proceso la acumulación de capital en Chile en el período 1960-1970, lo encontramos en la investigación de Guillermo Labarca, Acumulación y Educación en Chile: Un Esquema de Análisis, en: La Educación Burguesa, Obra cit., p- 157 a 172.

(29) Por Aparatos de Difusión de Masas (ADM) entendemos al conjunto de instituciones e instrumentos culturales que, derivados del vertiginoso desarrollo que alcanzan las fuerzas productivas (tecnología, especialmente de carácter electrónico) con la irrupción de la primera, segunda y tercera revolución industrial, son capaces de producir, distribuir e inculcar la ideología de la clase ó fracciones de clases que los detenta, en la proporción más voluminosa, en la cobertura más amplia y con la incidencia más constante sobre los campos de conciencia de los diversos grupos sociales que componen la formación social donde se inscriben. Todo esto con objeto de convalidar colectivamente sus intereses y necesidades de fracción de clase particular para reproducirse en la esfera de poder que le corresponde, según sean las necesidades de cada coyuntura histórica por la que atraviesa.

Es decir, en la historia presente, tanto en las zonas del capitalismo central cómo en las áreas del capitalismo periférico, los aparatos de mayor potencial socializador para realizar y consolidar colidianamente al bloque histórico dominante, en función a -- las necesidades de existencia y reproducción -- transformación que presenta el capital en sus diversas coyunturas de desarrollo, no son los aparatos ideológicos escolares, sino los medios dominantes de difusión masivos (T.V., Radio, Cine y Prensa), y muy en especial, los medios electrónicos de difusión colectiva.

Esto significa que, en las formaciones capitalistas contemporáneas y en particular en las formaciones capitalistas dependientes de América Latina, debido, por una parte, a los avances científicos que ha conquistado la industria electrónica y la producción técnico-espacial para estrechar vertiginosamente el espacio físico-temporal que requiere la realización del circuito del modo de comunicación social, y por otro, a la recuperación e incorporación refuncionalizada de dichas técnicas y avances cibernético-materiales por el Estado capitalista nacional y multinacional para afianzar e impulsar sus proyectos ampliados de desarrollo desigual, los medios de difusión colectiva se han convertido en los instrumentos más eficientes para lograr cotidianamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación de la base material de la formación histórica, con su superestructura de organi

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

zación y regulación social.

Pensar lo contrario, es decir, afirmar que el aparato escolar sigue siendo el principal soporte cultural del proyecto de legitimación del Estado capitalista moderno, es encerrarse nuevamente en un anacronismo histórico que transplanta rígida y mecánicamente las particularidades de la superestructura ideológica de la fase del capitalismo pre-monopolista, a la superestructura de la etapa del capitalismo monopolista e imperialista. Es no reconocer que a partir del surgimiento y de la consolidación de los aparatos de difusión de masas, la sociedad civil de la formación capitalista y su bloque histórico correspondiente, han sido afectados, modificados y refuncionalizados sustancialmente por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas. Es adoptar un desfase teórico-histórico que niega el desarrollo cualitativo (especialmente tecnológico) y cuantitativo de los soportes ideológicos, y que, en consecuencia, desemboca en una desviación política que impide avanzar en la labor estratégica de precisar correctamente qué aparato de hegemonía desempeña la función dominante dentro de la sociedad civil. Se obstruye, por lo tanto, la tarea de conocer qué aparato ejerce la vanguardia cultural en el proceso de cohesión social.

La primacía de los medios, en la articulación y consolidación de esta relación estructural, básicamente la observamos, - entre otras, por la triple inserción orgánica que efectúan estos en el proceso de reproducción fundamental de la formación capitalista. Es decir, a través de la práctica simbólico-cultural que operan las instituciones de difusión de masas, se realizan simul-

táneamente las siguientes tres funciones vertebrales que requiere la estructura global del sistema capitalista, para existir y --- reinstalarse como relación dominante dentro del conjunto de relaciones sociales que componen la formación económico-social:

A.- La aceleración del proceso de circulación material - de las mercancías; B.- La inculcación de la ideología dominante a través del aparato de la cultura de masas, y C.- Su contribución a la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo.

A.- LA ACELERACION DEL PROCESO DE CIRCULACION MATERIAL DE LAS MER-
CANCIAS.

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

De esta manera, el discurso publicitario que introyectan los aparatos de difusión de masas sobre el campo de conciencia de los agentes sociales, colabora medularmente a acortar la fase del

consumo masivo que requiere el circuito del capital en su etapa contemporánea de reproducción ampliada para reproducirse como capital productivo. Esto es, para consolidarse como el proceso de valor que genera plusvalor a partir del excedente extraído a la fuerza de trabajo asalariada en el proceso de la producción capitalista. Ello quiere decir, que la práctica publicitaria que desarrollan los aparatos de difusión de masas, reduce el tiempo de rotación del capital desde el instante en que estos procuran que la masa de mercancías elaboradas por la industria capitalista, sean consumidas en el menor tiempo posible por la población y su oferta sea nuevamente exigida por el consumidor.

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

Con ello, se armoniza el ritmo y la producción de bienes con la velocidad y la masa de mercancías consumidas, es decir, para la producción a gran escala se crea un consumo masificado que se extiende, primero, en un espacio regional, y segundo, en una -

cobertura internacional. Así, se puede decir que con la nueva práctica cultural que desde 1900 en adelante ejercen los aparatos de difusión colectiva, se introduce masivamente en las sociedades civiles de las formaciones capitalistas contemporáneas una nueva relación económico-cultural que históricamente se expresa de la siguiente manera: si la industrialización del capital masifica la producción, la práctica publicitaria de los aparatos de difusión de masas masifica el consumo.

En este sentido, podemos decir que el nuevo modo de información de masas, a través del discurso publicitario que practica imprime una velocidad cualitativa al proceso de realización del valor, y bajo esta modalidad se inserta orgánicamente en el proceso global de circulación del capital. Esto significa que, la operación de éstos no añade ningún valor al producto. Su funcionamiento contribuye exclusivamente a posibilitar las condiciones de realización de la plusvalía a nivel de la rotación del capital.

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

namiento global del sistema capitalista: la integración economía-superestructura cultural.

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

En consecuencia, los aparatos de difusión de masas no deben ser considerados como entidades complementarias para la reproducción del sistema, sino como una parte fundamental del capital constante que requiere el proceso de reproducción de la sociedad capitalista que ha entrado en su fase monopólico-industrial (30).

Esta tarea no la realiza ningún otro aparato de hegemonía, sino que es propia de los diversos medios dominantes de difusión masiva, y cuando más, en condiciones de crisis económico social del circuito cultural en sentido amplio.

(30) Para ampliar el conocimiento sobre la función económica que históricamente han desempeñado los aparatos de difusión de masas en la sociedad capitalista, consultar nuestro trabajo: - El Surgimiento Histórico de los Aparatos de Difusión de Masas y Su Incidencia en el Proceso de Acumulación de Capital, Memorias - del Tercer Congreso Nacional de Economistas, Colegio Nacional de Economistas, México, D.F., marzo de 1979, p-114 a 153.

B.- LA INTROYECCION DE LA IDEOLOGIA DOMINANTE.

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

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

Esta función no es exclusiva de los medios de difusión -

masiva, sino del conjunto de aparatos ideológicos del Estado capitalista que soportan su superestructura cultural. Lo que sí es -- propio y singular de éstos, es la forma masiva, instantánea y de perfección tecnológica con que la ejercen. Propiedades que caracterizadas por los siguientes aspectos, los han convertido en los principales aparatos de hegemonía de la actual sociedad civil del Estado capitalista moderno:

1.- SU AMPLIO RADIO DE ACTUACION IDEOLOGICA.

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

Mientras los sistemas escolares, sindicales, familiares, religiosos, políticos, etc., se dirigen como aparatos ideológicos de Estado, a diversos públicos reducidos, que casi nunca rebasan la categoría o el nivel de masas, los medios de difusión colectiva, se dirigen simultáneamente a multitud de sectores constituidos por millones de receptores heterogéneos, ubicados sincrónicamente en las condiciones y regiones más disímolas y polarizadas que conforman la formación social de que se trata. Desde el surgimiento de los aparatos de difusión de masas, hasta su actual esta

do de desarrollo, su radio de acción cultural ha sufrido una creciente evolución histórica que les ha permitido alcanzar gradualmente la mayor cobertura ideológica de que se tenga registro al interior de la sociedad civil contemporánea. Su penetración ha sido tal, que en algunos casos apoyados en la infraestructura tecnológica de transmisión local (sistema regional de comunicaciones) y en otros en la infraestructura material de difusión internacional (estructura de satélites y telecomunicaciones artificiales), los aparatos de difusión colectiva han conquistado una cobertura mundial que se extiende a todas las coordenadas del planeta.

Revisando algunos hechos ilustrativos que confirman los márgenes de la extensión cultural de los medios (cada uno de los cuales conlleva diversas implicaciones ideológicas), observamos que, por ejemplo en septiembre de 1973 la American Broadcasting Corporation (ABC) en el folleto titulado "Worldvisión, Your Passport To The Future", manifiesta que su cobertura televisiva ha superado las fronteras nacionales y ahora trabaja a nivel mundial abarcando los siguientes países: Buenos Aires, Argentina (Canal 11); Adelaide, Australia, (Canal 9); Río de Janeiro, Brasil (canal 2); Toronto, Canadá (Canal 9); San José, Costa Rica (Canal 7); Guayaquil, Ecuador (Canal 4); San Salvador, El Salvador (Canal 6 y 8); Ciudad de México, México (Canal 5); Tegucigalpa, Honduras (Canal 5); Osaka, Japón (Canal 4); Beirut, Libano (Canal 11) (31).

(31) Cremoux, Raúl. En las Redes del Pescador, Excélsior 1 de septiembre de 1978, p-11-B. Aunque a lo largo de esta ejemplificación se mostrarán una serie de datos históricos sobre la cobertura progresiva que han ido conquistando los diversos aparatos de comunicación de masas, ésto no significa que para nosotros

En junio de 1979 la radio y la T.V. alemana alcanzan un margen de 1,000 millones de receptores al transmitir en vivo desde Munich - el "Campeonato Mundial de Futbol" (32). En octubre de este mismo año, se emite a más de 39 naciones el "Encuentro Mundial de la Comunicación", desde el Puerto de Acapulco, México (33). En el marco de este mismo período y con el apoyo del satélite INTELSAT, se difunde desde la T.V. mexicana a 32 países de América, Asia y Europa, la "Inauguración de los VIII Campeonatos Mundiales de Vólibol" (34).

De la misma forma, en septiembre de 1975 se da a conocer en la Cd. de México a más de 20 millones de ciudadanos el "V Informe Presidencial del Gobierno del Presidente Luis Echeverría" - (35). En junio de 1978 la Federación Internacional de Futbol (FIFA) acepta que el Mundial de Futbol sea transmitido desde Argentina a 1,200 millones de aficionados (36). En septiembre de este -

la simple ampliación tecnológica de su radio de acción cultural - sea la única propiedad relevante que los convierte en dominantes, sino también el tipo de contenidos ideológicos que inculcan. Realidad que no será examinada en este trabajo, sino que queda pendiente para ser investigada en las diversas coyunturas sociales - en las que se efectúan.

(32) Latapi, Pablo: Dos Mundiales: Futbol y Economía. -- Nueva Conciencia Planetaria, Excélsior, 8-junio de 1974, p- 7-A.

(33) Darán Difusión por Satélite al Encuentro de la Comunicación, Excélsior, 17-octubre de 1974.

(34) La Inauguración de los VIII Campeonatos de Bolibol Pasarán en 32 Países, Vía Satélite; Excélsior 27-9-74, p-16-B.

(35) El Informe Presidencial Será Visto y Oído por 20 Millones, Excélsior, 28-agosto de 1975, p-28-A.

(36) Uno en el Mundial, Uno más Uno, 2-junio de 1978. -- p-28.

mismo año la televisión brasileña presenta a dos millones de brasileños de todos los estados del país, el "I Festival de Jazz de Sao Paulo" (37). En noviembre de 1978, la Organización de la Televisión Iberoamericana (OTI), difunde desde Santiago de Chile a -- 250 millones de personas ubicadas en 21 países del continente y -- España, el "Séptimo Festival de la Canción OTI" (38). Después de muchos años de trabajo, en diciembre de este mismo año, la emisora "Deutsche Welle", con objeto de influir en el desarrollo político-ideológico de la conciencia de los países socialistas y de -- orientar el trato político de las naciones miembros del Pacto Varsovia con la Unión Soviética, transmite al mundo en 34 idiomas -- desde la República Democrática Alemana, una nueva ofensiva política a través de mensajes radiofónicos (39).

Como resultado de los acuerdos que establece el gobierno mexicano con diversos países europeos en enero de 1979, el Noticiero "Siete Días" alcanza una cobertura radiofónica de más de -- 100 países. La difusión de dichos noticieros por los Canales Libres Internacionales de las estaciones XEB y Radio México (XERMX), se escucha en Centro y Sudamérica en Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Panamá, Venezuela, Colombia, Brasil, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Ecuador. En la zona del Ca-

(37) Dos Millones Vieron por T.V., en Sao Paulo, Brasil, el I Festival de Jazz, Excélsior, 21-septiembre de 1978, p-16-C.

(38) A 21 Países del Continente, y España, Llegará el -- Festival OTI, Excélsior, 30-noviembre de 1978, p-16-C.

(39) "Deutsche Welle" Transmite en 34 Idiomas, Excélsior, 18 de diciembre de 1978, p- 3-B.

ribe en Cuba, Puerto Rico, República Dominicana, Jamaica, Curazao, Haití y Aruba. En Estados Unidos y Canadá lo reciben las ciudades donde hay importantes grupos de hispanoparlantes, como Washington, DC, San Francisco, Nueva York, Detroit Chicago, Boston, Los Angeles, San Antonio, Dallas, Houston, Seattle, Nueva Orleans, Miami, Vancouver, así como en Quebec, Montreal y Ottawa entre otras. En cuanto a Europa, Africa, Asia y Oceanía, "Siete Días" del Canal 13 es transmitido en directo a más de 96 países para las colonias de hispano parlantes (40).

En enero de 1979 la agencia Associated-Press realiza una encuesta sobre las características de la T.V. en América Latina. En lo que se refiere a cobertura del medio, el estudio revela que en Brasil la T.V. cubre a 75 millones de los 115 millones de brasileños. En México 45 millones de los 65 millones de mexicanos -- tienen televisión. En Argentina el 80% de la población posee televisión, pero sólo en blanco y negro. Colombia, debido a su gran - atraso económico sólo una tercera parte de los habitantes reciben la señal de T.V. En Perú casi la totalidad de los 16 millones de personas tienen T.V. En Venezuela siete de cada 10 hogares tienen T.V. En Uruguay casi todos los 2.7 millones de uruguayos han comprado T.V." (41). Con motivo de la visita del Papa Juan Pablo II a México en este mismo mes, la Secretaría de Comunicaciones y --- Transportes, con apoyo de la Radio Televisión Italiana (RAI), T.V.

(40) "Siete Días", Primer Noticiero Mexicano con Cobertura Mundial, El Día, 9 de enero de 1979.

(41) Encuentro Sobre la T.V. en América Latina, Excélsior 8 de enero de 1979, Tercera Parte de la Sección A, p- 3.

España Radio Globo de Brasil, La European Broadcasting Union -- (EBU), el satélite INTELSAT IV-A-F-1 para la Región del Atlántico y IV-F-2 para la Región del Caribe, transmite a 800 millones de -- espectadores los acontecimientos relativos al viaje del Papa a -- América. (42) Apoyada en toda una gama de subempresas, ideologías parciales y diversos géneros literarios, la industria de la histo-- rieta en México en 1979 edita 158 títulos a la semana, vende 70 -- millones de ejemplares de historietas y fotonovelas al mes, 50 de ellas se consumen en el país, 20 se exportan a Centroamérica y -- parte de los Estados Unidos con población mexicana (43).

En relación a la difusión de los próximos juegos olímpicos, la comisión coordinadora informa que después de haber llega-- do a un acuerdo la Organización de la Televisión Iberoamericana -- (OTI) con el Comité Olímpico Internacional (COI), se anticipa que los próximos Juegos Olímpicos de Moscú en 1980 podrán ser vistos por 2000 millones de telespectadores distribuidos en 19 países la-- tinoamericanos, España y Portugal (44). Por último, en lo que se refiere a la futura cobertura cotidiana de los medios, observamos que en Europa ya se están dando los primeros pasos para estable--

(42) Ochocientos Millones Verán la Llegada del Papa a Mé-- xico, Excélsior, 26-enero de 1978, p-15-C; y Se Utilizarán 2 Saté-- lites Para Cubrir la Visita del Papa Juan Pablo II en México, --- Excélsior, 27 de enero de 1979, p- 14-B.

(43) Mitos y Monitos. Sólo Una Editorial de Comics, Está Ligada a una Transnacional, Entrevista de Tereza Gurza a Irene -- Hérner y María Eugenia Chellet, en: Periódico El Día, 18 de abril de 1979, p-6.

(44) Los Juegos Olímpicos de Moscú Serán Vistos por 2000 Millones de Personas, Excélsior, 24 de enero de 1979, p- 17A.

cer una televisión continental, que penetrará simultáneamente, en un principio en los principales países europeos, y finalmente en toda la región. Financiado e impulsado por Alemania y Francia, dicho proyecto operará en base a tres nuevos satélites que serán -- lanzados respectivamente por estas naciones en 1983, 1984 y 1986. Con esta moderna infraestructura de transmisión espacial gran parte del continente europeo quedará conectado a través de la T.V. - Así por ejemplo, los programas franceses se recibirán en las dos terceras partes de la Gran Bretaña, en los países del Beneluz, -- Alemania, en el Norte de España hasta Barcelona, y en el Norte de Italia. Los alemanes por su parte, "regarán" el Benelux Germano, - Suiza, Francia hasta París, Alemania del Este y Austria hasta Viena (45).

Sin embargo, no obstante que una de las principales es--trategias que emplean los aparatos de difusión de masas para in--crementar su radio de acción cultural, es la transmisión directa y simultánea de sus discursos a través de la infraestructura lo--cal, regional y mundial de la transmisión colectiva, este no es - el único recurso tecnológico con que la industria cultural cuenta en la actualidad. Existe otro que, sin captar simultáneamente los auditorios estratosféricos que cautiva la comunicación vía satélite, cubre, a largo plazo, de manera más selecta, precisa y confiable, un gran margen de agentes sociales de diversas formaciones - económico-sociales: es aquel mecanismo que, conocido bajo el con-

(45) Un Primer Paso Hacia la T.V. Universal, El día, 9 - de marzo de 1979, p-24.

cepto técnico de "reproducción de originales", se encarga de difundir ante multitud de públicos un mismo producto cultural que se ha multiplicado materialmente infinidad de veces, con objeto de ser transmitido ante diversos sectores de receptores que constituyen a largo plazo un amplio auditorio de masas.

Este es el caso del discurso cinematográfico y de algunas manifestaciones del discurso televisivo o radiofónico, que después de su proceso de producción simbólico-ideológico, se reproduce industrialmente con objeto de alcanzar mundialmente la mayor cuota de mercados culturales. Algunas situaciones que demuestran esta tendencia de los aparatos de masas, la observamos con las cintas de James Bond, que después de haberse producido, reproducido y difundido en innumerables ocasiones durante 17 años en todos los continentes, en 1978 sólo dos de sus películas se han formado ya un auditorio compuesto por la cuarta parte de la población mundial (146). Este mismo fenómeno lo registramos en la actual producción televisiva, en donde encontramos que por ejemplo, en octubre de 1979 una misma serie de televisión dominada "La Historia de la Humanidad", es comprada inicialmente por más de 40 países para ser transmitida a sus diversos públicos locales (47). Con motivo de la organización del "Año Internacional del Niño", un conjunto de 78 programas didácticos de 15 minutos de duración

(46) Una Cuarta Parte de los Habitantes del Mundo Han Visto los Films de James Bond, El Heraldó, 2 de octubre de 1978, - Secc. Cine.

(47) En Más de 50 Países, Inclusive México, Se transmitirá "La Historia de la Humanidad", Excélsior, 13 de octubre de 1978.

cada uno, son producidos en febrero de 1979 en México y distribuidos en Venezuela, Colombia, Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico y México (48). En estas mismas fechas 20 países adquieren a la Compañía American Broadcasting Company (ABC) la serie de televisión dominada "Raíces", y en la semana del 18 al 24 de febrero de 1979 un sólo capítulo de esta serie mantiene inmóviles durante 14 horas a 100 millones de norteamericanos (49). Con objeto de difundir los derechos del niño en el "Año Internacional del Niño", el Fondo de las Naciones Unidas Para la Infancia (UNICEF) elabora y distribuye en más de 116 países miembros de la organización, el filme de dibujos animados titulado "Los Derechos del Niño" (50). En abril de este mismo año, las estadísticas de cobertura de la empresa Columbia Broadcasting System, revelan que una de sus sólo series de televisión, "Hawai 5-0", es vista semanalmente por 300 millones de espectadores en 83 países, lo cual ha modificado sustancialmente la imagen que los extranjeros tienen sobre la isla (51). Por último, se observa que por estos mismos días, en París, tres de cuatro franceses han visto como mínimo la serie "Holocausto

(48) Distribuyen en la T.V. de Seis Países Una Serie de Programas Infantiles Didácticos, Excélsior, 7 de febrero de 1979, p-8-C, Secc. C.

(49) En 20 Países Adquieren la Serie de T.V. Raíces, Excélsior, 24 de febrero de 1979, p-8-B.

(50) En la T.V. Mundial Estrenarán el Filme de Dibujos Animados "Los Derechos del Niño", Excélsior, 24 de febrero de 1979, p-3, 3a. parte de Secc. A.; y El Filme "Los Diez Derechos del Niño", Se proyectará Mundialmente en la T.V., Excélsior, 21 de mayo de 1979, p-3-A, 3a. Secc. A.

(51) La Serie "Hawai 5-0", Una Mini-Industria, Excélsior, 10. de abril de 1979, p-2-B.

to" que paulatinamente está circulando por la televisión europea y americana planteando la situación de la segregación judía en -- tiempos de la Alemania nazi (52).

Pero el empleo de los aparatos de difusión de masas como extensiones de las prácticas hegemónicas de cada fracción gobernante, no sólo se da al interior de la formación social de que se trate, sino que gracias a los mecanismos de transmisión simultánea y de difusión secuenciada por reproducción de originales; en la fase transnacional del capitalismo monopolista, también se -- efectúa dicha operación al exterior del modo de producción desde donde actúan como dominantes. Con ello, se desencadena el fenómeno del "Desfasamiento y Sincronización Cultural" que permite que las más alejadas y disímbolas superestructuras de conciencia, que den unilateralmente conectadas y afectadas por la dinámica vertical de producción, circulación e inculcación cultural que el sector históricamente dirigente practica a través de los aparatos de transmisión de masas desde su polo central. Es este proceso, basado prioritariamente en la comunicación colectiva (especialmente - en su vertiente electrónica) y no en otro sistema de aparatos culturales, el que en la etapa avanzada del capitalismo monopolista ha dado origen a la formación de los aparatos ideológicos del Estado Multinacional. A través de éstos, los Estados capitalistas - centrales han podido construir, en la mayor cobertura de conciencia que ha registrado la historia contemporánea, su proyecto cultural de acumulación ampliada de capital.

(52) Tres de Cada 4 Franceses Vieron el Filme Para T. V. "Holocausto", Excelsior, 20 de abril de 1979, pag. 10-B.

2.- LA TEMPRANA Y ASIDUA MULTISOCIALIZACION DE LA CONCIENCIA DE LOS AGENTES SOCIALES.

a.- LA ACULTURACION DE LA INTELIGENCIA INFANTIL.

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

Es decir, desde el punto de vista del proceso de socialización primaria que sufren los agentes sociales, tradicionalmente presenciamos que, hasta finales del siglo XIX la primera etapa de socialización que entablan los individuos con su medio social, se efectúa fundamentalmente a través de 2 redes básicas de culturización: la red del aparato familiar y la red del aparato educativo.

A partir de la función de inculcación cultural que desempeña el aparato familiar, observamos que el campo de conciencia de los individuos sólo se cohesiona con un margen muy estrecho de realidades que prioritariamente abarca los intereses particulares del núcleo familiar. Se descarta sustancialmente en esta fase la vinculación directa con el conjunto de intereses y objetivos que detentan los principales grupos sociales que transforman la formación económica. En esta etapa, es la célula familiar quien esencialmente impone -- la directriz y dinámica del proceso de formación de la conciencia.

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

No es sino hasta la última década del siglo XIX y principios del siglo XX, que al surgir la cultura de masas con la emergencia de los primeros emisores colectivos (el cine en 1895, la radio en 1920 y la televisión en 1936), los campos de conciencia de los agentes sociales entran en un nuevo proceso de socialización -

cualitativa. Dicha situación, dependiendo de clase social a la que se pertenece, se inicia por lo común en el período intermedio que oscila entre la fase de ideologización que desarrolla el aparato familiar y la fase de inculcación que realiza el aparato escolar, y se prolonga durante toda la vida social de los sujetos.

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

Es por ésto, que tanto en las zonas del capitalismo avanzado como en las áreas del capitalismo periférico, no es extraño encontrar que los campos de conciencia de los agentes sociales an-

tes de establecer contacto con la función socializadora y reproductora del aparato escolar, ya han sido previamente ideologizados en una medida muy considerable, por la labor de inculcación ideológica que ejecutan los aparatos de difusión de masas. Constatamos así que, por ejemplo, en relación a la televisión (el aparato de difusión de masas tecnológicamente más desarrollado), en los polos del capitalismo metropolitano, los párvulos antes de tener contacto con el proceso de socialización que imparte la escuela, desde los 6 meses en adelante ya han entrado en contacto relevante con la dinámica de aculturación que ofrece la televisión. Incluso tal vinculación es promovida, en un alto porcentaje, por los mismos padres, ya que para éstos resulta más cómodo que sus hijos apaguen su vivacidad instintiva frente al televisor, que en los parques, plazas ó en compañías recíprocas que ellos deben cuidar.

Esta relación se ha llegado a dar en tal forma significativa, que en algunos casos se ha observado que "el niño no ha --- aprendido a hablar por la madre, ni por el kinder-garden, sino por la T.V. Su vocabulario base proviene de las películas policiales ó de la propaganda: es así que las nuevas generaciones aprenden hoy a expresar más ideas que las antiguas, calculándose que de 4,770 palabras asimiladas, por lo menos 2,700 provienen de la vida extra-escolar, y sólo 570 de la escuela, siendo unas 1,500 de origen - mixto" (53). Está práctica ha sido asimilada a tal grado por el --

(53) Citado por Enrique Guinsberg de Jean Luc de France - de Teresant. Psicoanálisis y Teorías del Aprendizaje, Colección Pedagogía Universitaria No. 5, enero, junio de 1978, Revista del Centro de Estudios Educativos de la Universidad Veracruzana, Xalapa,

cuadro de hábitos de los agentes sociales que, "los niños empiezan a ver la televisión 3 ó 4 años antes de asistir a la escuela. La mayoría la ven un mínimo de 2 horas diarias, y esta duración - aumenta durante los años de primaria y disminuye cuando el niño - llega a secundaria" (54). Así, notamos que, por ejemplo en la actual sociedad norteamericana "los niños crecen viendo un promedio de 3.5 horas diarias de televisión. Por ello, en el decenio "1950 -1960 el niño norteamericano de 3 años y más dedicó como promedio la sexta parte del total de sus horas de ocio a contemplar las - imágenes mágicas del aparato audiovisual" (55).

Dicha costumbre se incrementa cuando encontramos que, "a los 6 años el pequeño norteamericano ve la televisión un promedio de 54 horas semanales, dedicándole, según recientes sondeos, la - tercera parte del tiempo semanal. Lo mismo ocurre con el niño -- francés de 7 a 12 años que dedica preferentemente un gran porcentaje de sus momentos de ocio a ver televisión, pues se aburre en casa en cuanto deja de estar frente al televisor: la T.V. tiende a remplazar el juego". (Ver cuadro No. 1). (56).

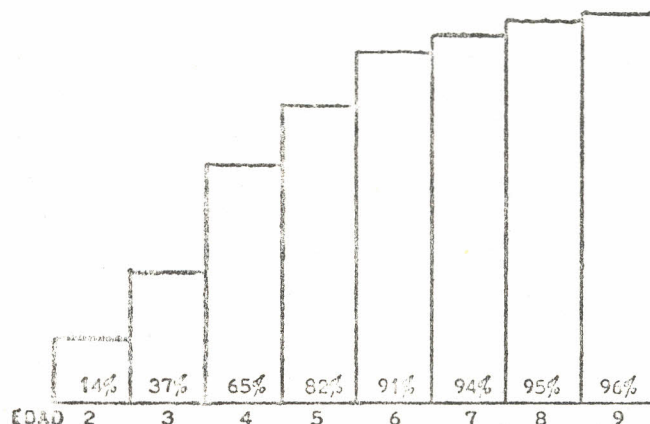
México, en: Los Medios Masivos de Comunicación y La Formación --- Psico-Social, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, septiembre-diciembre de 1978, Ed. Mimeografiada, p-34-35. -- (Ya existe edición impresa).

(54) Los Niños y la T.V. EL DIA, 27 de junio de 1978, -- p-23.

(55) Schram, W.; L y G, J. Parker, E. Televisión Para Niños. El Impacto Socio-Económico de la T.V., Ed. Hispano Europea, - Barcelona, España, 1a. ed. 1965, p-15. Para complementar la referencia sobre el patrón de usos que el niño norteamericano realiza sobre la T.V., consultar de la misma obra pag. 32 a 170.

(56) La T.V. y los Niños, Le Monde Diplomatique, mayo de

CUADRO No. 1: COMPARACION DEL USO QUE EL NIÑO NORTEAMERICANO REALIZA DE LA TELEVISION SEGUN DISTINTAS EDADES.



Fuente: W. Schram, J. Lyle y E. Parker. Televisión Para Niños.- El Impacto Socio Económico de la T.V., Ed. Hispano-Europea, Barcelona, España, 1a. ed., 1965, p-37.

Lo mismo se manifiesta en Italia donde la encuesta "DOXA" para familias cristianas reveló en abril de 1980 que el 90% de los niños de Roma pasan gran parte de su tiempo libre observando el video: el 16% menos de una hora, el 37% hasta dos horas, el 40% más de dos horas, y entre éstos últimos una parte (el 5.6% del total) más de 4 horas (57). Esta situación también se constata en otras coordenadas geográficas donde observamos que, los niños sudamericanos, como los chilenos, "ven un promedio de 3 horas diarias de programas de televisión según muestra la investigación realizada por la Comisión Nacional Científica y Tecnológica (CONACYT) en Santia-

1979, tomado de LINEA, Organó Informativo del Sindicato Independiente de los Trabajadores de la Universidad Autónoma Metropolitana, -- No. 3, 30 de junio de 1979, p-5.

(57) Los Padres Culpables de que los Niños Pasen Muchas Horas Frente al Televisor, Excelsior, abril de 1980, p-12-B.

go de Chile. De este total, el 90% del material que asimilan es - de procedencia extranjera, pese a que se aplican cuatro y medio - millones de dólares al sector televisivo" (58).

Esta idéntica tendencia cultural destaca en la Ciudad de México, donde un análisis efectuado en 1976 por el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Anáhuac, confirma que el niño del Distrito Federal asimila un promedio de 3 horas y 36 minutos diarios de televisión, cantidad que puede juzgarse relevante. Sobre una muestra de 2047 niños se comprueba que sólo el 7% no ve televisión por una razón u otra; el 12% ven menos de 1 hora de televisión al día; el 27% la ven de una a dos horas; el 22% le dedican de 3 a 4 horas; y el 32% restante le destinan más de 5 horas diarias a ver televisión. (Confrontar cuadro N° 2).

Tal inclinación infantil está determinada por el nivel socioeconómico, la clase social, la residencia rural o urbana, el tipo de escuela (pública o privada), la edad y la escolaridad que se tiene. Así encontramos que, un análisis efectuado en México en 1969 por el Centro de Estudios Internacionales del Colegio de México para examinar algunas de las características que condicionan el grado de exposición de los niños mexicanos a la información política que transmite la televisión, revela que, existe una específica relación directa entre el medio en el que se desenvuelve el niño y la frecuencia con que ve televisión (Ver cuadro N° 3).

(58) Fanatismo de los Niños Chilenos por el Video, Excelsior, 22 de diciembre de 1975, Sección B, p-14.

FRECUENCIA	ENTRE SEMANA	SABADOS	DOMINGOS
	Frecuencia (Porcentaje)	Frecuencia (Porcentaje)	Frecuencia (Porcentaje)
1. No ven T.V.	144 (4.2)	167 (8.3)	260 (12.9)
2. Menos de una hora	239 (11.7)	222 (11.0)	315 (15.6)
3. De una a dos horas	546 (27.1)	459 (22.7)	498 (24.6)
4. De tres a cuatro horas	435 (21.6)	530 (26.2)	464 (22.9)
5. Cinco horas o más	649 (32.2)	646 (31.9)	485 (24.0)
Número de horas diarias, Promedio (horas, minutos)	3.36	3.37	3.18
Desviación standard	1.25	1.26	1.32
No respondieron	(1.7%)	(1.1%)	(1.2%)

Total de niños: 2,047

Fuente: Rota, Josep y Fernández Collado, Carlos. Uso, Funciones y Gratificaciones de la Televisión Para el Niño Mexicano, trabajo presentado en el "Primer Foro Latinoamericano de Televisión Para Niños", Ciudad de México, 24-28 de agosto de 1976, Ed. mimeografiada, p-18.

CUADRO No. 3: FRECUENCIA DE EXPOSICION DE LOS NIÑOS MEXICANOS A LA T.V. EN 1969.

DETERMINANTES	FRECUENCIA DE EXPOSICION A LA T.V. TODOS LOS DIAS
<u>A.- Ocupación del Padre</u>	
Hijos de empresarios y profesores liberales	90.0 %
Empleados, comerciantes y artesanos.	80.0 %
Funcionarios	74.0 %
Obreros	70.0 %
Campesinos	63.0 %
<u>B.- Residencia Rural-Urbana</u>	
Urbana	85.3 %
Rural	65.0 %
<u>C.- Localidad</u>	
D. Federal	91.4 %
Nuevo León	86.7 %
Jalisco	79.3 %
Estado de México	73.5 %
Tabasco	69.6 %
Oaxaca	58.4 %
<u>D.- Tipo de Escuela</u>	
Pública	79.2 %
Privada	83.0 %

Fuente: Mariclaire Acosta. Los Niños Mexicanos y la T.V., Revista Bimestral "Diálogos" No. 47, septiembre-octubre de 1972; tomando del periódico EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, 4 de noviembre de 1972, p-14.

Igualmente, en relación a los comics se observa que "en el tercer mundo los niños disfrutaban del comic antes de haber -- aprendido a leer y quedan relacionados íntimamente con los personajes de las historietas. Saben de memoria las aventuras del Pato Donald ó de la Zorra y el Cuervo, y sin embargo apenas conocen algo de la vida y obra de Martí, Bolívar, Juárez y los próceres de la independencia latinoamericana (59).

b.- LA SOCIALIZACION DE LA CONCIENCIA DE LOS JOVENES Y ADULTOS.

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

De esta manera, independientemente de las cifras absolu - tamente exactas y coherentes, los hechos globales reflejan una -- gran compenetración de la conciencia de los adolescentes con la - T.V., especialmente, cuando presenciamos que "en los EUA un joven de 16 años ha pasado 15 mil horas frente al aparato audiovisual y ha recibido aproximadamente 650 mil anuncios publicitarios" (60).

(59) Paz, Ida. Medios Masivos, Ideología y Propaganda Im - perialista, Ed. Unión de Escritores y Artistas de Cuba, La Habana la. ed., 1977, p-118.

(60) Los Niños y la T.V., Obra cit., p-21.

Incrementándose esta variable constatamos que "a los 17 años los adolescentes americanos medios han observado 16 mil horas de tele^uvisión, lo que equivale a dos años enteros viendo la telepantalla día y noche. A esta edad se han recibido 350 mil spots publicitarios y se han asimilado 18 mil asesinatos" (61). Para los 18 años, "la juventud norteamericana antes de efectuar su servicio militar ya ha internalizado como mínimo 20, 30 ó 40 mil horas exclusivamente de T.V." (62). La misma realidad se registra en Perú, donde el estudio realizado por el Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado de la Universidad de Lima en 1969, descubre que el 88% de los jóvenes limeños ven televisión con gran frecuencia. De éstos, el 35.3% tienen contacto con la pantalla todos los días, el 36% sólo ve televisión dos o tres veces por semana, y el 16.5% restante la ve de 4 a 5 veces por semana (63). Por último, dentro de este contexto podemos afirmar que, "un niño que nazca en una ciudad mexicana en 1979, al cumplir los 18 años habrá pasado más tiempo delante del televisor que en cualquier otra actividad de ocio" (64).

(61) De 17 Años de Vida 2 Mirando Televisión, Excélsior, 18 de diciembre de 1978, p-1a., Sección B; y Cómo se Curan los -- Drogados Televisivos, Excélsior, 22 de abril de 1979, p-3, Sección A.

(62) ¿Cómo es a la luz de Todo ese Material, la Cabeza, la Voluntad, la Atención y el Carácter de un Niño Televidente Típico? Entrevista de R. Carbonell y S. Jacorse a Raúl Cremoux, Rev. Del Consumidor No. 27, mayo de 1979, p-39.

(63) Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado. Análisis del Público Televidente Limeño. Gustos, Hábitos y -- Preferencias; Ed. Gráfica Stylo, Colección de Estudios Económicos y de Mercado No. 2, Lima, Perú, 1969, p-24.

(64) La T.V. y el Año Internacional del Niño. No Penseis, Disparad., El Día, 28 de abril de 1979, p-11.

El proceso de aceptación de este hábito ideológico (crecientemente popularizado), ha quedado internalizado, en tal proporción, dentro del conjunto de prácticas culturales que efectúan los jóvenes contemporáneos, que en términos cuantitativos advertimos que en la actualidad se registra un mayor tiempo de exposición de su campo de conciencia al aparato audiovisual, que al aparato pedagógico. De esta forma encontramos que, por ejemplo, "la Universidad de Harvard ha calculado que, a los 18 años, los jóvenes estadounidenses han visto 15 mil horas de televisión y sólo han pasado 11 mil horas en las aulas" (65). En igual sentido, corroboramos que "en los Estados Unidos los niños y adolescentes dedican entre una cuarta parte y la mitad de su actividad diaria a ver T.V. Asimismo en cada año académico atienden a 186 horas-clase, en tanto que ven 1,343 horas de T.V; y al entrar a la Universidad la persona ha estado 22 mil horas frente a la T.V, contra 12 horas frente al maestro" (66). Una idéntica realidad la constatan otras fuentes norteamericanas cuando un estudio efectuado por la Fundación Ford, asegura que los niños estadounidenses ven un promedio de 50 horas semanales de televisión, lo que supone más tiempo del que pasan en las aulas" (67). Esto mismo lo confirma--

(65) Cremoux, Raúl. ¿Televisión o Prisión Electrónica? - Serie Archivos del Fondo No. 12, Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, México D.F., 1974, p-7.

(66) Citado por Enrique Guinsberg de Rumbo a 1979, Cuadernos de Comunicación No. 26, agosto de 1977, pag. 60, en Los Medios Masivos de Comunicación y la Formación Psico Social, Obra -- cit., p-8-17.

(67) Emplearán en E.U.A. las Series Policiacas de T.V. para que los Niños Aprendan el Sistema Judicial, Uno más Uno, 12 de junio de 1978, p-17.

mos en la Ciudad de México donde encontramos que, "entre la edad de tres años (en que algunos niños empiezan su educación formal), y la de 18, en la que muchos terminan su educación preparatoria, el niño promedio del país ha pasado más de 18,000 horas frente al televisor. Esto es un total mayor que el número de horas que habrá estado en la escuela, aún suponiendo que efectivamente haya entrado a esta a los 3 años y haya permanecido hasta los 18 años sin perder ni un sólo día de clases" (68).

En cuanto a los adultos, esta realidad se da con igual ó mayor intensidad, notándose un incremento histórico en el contacto de estos con diversos aparatos de la cultura de masas según es su estado de desarrollo tecnológico y la fase de evolución social por la que atraviesan. Así, descubrimos que durante 1920 en la Gran Bretaña, una persona adulta de cada dos leía un diario, mientras que cada cuatro personas adultas leían cinco periódicos del domingo. En 1947, diez personas adultas leían doce diarios y veintitres periódicos del domingo" (69). Unicamente en cuanto al cine se nota una reducción excepcional y temporal de su auditorio, pero ésto se debe al surgimiento de un nuevo aparato de cultura de masas que absorbe la atención de dicho auditorio: la T.V. De este modo, "en 1939 en la Gran Bretaña el número de espectadores que iban al cine por semana era de 19 millones, y en 1946 supera-

(68) Usos, Funciones y Gratificaciones de la Televisión Para el Niño Mexicano, Obra cit., p-12.

(69) Williams, Raymond. Los Medios de Comunicación Social, Ediciones Península, Serie Universitaria, No. 76, 2a. Ed., Barcelona, España, 1974, p- 25-28.

ban los 31 millones. Para 1956 la emergencia y consolidación de la T.V. provoca que el número de espectadores por semana fuera inferior a los 21 millones; en 1959, de 11 millones y medio, y en 1964, de 8 millones. Durante este período de la postguerra cerraron sus puertas más de la mitad de las salas de cine. En 1952 los cines abiertos al público sumaban 4,609; en 1959, 345; en 1965, 2,056, y la baja continúa" (70).

Para 1964 el crecimiento de radioescuelas y televidentes es espectacular. "Entre 20 y 25 millones de personas en la Gran Bretaña ven la televisión cada día. La mayoría de las familias -- tienen aparato de radio, y más del 90 por ciento de la población posee un televisor en su casa. ... En esta fase, también se asiste a un enorme desarrollo de la difusión del disco; más de 78 millones fueron lanzados al mercado británico durante 1964" (71). Para finales del período de los años 60s. se detecta que en Lima el 96.6% de los habitantes mantienen un contacto muy relevante -- con el medio teleaudiovisual. El 64% de la población adulta ve televisión todos los días, el 16.3% la asimila de 4 a 5 veces por semana, el 15.7% de 2 a 3 días por semana y únicamente el 3% la ve 1 sola vez por semana ó nunca. Este fenómeno se distribuye en forma muy peculiar según sea la edad, el nivel de estudio y la posición profesional que posee el receptor adulto (ver cuadro N° 4).

Para principios de la década de los 70s., se advierte --

(70) Ibid, p- 28-29.

(71) Ibid, p- 30.

CUADRO No. 4: FRECUENCIA CON QUE LOS ADULTOS LIMENOS VEN TELEVISION EN 1967.

Características	Todos Días	4-5 Veces	2-3 Veces	Una Vez	Menos 1 Vez	Nunca
GENERAL	64.6	16.3	15.7	2.1	0.2	0.7
SEXO: Hombres	44	61	69	63	83	75
Mujeres	56	39	31	37	17	25
	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100
EDAD: 19-24	21	24	26	17	50	37
25-34	30	30	33	23	17	25
35-44	20	20	22	25	17	19
45-54	14	15	9	19	0	0
55 y más	15	11	10	15	16	19
	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100
TIT.						
ESTUDIO: Primaria	29	28	24	23	33	19
Secundaria	48	47	39	44	50	13
Superior	18	23	34	29	17	62
Ninguno	5	2	3	4	0	6
	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100
POSIC.						
PROF.: Indep.	14	15	24	27	17	19
Depend.	28	43	39	42	50	25
Ama de Casa	41	19	15	21	0	6
Estd.	13	20	20	8	33	44
Jubilado	2	2	1	2	0	6
Desocupado	2	1	1	0	0	0
	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100	<hr/> 100

Fuente: Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado. -- Análisis del Público Televidente Limeño. Gustos, Hábitos y Preferencias, Ed. Gráfica Stylo, Colección de Estudios Económicos y de Mercado No. 2, Lima Perú, p-68 y 69.

que "el norteamericano típico pasa cada día tres horas y media mirando la T.V. y dos horas y media escuchando radio. La industria calcula que aproximadamente el ochenta y siete por ciento de la población está expuesta a la T.V. durante toda la semana, y el noventa por ciento a la radio... Debido a ésto, se estima que aunque los medios electrónicos no son la única fuente de información sobre los acontecimientos que ocurren fuera de la aldea, como ocurre en los países donde hay grandes masas de analfabetos, esos medios como han podido comprobar los editores de Look y de Life -, substituyen cada vez más a las revistas ilustradas, así como a los libros y los periódicos, como fuente primaria de información ó de distracción. Cerca del noventa y seis por ciento de las diversiones de que goza el ochenta y siete por ciento de la población norteamericana cada semana procede de las tres grandes cadenas: NBC; ABC, CBS" (72).

Esta alta tendencia a ser socializado diariamente por el aparato de la cultura de masas, también se registra en Brasil, en donde en 1976 el Instituto Brasileño de Opinión y Estadística revela que de 45 millones de televidentes nacionales, 7 millones de paulistas pasan un promedio de tres horas diarias ante la pantalla de T.V. (73). Igualmente, observamos que en 1978 "una familia norteamericana ve T.V. una media de 6 horas y 10 minutos diarios,

(72) Barnet, Richard J; Muller, Ronald E. Los Dirigentes del Mundo. El Poder de las Multinacionales, Ed. Grijalvo, España-1974, p-344-346.

(73) Siete Millones de Habitantes de Sao Paulo Pasan --- Tres Horas al Día Viendo Televisión, Excélsior, 10 de junio de --1976, Secc. B, p-10.

lo que significa haber estado sentado en 60 años más de 131,000 - horas frente al aparato, equivalentes en definitiva a 15 años de su vida" (74). Esta asidua presencia ante el televisor la volvemos a confirmar cuando en marzo de 1979, 200 millones de norteamericanos permanecieron sentados durante 14 horas frente a la televisión para seguir a lo largo de una semana los capítulos de la serie "Raíces" que plantea la historia de la esclavitud del pueblo negro norteamericano (75).

Dentro de este marco de relaciones culturales con los medios de comunicación de masas, resalta especialmente el grado de información comercial recibida por los adultos en su vida cotidiana. Así distinguimos que, "el norteamericano medio, en su edad madura, recibió diariamente en 1962 un promedio de 1,600 mensajes publicitarios distintos sin que hayan sido colados u orientados por ningún líder de opinión" (76). Para 1968 se calcula que el espectador medio en los EUA ve más de 40,000 mil anuncios que influyen en sus patrones de conducta," especialmente comercial (77). -

(74) Citado por Enrique Guinsberg de la agencia española EFE, publicado el 11 de junio de 1978 en el periódico Uno más Uno en la Ciudad de México, en Los Medios Masivos de Comunicación y la Formación Psico-Social, Obra cit., p-8.

(75) 200 Millones de Norteamericanos Permanecieron 14 Horas Sentados Frente a la T.V., Heraldo, 1 de marzo de 1979, Sección de Espectáculos.

(76) Revista Time, 12 de octubre de 1962.

(77) Citado por Barnet y Muller de Home Martyn, "a World Mission for Marketing", Economic and Business Revieww, Universidad de Temple, otoño de 1970, en: Los Dirigentes del Mundo: El Poder de las Multinacionales, Obra cit., p-344-346.

Finalmente, algunos años mas adelante estima un "publicitario" argentino que calculando 208 combinaciones posibles se llegó a la fórmula 526 asimilaciones informativas, ó sea que un receptor de avisos puede estar sometido anualmente a 526 más docientos ocho -ceros veces de exposiciones publicitarias. En Estados Unidos R. - Bauer y S. Greyser calculan que el consumidor norteamericano está expuesto a 750 anuncios potenciales por día. Una encuesta realizada en el mismo país calcula que un adolescente de 16 años ha pasado 15,000 horas frente a la televisión, lo que significa que ha visto 640,000 anuncios publicitarios. A esta cantidad apreciada -correspondería agregar la publicidad no televisiva (radio, calles, edificios y negocios, periódicos, revistas, cines, etc.) que acrecienta en mucho el impacto potencial sobre tal adolescente" (78).

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

De este modo, encontramos que las primeras generaciones

(78) Los Medios Masivos de Comunicación y la Formación Psico-Social, Obra cit., p- 76-77.

que ha formado el complejo cultural de aparatos de difusión de masas y que actualmente oscilan entre los 30, 40 y 50 años, hoy presentan modificaciones substanciales en su esfera de conciencia y subconciencia con la que se vinculan con la realidad. Particularmente son masas de individuos que han sido afectados esencialmente en el hemisferio izquierdo de su cerebro (sede de la palabra y del razonamiento lógico) por el conjunto de ideologías heterogéneas que permanentemente han sido transmitidas por los soportes de la cultura de masas durante casi 50 años.

En algunos casos, esta relación que se ha entablado con los aparatos de masas se ha convertido en un hábito cultural tan arraigado e intensificado para ocupar y normar el tiempo libre de los agentes sociales contemporáneos que, en un gran porcentaje, esta inclinación se ha transformado en una "adicción cultural" inconsciente al aparato de la cultura de masas. Así, constatamos -- que en 1978 una estudiante de Florida que se confiesa "adicta a la T.V.", declara que "la televisión es algo que siempre tendrá en casa. La necesito para vivir. Me siento frente a la pantalla, la enciendo y me dejo hipnotizar. Por esto la T.V. es media vida en Norteamérica" (79).

Por otra parte, esto se vuelve a confirmar en E.U.A. dentro del nivel de la organización de las relaciones familiares, -- cuando una campaña de "abstención televisa" que en 1978 lanzó un diario de Detroit ofreciendo una considerable suma económica a la

(79) De 17 Años de Vida 2 Mirando T.V., Obra cit., p-1.

familia que estuviera dispuesta a renunciar al video durante un mes, alcanza un minúsculo éxito. De toda la ciudad, sólo 5 familias aceptan la oferta, confesando algunas de ellas que varios de sus miembros tuvieron que enfrentar serias dificultades para encontrar otras actividades suplementarias con las cuales pudieran ocupar su tiempo de ocio (80).

Esto mismo se constata en 1979 en la Ciudad de Tokio, -- cuando el Instituto de la Juventud de Kobe realiza una invitación a una muestra de 42 familias japonesas para que renuncien a ver televisión durante 30 días y determinar con ello el grado en que la audio-imagen se ha apoderado de sus vidas. Nuevamente los resultados son negativos puesto que sólo el 1.68% puede desprenderse de este hábito contraído, y dentro de este total, se registran grandes irregularidades. Por ejemplo, la resistencia de una de las familias participantes no duró ni siquiera una semana. Se descubrieron hechos de deslealtad hacia los experimentadores, pues los hombres de las familias salieron de sus casas y acudieron a la de algún amigo para ver los partidos de basquetbol por T.V. En relación al sector infantil, muchas quejas procedieron de éste, ya que los niños se sintieron aislados y marginados en el colegio porque no podían charlar con sus compañeros sobre sus programas infantiles, y también, porque no habían aprendido un determinado baile que la T.V. había lanzado con un popular conjunto musical.-

(80) Reciente Estudio Sobre "Telemaniacos" en EUA, Excélsior, 26 de diciembre de 1978, p-10-B; y Cómo se Curan los "Drogados Televisivos", Excélsior, 22 de abril de 1980, p-3, Tercera -- Parte de la Secc. A.

Otro aspecto negativo mostró que muchos japoneses privados del entretenimiento diario, recurrieron al alcohol. Algunos se desesperaron y se embriagaron directamente, y otros más en compañía de amigos. Finalmente, en algunos casos la gente se quejó de la incapacidad de dormir una vez privada del "somnífero televisivo" (81).

Esta costumbre se ha imbricado con tal profundidad en el desarrollo existencial de los sujetos que en muchos momentos substituye inmejorablemente la presencia de la compañía humana. Así, los intelectuales y productores de los medios reconocen que, por ejemplo, "las series televisivas son una cura para la soledad y un remedio para la vejez. Nadie puede negar que la programación de la pantalla chica sirve de compañía a la gente de mayor edad ó a solitarios empedernidos que gozan la vida a través de las aventuras y pasiones que protagonizan sus actores favoritos. La T.V., insisto, no hace daño a nadie, sino que al contrario cumple mejor que las sociedades de beneficencia con una función social y caritativa (82).

Por último, paralelamente a esta realidad, observamos la existencia de una relación directa entre el grado de desarrollo cultural de los agentes sociales y el grado de contacto con el a-

(81) La Falta de T.V. Provoca a los Japoneses Insomnio y Hasta Vicio por el Alcohol, El Heraldo de México, 23 de abril, de 1979, Secc. Expectáculos, p-1. Para ampliar el panorama sobre la dependencia psico-cultural que sufren los agentes sociales contemporáneos frente a la televisión, consultar de José María Rodríguez Méndez. Los Teleadictos. La Sociedad Televisual, Ed. Estela, Barcelona, España, 1a.ed., 1971, p-9-85.

(82) La T.V. Cura la Soledad y Consuela a la Vejez, El Heraldo, 10 de octubre de 1978.

parato global de la cultura de masas, especialmente la T.V.: a me-
nor desarrollo cultural, mayor contacto con los aparatos de trans-
misión de masas; y viceversa, a mayor desarrollo cultural, menor
contacto con los aparatos de inculcación de masas. Esto se refle-
ja en todas las coordenadas del capitalismo contemporáneo, y en -
especial, dentro del capitalismo europeo en España donde los anal-
fabetos españoles son los más asiduos consumidores de la T.V. Así,
un estudio efectuado por el Ministerio de Cultura Español sobre -
los requerimientos culturales del pueblo, concluye que, el 52.4%
de los analfabetos y el 58.8% de los iletrados nacionales mantie-
nen como principal relación cultural su contacto con la programa-
ción televisiva, al grado de subordinar o marginar a esta cual-
quier otra alternativa o fuente cultural. Mientras tanto, en la -
población con estudios los porcentajes son distintos. En la rica
Cataluña se alcanza el mayor rechazo a ver televisión (83).

Todo ello nos lleva a concluir que en el modo de produc-
ción capitalista, desde las edades más tempranas por las que atra-
viesan los sujetos hasta los momentos más maduros de su desarro-
llo personal, los aparatos de difusión de masas controlados por -
la clase en el poder, operan como mediadores tecnológicos que vin-
culan el proceso de la formación de su conciencia, con las múlti-
ples necesidades de reproducción que presenta el capital nacional
y transnacional.

(83) En España los Incultos Ven más Televisión, Excél-
sior, 5 de octubre de 1978, p-10-B.

3.- SU GRAN CAPACIDAD DE LEGITIMACION CONTINUA Y ACELERADA.

Una propiedad más que convierte a los medios de difusión de masas en la gran vanguardia cultural del conjunto de aparatos de hegemonía del Estado Capitalista, es su alta capacidad de -- transmisión discursiva continua y acelerada. Esta facultad se convierte en vehiculización instatánea y de gran continuidad discursiva cuando se trata de medios de difusión electrónica, y en propiedad de emisión veloz, con difusión simbólica fracciona, cuando se trata de simples medios mecánicos de información colectiva.

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

Estas propiedades, complementadas con su facultad de amplia difusión de masas, convierten a estos medios, con diversos -- grados según sea la institución de que se trate (T.V., radio, ci-

ne o prensa), y la coyuntura social en la que actúan, en los mediadores técnicos más rápidos para mantener cotidianamente entre las diversas clases sociales y fracciones de clases, la estructura y dirección que requiere la reinstalación del bloque histórico capitalista como relación dominante. Esto significa, que a -- partir de esta propiedad, los medios de difusión de masas desempeñan la función de vincular cotidianamente, en un margen que os cila desde la instantaneidad hasta la periodicidad, los múlti--- ples campos de conciencia que presentan los numerosos agentes so ciales, con la dirección política, económica y cultural que re-- quiere la existencia y reproducción habitual de la sociedad glo-- bal en la que están inscritos, y sobre la que actúan.

En esta forma, los aparatos dominantes de difusión masiva, actualizan y reactualizan varias veces al día, si no es que - constantemente, los campos de conciencias y de comportamientos so ciales con respecto a las coordenadas dinámicas que requiere el - proyecto de dominación social. Es a partir de estos como el sec-- tor dirigente crea constantemente su más significativo proyecto - cultural de "nación", "de patria", de "historia"; en una idea de participación social. Así se construye cotidianamente, a todos -- los niveles de las regiones y formaciones ideológicas, la imagen de la sociedad que se requiere para asegurar las bases de la re-- producción y fetichización del proyecto de acumulación de capital del que se trate.

Si bien es cierto, que esta actualización y reactualización de las coordenadas de reinstalación que presenta el capital, se efectúa en general a través de la "visión del mundo" y de los

"modelos de vida funcionales" que transmite e inculca la gran --
constelación discursiva que producen y recopilan los intelectua--
les especializados de los medios dominantes de difusión masiva, -
existen dos tipos de formaciones o producciones discursivas, que
por esencia desempeñan una tarea fundamental (función orgánica) -
en el proceso de reproducción de las condiciones subjetivas que -
requiere la reproducción del capital: el discurso noticioso y el
discurso publicitario.

Por una parte, el discurso noticioso, bajo el velo de --
presentación de la "Ideología de la Información Objetiva" y de la
"Ideología del Producto Cultural más Relevante", vincula permanen--
temente el campo de conciencia de los agentes sociales, con las -
coordenadas culturales, especialmente de orden político, que re--
quiere diariamente el proyecto de reproducción, expansión y legi--
timación del capital nacional e internacional. Con ello, los ac--
tos y comportamientos de los individuos reciben constantemente la
orientación y dirección adecuada que requiere el proyecto de domi--
nación social que ampara al reino del capital.

Por otra parte, el discurso publicitario, bajo la corti--
na de la "Ideología de la Modernización Social", la "Ideología de
la Satisfacción de las Necesidades Básicas", y la "Ideología de -
la Libertad de Consumo", permite cotidianamente en forma constan--
te y desapercibida, la realización del ciclo de acumulación del -
capital, puesto que obtiene la rápida circulación y el ágil consu--
mo masivo de las mercancías elaboradas bajo condiciones de rela--
ciones de explotación. Esta operación discursiva es el mecanismo
más favorable con que cuenta el proyecto contemporáneo de realiza

ción del capital a nivel de circulación masiva de los productos, puesto que permite en el mayor radio colectivo de influencia cultural, por una parte, la consumación del proceso de valorización del capital, y al mismo tiempo por otra, la realización del proceso de fetichización de las mercancías que oculta el proceso de -- producción desigual de las mismas. Con ambas se obtiene la reproducción de la relación fundamental de la sociedad capitalista: la subordinación de la fuerza de trabajo asalariada al capital bajo relaciones sociales de explotación.

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

Con esta gran capacidad de cobertura, rapidez y persuasión ideológica que obtiene la clase dirigente al emplear los medios de difusión de masas como instrumentos de vehiculización de -- su ideología dominante, ésta alcanza, paralelamente a la transmisión e inculcación de su constelación ideológica, un sólido poder hegemónico que le permite realizar amplias movilizaciones sociales en favor de la protección de sus intereses dominantes, especialmente alrededor de aquellos programas políticos que tienden a la conservación y reproducción coyuntural de su sistema imperante. Con ello, crean y aplican permanentemente una estrategia su--

perestructural de reactualización y readaptación de la cultura dominante, que apunta a la superación ideológica de las crisis periódicas que genera su principio de desarrollo desigual y su tendencia de evolución irracional.

Es por ello, que tanto en las fases más estables como en los períodos más críticos de las sociedades capitalistas contemporáneas, la clase dirigente está obligada históricamente a emplear los aparatos de difusión de masas para orientar el funcionamiento de su sociedad civil, y con ello, el de la sociedad en su conjunto. Esto explica por qué desde que los medios son concebidos claramente como aparatos de socialización política, los principales candidatos de los partidos dominantes siempre han utilizado prioritariamente a éstos, y no a otro tipo de aparatos ideológicos, para difundir sus programas políticos. Los últimos casos los encontramos en las elecciones de los presidentes Jimmy Carter de los Estados Unidos, José López Portillo de México, Rodrigo Carazo de Costa Rica, Margaret Thatcher de la Gran Bretaña y muchos otros más (84).

En este sentido, afirmamos que en la etapa avanzada del capitalismo contemporáneo "el uso de los medios de difusión se ha

(84) Para ampliar las peculiaridades con que han sido empleados los medios en las campañas políticas de De Gaulle, Mc. Millan, Kennedy, Nixon, G. Pompidou, Giscard D'Estaing, Mitterrand y en otras circunstancias políticas, consultar de Jean Cazeneuve. El Hombre Telespectador, Ed. Gustavo Gili. S.A., Colección Punto y Línea, Barcelona España, 1a. ed., 1977, p-109-130; y de Enrique León Martínez. La Televisión en el Proceso Político de México, Federación Editora Nacional, 1a. edición, México, D.F., 1975.

vuelto indispensable para las campañas políticas. Comprar tiempo en la T.V., sobre todo en las horas más convenientes, resulta carísimo pero tiene la ventaja de dar una oportunidad al candidato de alcanzar un millón de votantes en una sólo presentación... Por esto, las estaciones de televisión ofrecen tiempo libre a los postulables, ahorrándoles así una cantidad considerable de dinero y dándoles la oportunidad de presentarse ante millones de espectadores que en ausencia de tales debates, nunca llegarían a conocer a los contendientes" (85). Es por ello, que continuando esta afirmación pensamos que es correcto cuando McLuhan declara que "las -- elecciones norteamericanas son ahora un acto televisivo. Vivimos la fase de la vida electrónica y esto es lo que predomina por encima del talento individual. El líder de una sociedad de consumo de las masas. Ese es Carter" (86).

Asimismo, esta necesidad aclara por qué durante la Reforma Política del Estado Mexicano en 1977, el juego de fuerzas políticas que buscan la modificación de la "Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales" (LOPPE), exigen funda-

(85) Lytle, Clifford M. El Proceso de las Elecciones en los Estados Unidos de Norteamérica (Segunda Parte), tomando del periódico EL DIA, 18 de julio de 1979, p-24. En este caso hay que aclarar que ante la pregunta ¿Que tan efectivos son estas presentaciones para influenciar la decisión del votante?, no existe todavía una respuesta consensual al respecto. La mayoría de los analistas piensan que estas exposiciones simplemente afirman el apoyo que el expectador dará al candidato que ya tiene decidido escoger. Mientras tanto, otros piensan que muchos espectadores aún están dudosos sobre quién elegirán y estos debates sirven para resolver la indecisión.

(86) En E.U., Las elecciones son Ahora un "Acto Televisivo": Marshall McLuhan, Excelsior, 3 de mayo de 1976, Tercera Secc. A, p-11.

mentalmente el acceso a la participación permanente en la radio y T.V., y no sobre el resto de las instituciones culturales que figuran al interior del Estado (87).

Por los mismos motivos, el Secretario General del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Felipe González, en vísperas de la promulgación de la nueva Constitución Española de 1978, desafía al Presidente del Gobierno Español, Adolfo Suárez, a entablar un debate televisado sobre la convocatoria o no a elecciones generales (88). Por estas mismas fechas, Adolfo Suárez y Felipe González deciden emplear a la T.V. como instrumento medular para exhortar a los 4 millones de sufragantes españoles a apoyar el referéndum electoral (89). Igualmente que en el caso mexicano, las fuerzas políticas que luchan en España por una nueva constitución nacional, exigen en febrero de 1979 a la Junta Central Electoral que todos los partidos que presenten candidatos para las elecciones de marzo del mismo año, tengan derecho a utilizar 30 minutos de tiempo gratuito en la T.V. estatal (90).

(87) Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, Capítulo VI, Artículo No. 48, en: Reforma Política: Gaceta Informativa de la Comisión Federal Electoral, Vol. IV, Comisión Federal Electoral, México, D. F., 1978, p-318.

(88) Felipe González Desafía a Suárez a un Debate por T.V., Uno más Uno, 28 de octubre de 1978, p-11.

(89) Suárez y el Socialista González Piden Apoyar a la Constitución, Excélsior, 5 de diciembre de 1978, p-3-A y Retos de Líderes Políticos Españoles Ante las Cámaras, Excélsior, 21 de febrero de 1979, p-3-A.

(90) España: 30 Minutos de T.V. a los Partidos, El Día - 12 de febrero de 1979, 1a. pag.

Por otra parte, reconociendo las grandes propiedades que poseen los medios de comunicación de masas como aparatos ideológicos de Estado, a finales de 1978 la Secretaría de las Naciones Unidas lanzó a través de los aparatos de masas una campaña de -- 500,000 dólares con objeto de promover los derechos palestinos y crear una imagen moderada de la Organización para la Liberación de Palestina en las Naciones y en otros países occidentales. El despliegue publicitario incluye panfletos, informes públicos, programas en los medios y una película titulada "Los Palestinos También Tienen Derechos" en la que el Jefe de la "Organización para la Liberación Palestina" (OLP) Yasser Arafat, juega un papel de líder nacional (91). Igualmente, algunos meses más tarde, ante la lentitud de las negociaciones de paz entre Israel y Egipto, el Estado Egipcio desencadena a través de sus aparatos de difusión de masas oficiales, una vasta campaña antiisraelí que no cuenta con precedentes desde el viaje del Presidente Sadat a Jerusalén. En esta irrupción propagandística el Estado egipcio presenta a Israel ante la opinión pública nacional e internacional como "incapaz de asimilar las proyecciones de la iniciativa egipcia de paz" y se pone en duda la buena fe de los dirigentes israelíes que instrumentan una "vulgar y ancestral política de regateos baratos" (92).

Finalmente observamos, que en los momentos de crisis y - anarquía social, las fracciones dominantes requieren hacer un uso

(91) Campaña de la ONU Para Promover los Derechos de los Palestinos, Excelsior, 7 de octubre de 1978, p-2-A.

(92) Vasta Campaña Contra Israel en Medios Informativos de Egipto, Excelsior, 19 de diciembre de 1978, p-2-A.

estratégico de los aparatos de masas para corregir el rumbo político que adopta el conjunto social. Es por esto, que ante el deterioro que sufrió la empresa privada por el conflicto político de 1978 y el liberalismo ideológico que se desató en los primeros años del gobierno del Presidente Luis Echeverría, el capital privado, a través de su Consejo Coordinador Empresarial, organiza a partir de 1975 una campaña masiva para mejorar la imagen de la empresa privada en México. Utilizando diversas estrategias de cambio cultural, el Consejo Coordinador Empresarial elige preferente y prioritariamente el empleo de los medios masivos de difusión, y muy en especial, a la televisión para llegar a la masa de la opinión pública, ya que en opinión de sus directivos, "el vehículo con mayor fuerza y penetración en la actualidad es la T.V." (93).

Igualmente, ante la crisis interna que vive la burguesía burocrática francesa en abril de 1979, el Presidente Valery Giscard D'Estaing se ve obligado a emplear la T.V. y no a otro aparato ideológico, como instrumento de propaganda que le permita fustigar a su Ex-Primer Ministro Chirac Jefe del Partido Degolista que intenta resquebrajar la unidad de la derecha francesa (94).

En síntesis, se descubre que son estas propiedades históricas de los aparatos de difusión de masas, las que obligan a las clases y fracciones dirigentes contemporáneas a utilizarlos y --

(93) Programa del Consejo Coordinador Empresarial Para "Crear Una Buena Imagen", Excelsior, 21 de mayo de 1975, Primera PTana.

(94) Fustiga Giscard en T.V., al Jefe Degolista Chirac, Novedades, 20 de abril de 1979, p-2.

controlarlos en favor de su proyecto de dominación social. Es sólo a partir del sujetamiento y de la capitalización política de éstos, que la clase hegemónica puede gobernar la dirección cultural de la sociedad. De no hacerlo así, quedan imposibilitadas para continuar existiendo por la vía del consenso como estratos dominantes.

4.- SU ENORME PODER DE FORMACION DEL CONSENSO Y DE MOVILIZACION DE LOS AGENTES SOCIALES.

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

Sin concluir que la práctica ideológica que desarrollan los aparatos de difusión colectiva es una actividad de inocula---

ción más completa que la que efectúa la escuela, o es una práctica persuasiva de naturaleza omnipotente y automática (95); si reconocemos, que no obstante todas las contradicciones ideológicas de carácter primario y secundario a que está expuesta dicha práctica cultural, y que variando según el aparato de difusión para las masas del que se trate (T.V., radio, cine, prensa, etc.) (96), este crea un sentido colectivo de la realidad y de la historia -- que se instaura como el principal consenso social. Por lo tanto, es a partir del aparato global de difusión colectiva que la sociedad civil-moderna adquieren su dirección ideológica fundamental.

En la sociedad capitalista esta tarea de incitación social se realiza en dos direcciones básicas: a.- en la dirección -

(95) Para conocer algunas críticas a la concepción mítica que formula que los aparatos de difusión de masas poseen un absoluto poder manipulativo, revisar de Daniel Prieto Castillo, Elementos Para Una Teoría de la Comunicación, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), 1a. ed., México, D. F., 1977, p-91; Heriberto Muraro. Neocapitalismo y Medios de Comunicación, Ed. EUDEBA, 1a. ed., Buenos Aires, Argentina, 1974, p-96 a 101 y 138; Hans Magnus Enzensberger. Integrantes de Una Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, en: Los Medios de Comunicación Colectiva, (Jaime Goded Compilador), F.C.P.S., UNAM, Serie de Lecturas No. 1, 1a. ed., México, D.F., 1976, p-73; y Camilo -- Taufic. Periodismo y Lucha de Clases, Ed. de la Flor, 1a. ed., -- Buenos Aires, Argentina, 1974, p-137-138.

(96) Curiosamente los únicos antecedentes desarrollados que conocemos que han delimitado de forma general algunas de las características específicas, que distinguen la particular actividad cultural que ejerce cada aparato de difusión colectiva, localizan su origen en la teoría funcionalista de la comunicación de masas y canalizan su aprovechamiento hacia la práctica mercadotecnia de los mismos. En primer lugar nos referimos a la tipificación empírica que efectúa Mc.Luhan entre medios fríos y calientes y otras variantes más que diferencia sobre el caso. Al respecto, consultar Mc.Luhan Marshall. La Comprensión de los Medios Cómo Las Extensiones del Hombre., Ed. Diana, 1a. ed., México, -- D.F., 1968.

económica que demanda la reproducción del proceso nacional de producción capitalista, y que busca inducir al consumo de los bienes para mantener en movimiento el proceso general de realización del capital; y b.- en la dirección político-cultural que requiere la subsistencia del capital, y que pretende la creación del consenso necesario para conservar el orden subjetivo que exige la fase contemporánea por la que atraviesa el programa de acumulación del -- que se trata.

Algunos hechos históricos que de manera fragmentada nos muestran la relevante función persuasiva, que desde su etapa de afirmación cultural como aparato de masas, hasta su actual estado de desarrollo avanzado, han desempeñado los aparatos de difusión colectiva, son los siguientes:

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

Esto significa, que la construcción de la teoría materialista sobre las propiedades distintivas con que cada aparato de masas realiza su práctica ideológica, debe retomar la riqueza que ofrecen los embriones empíricos que ha descubierto la actividad mercadológica en el área de la circulación del capital, e integrar los de manera reconvertida a su teoría global de la sociedad. Un buen ejemplo que ilustra los avances de estas técnicas en la delimitación objetiva del perfil ideológico que es propio de cada medio, lo encontramos en el trabajo de Stephen R. Fajen. Cómo Hacer Más Rentables los Medios de Comunicación, en: Rev. Expansión, No. 263, Año XI, Vol. XI, 18 de abril de 1979, México, D.F., p-84.

a.- LA MOVILIZACION EN LA DIRECCION ECONOMICA.

En relación al orden económico que crean los aparatos de difusión, observamos que en su primera fase de desarrollo, sobresale el hecho de que a partir de los años 50, debido a la creciente necesidad que posee la producción capitalista de acelerar su circulación de mercancías y con ello catalizar su proceso de acumulación de valor, el capital norteamericano inicia a través de los aparatos de difusión de masas la creación de una nueva superestructura de conciencia que basada en la estrategia del "desuso psicológico", convence y activa al público para consumir gran parte de los satisfactores en función a la creación artificial de la "moda". Este nuevo marco ideológico paulatinamente construye un intrincado ciclo afectivo-cultural que moviliza hasta nuestros días al receptor en función al permanente hábito de recambio cultural que introduce esta práctica ideológica, y que conlleva como trasfondo la necesidad creciente de mantener la circulación de los productos. Ello sucede a tal grado en forma eficiente, que sólo en la década de 1945-1955, esta nueva práctica cultural permite que la mayoría de las empresas norteamericanas, especialmente de índole textil y de manufactura de ropa, dupliquen sus ganancias netas como nunca antes se había logrado con medios de mercado tradicional (97).

En su segunda fase de desarrollo, presenciamos a partir de la década 60-70 una cotidiana y exitosa movilización colectiva que a través de un ciclo publicitario más elaborado efectúan los

(97) Medios Masivos, Ideología y Propaganda Imperialista
Obra cit., p-48.

principales canales de difusión dominantes para alcanzar el consumo de los productos elaborados por el sector económico oligopólico. Es una movilización fundada básicamente en el valor de uso -- cultural de las mercancías y no en el valor de cambio material de las mismas. Ejemplo de ésto, lo presenciamos en una de las más recientes movilizaciones culturales a nivel internacional en el campo de productos de belleza femenina: "el concurso Miss Universo - 1980". Fundamentada en una estrategia publicitaria, que como en pocas ocasiones han fetichizado las propiedades de valor de cambio ideológico de las mercancías y aprovechando el epicentro cultural que mundialmente provocó el "Concurso Miss Universo 78" en la Ciudad de México, la empresa Max Factor -declaran sus funcionarios- en un período inferior a dos meses gracias a su propaganda publicitaria, "agota todas las existencias de su línea de cosméticos, teniendo que incrementar la producción por los pedidos que nos siguen llegando" (98).

b.- LA MOVILIZACION EN LA DIRECCION POLITICO-CULTURAL.

En cuanto al orden político-cultural que generan los aparatos de difusión de masas, encontramos que en su primera fase de consolidación como industrias de la conciencia, destaca en octubre de 1938 la función de confusión y movilización accidental que Orson Welles provoca en la Ciudad de Nueva York al transmitir sorpresivamente por la cadena radiofónica CBS su programa imaginario

(98) La Promoción de Miss Universo Agotó las Existencias de Maxi Cosméticos, Excélsior, 9 de septiembre de 1978, p-18-A. - Para ampliar este punto, consultar nuestro trabajo. Los Aparatos de Difusión de Masas y el Modelo de Acumulación de Capital, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, (en preparación).

"La Guerra de los Mundos". Narrando fantasiosamente que un horrendo ejército de criaturas provenientes del planeta Marte han desembarcado en un lugar de New Jersey, el autor provoca el pánico, la angustia, la histeria, el desmayo y el suicidio de miles de neoyorkinos que en forma desesperada se lanzan a las calles con la cabeza envuelta en toallas húmedas para evitar el efecto de "los gases tóxicos que arrojan los marcianos". Mientras tanto otros cientos de miles de habitantes huyen desesperadamente fuera de la ciudad llevándose alimentos y parte de sus pertenencias. Simultáneamente, otros contingentes civiles en San Francisco, Chicago, St. Louis, New York y New Orleans acuden en masa a las estaciones de policía y defensa militar para formar brigadas de voluntarios que apoyarán a los 7 mil guardias que se han movilizado para combatir al enemigo. Finalmente en todo el país las vías telefónicas quedan bloqueadas por los cientos de miles de personas que se comunican para darse la despedida final: "si el mundo se acaba, este es el adiós".

Este mismo libreto se irradió en Santiago de Chile el domingo 12 de noviembre de 1944, y no obstante haberse avisado con anticipación la irrealidad y la calidad experimental de la transmisión, se produjo nuevamente el pánico masivo. A fines de los años 40 se repitió el mismo programa en Ecuador, en donde al terminar la emisión y el público comprobar el fraude radiofónico, asaltó e incendió la emisora pereciendo en el siniestro algunos de los productores del programa (99).

En su segunda etapa de desarrollo, observamos que a finales de los años 60s. y a principios de los años 70s. (1968-1973) en el Cono Sur de América Latina, sobresale la increíble labor de atracción y movilización que los aparatos de difusión de masas nacionales y multinacionales realizan sobre la conciencia del pueblo brasileño y del mundo en general al producir y conquistar la aceptación del "Milagro Brasileño". Organizado por un consorcio compuesto por cuatro de las mayores agencias publicitarias del Brasil (todas ellas penetradas por el capital norteamericano), se consolida en 1972 la creación de la mayor empresa de Marketing efectuada en la historia de la nación, tendiente en la construcción de una nueva imagen nacional y mundial del Brasil que lo justifique ante la conciencia internacional como el nuevo polo de desarrollo del capitalismo latinoamericano. Diseñada en conjunto con los intereses del capital nacional, transnacional y del Estado, se elabora una cuidadosa campaña de propaganda en cinco idiomas que es supervizada por la agencia Kenyon and Eckardt de Nueva York quien realiza la revisión final de los textos y planea su inserción en los grandes diarios y revistas de los principales países de la órbita capitalista (Ver cuadro No. 5).

Con ello, el Brasil alcanza durante casi una década un nuevo equilibrio político sostenido en gran parte por la vía del consenso cultural, que le permite fungir como un operacional apén

Orson Welles, en: Rev. Nueva Política No. 3, El Estado y la Televisión, Vol. 1, julio-septiembre de 1976, pág. 269 a 274; Houward Koch - Orson Welles, El Poder de los Medios, en: Ibid, pág. 275 a 283; y Periodismo y Lucha de Clases, Obra cit., p-154.

CUADRO No. 5: "DONDE SE FABRICA EL MILAGRO BRASILEÑO". (101).

PAISES	MEDIOS	TIRAJE (en miles)	NUMERO DE INSERCIONES	COSTO (US \$)
EE.UU.	Fortune	580	1	9,510
	Newsweek*	2615	3	48,105
	Wall Street	518	1	10,478
	Time**	5610	4	167,276
	Visión	179	3	11,925
R.F.A.	Dic Welt	226	3	8,526
	Frankfurt	244	3	10,184
	Handelsblatt	75	3	5,758
ARGENTINA	La Nación	272	3	5,687
	La Prensa	259	3	5,379
COLOMBIA	El Tiempo	45	3	3,097
FRANCIA	L'Express	561	3	10,440
	Le Monde	360	1	1,121
INGLATERRA	The Economist	105	3	3,600
JAPON	Nihon Keizai			
	Shimbum	1300	3	11,148
MEXICO	Excélsior	160	3	504
VENEZUELA	El Nacional	107	3	1,585

Fuente: Visao. 18 agosto 1972. p. 59.

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

** La circulación del Time en los EE. UU. Alcanza 4,250,000, el resto circula en Asia (180 000), Europa (430 000), Canadá (480 000), en la América Latina (115 000) y el Pacífico Sur (135 000).

(101) Armand Mattelart, La Industria Cultural no es una Industria Ligera. Hacia la Fase Superior del Monopolismo Cultural. Tomado de Revista Casa de las Américas, No. 77, Año XVII, Marzo-abril de 1973, p. 35-36.

dice de las necesidades del capital monopólico norteamericano en su moderna fase de reproducción transnacional. Sin embargo, la enorme concentración de contradicciones que continúa arrastrando su acelerado proceso de desarrollo desigual provocan que a partir de 1974 la estructura dominante de cohesión social entre en una aguda crisis de legitimación que demanda un nuevo y urgente esfuerzo de reactualización del proyecto cultural dominante (100).

En otras coordenadas geopolíticas, también observamos la enorme movilización reaccionaria, que a través de sus aparatos de cultura de masas (especialmente la televisión, la radio y la prensa), realizó la derecha chilena en el Cono Sur en su momento de crisis hegemónica de 1970 a 1973. Basada en una nueva estrategia de conducción cultural, que es implementada por los medios más avanzados de la difusión colectiva, la clase dominante chilena construye una novedosa "línea de masas" que le permite organizar a sus contingentes burgueses, pequeño-burgues y proletarios en contra de las conquistas políticas alcanzadas por la lucha de la Unidad Popular. Ahí, constatamos que "después de haber recurrido principalmente, en un primer período a los instrumentos clásicos

(100) Para una perspectiva general sobre la crisis que enfrenta el capitalismo brasileño desde 1974, consultar de Ruy Mauro Marini. Se Acabó el Milagro Brasileño, Excélsior, 1º de febrero de 1976, p- 3-A; Brasil: El Modelo Ingresa al Quirófano, Rev. Comercio Exterior No. 8, Vol. 26, Banco Nacional de Comercio Exterior, México, D. F., agosto de 1978, p-20-26; Culminó el Milagro Brasileño, Excélsior, 30 de julio de 1979, p- 29-A; El Milagro Brasileño: Depauperización Obrera, Uno más Uno, 16 de agosto de 1979, p-9; Marcelo Días, "Milagros" en Cadena en Brasil: La Duda Victoria de un Régimen Militar, Le Monde Diplomatique (En Español), enero de 1979, No. 1, Año 1, p-1, e Inflacion del 60% en Brasil, Excélsior, 27 de marzo de 1980, p- 28-A.

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

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

da de libertad y su inercia envuelta en activismo" (102).

Por otra parte, con relación al grado de persuasión que los medios norteamericanos desarrollan en los principales períodos de crisis México-Norteamérica, presenciamos que estos también son aparatos culturales enormemente eficaces para inculcar en la conciencia de la población americana y en el consenso mundial, -- las políticas imperiales que deben implantarse en la periferia para fortalecer el dominio del capitalismo norteamericano. El caso más reciente que sobresale de forma manifiesta y que sin mayor -- análisis ha sido olvidado por la memoria de la opinión pública nacional, es la campaña antimexicana que instrumentó el "Congreso - Judío" de noviembre de 1975 a febrero de 1977, con motivo de la -- política de apoyo internacional que el gobierno del Presidente -- Luis Echeverría A. presentó en la resolución de la Organización -- de las Naciones Unidas para condenar al sionismo como forma de ra -- cismo el 10 de noviembre de 1975.

Basada en una política de sabotaje cultural que difunden e introyectan los principales aparatos de comunicación norteamericanos, entre los cuales figuran los periódicos The New York Times, Los Angeles Times, Washington Post; la revista Bussines Week; di-

(102) Mattelart, Michel. La Mujer y la Línea de Masas de la Burguesía en Chile., Tomando del Suplemento Cultural de Siempre: La Cultura en México, No. 645, México, D.F., junio de 1974, p-III a VIII. Estos aspectos pueden ser ampliados en Mattelart, Armand. Notas Sobre el "Gremialismo" y la Línea de Masas de la Burguesía Chilena, en: Chile Vencerá, Autores Varios, México, D.F. Ed. Roca, S.A., Colección R. No. 47, 1a. ed., 1974, p-121 a 160; y Mattelart, Michel. Cuando las Mujeres de la Burguesía Salen a la Calle, en: la Cultura de la Opresión Femenina, México, D. F., Ed. ERA, 1a. ed., 1977, p-172 a 207.

versas estaciones de radio y televisión de Bronswille, Harlingen, Callen, Weslaco, Río Grande City; y algunas agencias internacionales de noticias; el Estado norteamericano producen un conjunto de imágenes e informaciones recortadas y atomizadas que manipulan -- desfavorablemente el prestigio internacional de México. Así, se -- crea en el ámbito nacional y mundial una imagen antimexicana que oscila desde la detención injustificada de ciudadanos por los militares mexicanos en busca de drogas y otros estuperfacientes. -- Asaltos a los viajeros en las carreteras por grupos guerrilleros y gavillas subersivas especialmente en Tijuana. Incremento del -- narcotráfico México-E.U.A. Tortura y maltrato a los norteamericanos presos por delitos civiles en las cárceles mexicanas. Hasta, miedo de los sectores empresariales por una inminente segunda devaluación que ajustará el tipo de cambio de la moneda nacional a 25 pesos por dólar. Ventas masivas de las riquezas ganaderas del norte por la irregularidad política del país. Rumores infundados sobre el control de cambios de divisas en los bancos nacionales. Traslado masivo de fondos mexicanos a bancos estadounidenses fronterizos e inversiones mayúsculas en bienes raíces de Texas, San Antonio y Florida. Comentarios sobre un cercano golpe de Estado y amenaza de enfrentamientos en 10 estados de la república. Soborno a funcionarios mexicanos por las compañías Lockheed, Rollins, General Popo y otras transnacionales. Invasión de campesinos en --- 40,000 hectáreas de Sinaloa con la consiguiente destrucción de -- los cultivos de papa y arroz. Deficiencia absoluta en todos los -- servicios turísticos nacionales. Denuncia del "Grupo de los 77" -- en el Congreso Norteamericano sobre la creciente comunistización del país, y noticias que afirman que las relaciones México-EUA --

han llegado a su "más bajo nivel".

Con ello, los aparatos de difusión norteamericanos (T.V., prensa, radio, cine y otros órganos de propaganda), en unos cuantos meses crean un clima de desconfianza y caos en la imagen internacional del país. De esta forma, no obstante contar con el aliciente que significó la devaluación del peso mexicano para atraer al turismo, especialmente norteamericano, puesto que ofreció una rebaja del 40% en todos los precios, los programas de ingreso turístico son abortados en un 90% durante los dos siguientes años. Atrapada en esta incrucijada la industria turística nacional entra en su más fuerte crisis de los últimos 20 años, y por una parte, genera el desempleo masivo y la quiebra de muchas empresas del ramo; y por otra, la economía nacional reciente la pérdida de 300 de los 800 millones de dólares que anualmente recupera por dicho concepto para hacerle frente al creciente déficit de su balanza comercial con EUA, que en este período asciende a 2,000 millones de dólares.

A partir de 1976 el gobierno del Presidente Echeverría se ve obligado a renegociar esta situación con el Rabino Alexander N. Schindler, Presidente de las 36 Organizaciones Judías en E.U. y la industria turística mexicana poco a poco regresa a su cauce anterior. Con el inicio del gobierno del Presidente José López Portillo, ésta realidad se vuelve a renegociar con el Rabino Arthur Hertzberg cabeza de la delegación del Congreso Judío que visita México en 1977, y se obtiene el restablecimiento e incremento de las relaciones turísticas con E.U. y la consiguiente restauración de la imagen de México en la opinión pública internacional (103).

Otro hecho sobresaliente que en el terreno de la cultura de masas revela el poder de asentimiento y movilización que efectúan los aparatos de difusión colectiva, es la creación en la opinión pública accidental del nuevo ídolo trasnacional del "star system": John Travolta. Conocido localmente a principios de 1977 por el restringido público de la serie juvenil "Welcome Back, Kootler" en EUA, Travolta es reconvertido a finales del mismo año por la Cía. Paramount para lanzarlo masivamente como el nuevo ideal de los jóvenes occidentales.

Diseñado por un grupo de expertos publicistas en modelamiento de imagen, Travolta es reconstruido en función a las nuevas necesidades de la circulación y de la acumulación del capital trasnacional, especialmente de orden textil y cultural. Se crea -

(103) Al respecto consultar: Campaña Antimexicana, Excélsior, 26 de noviembre de 1975 p-7A; Denuncian Cuatro Legisladores Una Campaña de Desprestigio al Gobierno de México, El Heraldó, 5 de marzo de 1976, p-2-A; Queremos Saber Quién Dirige y Cuál es la Razón de la Campaña Contra México, EL DIA, 2 de mayo de 1976, 1a. pag; Sigue la Campaña Contra México, El Heraldó, 13 de mayo de 1976, p-6-A; Plan Extracontinental Contra la Estabilidad de México, El Heraldó, 25 de junio de 1976, p-1a.; Campaña Contra México Excélsior, 23 de julio de 1976, p-7-A; Denuncia Milton Castellanos una Campaña Contra Baja California, EL DIA, 16 de agosto de 1976, p-3; En Estados Unidos Divulgan lo que Pasa en México con "Vidrio de Aumento", EL DIA, 27 de enero de 1977 p-1; El Comunismo Ajeno a la Democracia Social de México: LE, El Heraldó, 9 de septiembre de 1976, p-1a.; Denuncian a Difusoras de EU. de Hacer una Campaña contra México; Vayan a México, Piden 38 Organismos Judíos, El Sol de México, 28 de enero de 1976, p-1, Sec. A; Plan Publicitario -- "de Saturación" para Atraer Turismo de EU a México, EL DIA, 17 de septiembre de 1976, p-7; México y la Opinión Mundial, Excélsior, 4 de octubre de 1976, p-6-A; Campaña Antiméxico en EU, Excélsior, 3 de enero de 1977, p-6A; Negativa Imagen de México en EU, Excélsior, 10 de enero de 1977, p-1a.; Campañas Contra México Impiden que Crezca el Turismo en EU, El Heraldó, 12 de enero de 1977, p-2-A; La Imagen de México Dañada, El Heraldó, 15 de enero de 1977,

así, una imagen masculina delgada, de pelo corto y alaciado hacia atrás (antes lo usaba largo), con camisa sport tipo discotheque, trajes blancos con chaleco y de tela muy ligera, que con apoyo -- del conjunto "The Bee Gees" y un inmenso caudal publicitario, introduce un nuevo paso y ritmo musical que garantiza el éxito de la película "Saturday Night Fever" y posteriormente "Grease".

Así, en poco menos de dos años, este fenómeno se extiende como "boom ideológico" en el área de la cultura occidental y provoca multitud de movilizaciones aisladas que van desde la fiebre por la travoltomanía que supera las escenas de histeria de -- los Beatles y los Rolling Stone en Inglaterra. Declaraciones anatematizantes de la iglesia guatemalteca por las escenas alienantes y pervertidas para la juventud. Concursos semanales de bailes "estilo travolta" en la televisión española, mexicana y centroamericana, tres semanas después de haberse estrenado la película -- "Saturday Night Fever". Inauguración de 12 mil discotheques y nuevas salas de baile en EUA y 500 en Italia en sólo 2 años para --- aprender y disfrutar los ritmos modernos del nuevo astro juvenil. Permanentes asaltos grupales de jóvenes quinceañeros que no han podido entrar en una de las miles de salas en las que se exhiben sus películas. Modificación masiva de la arraigada moda juvenil -

p-6-A; Campana Contra el Turismo en México, El Heraldo, 13 de enero de 1977, p-6-A; El Congreso Judío Decide Cancelar su Boicot Turístico a México, El Heraldo, 16 de febrero de 1977 1a. plana; Es Preciso Atraer a los Turistas sin Enajenar Nuestras Costumbres, - EL DÍA, 16 de enero de 1977; y Editores de EU, Europa y Australia Darán a Conocer los Atractivos de Nuestro País, El Heraldo, 28 de mayo de 1977, p-5-A.

de los "jeans" de algodón y el pelo desalineado, para substituirlo por las prendas de poliester y nylon de trazos y colores agresivos, con zapatos altos, cinturón delgado, encajes, lentejuelas y maquillaje exhuberante que permite nuevamente enseñar los senos, espaldas y piernas. Condecoración de su compañera Olivia Newton-John con la Orden del Imperio Británico (OBE) en Inglaterra. Saturación permanente de las discotecas de Santiago, México, Barcelona, Caracas, Lima, Tokyo, Buenos Aires, Lisboa y Amsterdam para entrar en el olvido con la música de los "Bee Gees" (sólo en Italia cada fin de semana tres millones de italianos entre los 15 y 40 años invaden permanentemente 1,500 discotecas). Hasta, una acumulación de ganancias netas de 4,000 millones de dólares en N.Y por el sólo concepto de renta de discotheques, y de 221 millones de dólares por la sólo exhibición de las películas "Saturday Night Fever" y "Grease" en EUA. Reproducción y consumo de millones de posters y camisetas con su imagen. Ventas de más de 15 millones de ejemplares del disco "Fiebre del Sábado" en sólo 1 año en EUA y más de 30 millones en el mundo. Y duplicidad absoluta de las ganancias de las empresas mexicanas con sedes norteamericanas "Sears" "Topeka" y "Polydor", en la rama de ropa y discos por explotar la imagen del nuevo ídolo mundial (104).

(104) Para ampliar la irformación, revisar: Comentario a la Nueva Serie de T.V. "Vaselina", El Heraldó, 21 de abril de 1977, p-3-D; High Steppen' To Stardom, Time, 3 de abril de 1978, p-44-49; Bailando Sobre la Cultura, Rev. Proceso, 7 de agosto de 1978; La Moda del Travoltismo, en: Rev. Proceso No. 93, 14 de agosto de 1978, p-55; 221 Millones de Dóllares han obtenido "Grease" y "Saturday Night Fever" en Norteamérica, Excélsior, 12 de septiembre de 1978; La "Travoltamania" Supera las Escenas de Histeria de los Beatles y Rollings, Excélsior, 15 de septiembre de 1978, p-19-C; Travolta Está Asustado Por sus Fanáticos, EL DIA, 18 de sep

Un caso más, que de manera ilustrativa demuestra el im-
pacto cultural que los aparatos de masas pueden efectuar sobre --
las conciencias de sus públicos, son las reacciones presentadas -
durante 1978 y 1979 en Alemania Federal y los principales países
de Europa Occidental por el auditorio de la mini serie televisiva
producida por la NBC denominada "Holocausto". Ante un público de
más de 420 millones de telespectadores de más de 29 países que --
compraron la serie a un costo tan elevado en dólares que no tie-
ne antecedentes en la historia de la compra-venta de programas de
T.V., el judío alemán Gerald Green narra detalladamente cuál fue
el proceso político-ideológico bajo el cual el Tercer Reich Hitle-
riano extermina a 6 millones de judíos en la Alemania Nazi de 1935
y 1945.

tiembre de 1978; Crítica de Cine: Vaselina, Excélsior, 9 de octu-
bre de 1978; Olivia Newton-John tiene Planes Matrimoniales Pero -
no con John Travolta; Quiere Hogar e Hijos, El Heraldó, 18 de oc-
tubre de 1978; Sacerdotes Católicos Anatemizan a Travolta: Sus --
Cintas "Alienantes" y "Pervertidas", El Heraldó, 20 de octubre de
1978; El Fenómeno Travolta es Positivo y llena el Vacío que Dejó
Elvis Presley, Quincy Jones, Excélsior, 27 de octubre de 1978; --
Travolta no Asiste a Salones de Baile, Excélsior, 30 de octubre -
de 1978; El Travoltismo, Gran Negocio en EU, Excélsior, 6 de no-
viembre de 1978, p-3-A; Glorificación Existencial, Rev. Tiempo, -
27 de noviembre de 1978, p-54-56; Olivia Newton-John, Compañera -
de Travolta, Recibió la Orden del Imperio Británico, Excélsior, -
30 de diciembre de 1978, p-6B; Sigue el Auge de Discotecas en Ita
lia, Excélsior, 2 de enero de 1979, p-7-B; "Hoy en Día las Juventu
des se han Convertido en Travoltas". Excélsior, 7 de febrero de -
1979, p-5-B; Invento de Transnacionales. Travolta es Sólo la En-
voltura, Revista Proceso No. 120, 19 de febrero de 1979; "La Na-
quiza se Travoltiza, Rev. Contenido, 12 de octubre de 1978, Méx.,
D.F.; y Fernando Reyes Matta, Network and Travolta: Instruments -
of Transnational Ideological Expresión, Instituto Latinoamericano
de Estudios Transnacionales (ILET), México 1978, 25pp; Invento de
Trasnacionales. Travolta es sólo la Envoltura, Rev. Proceso No. -
120, 19 de febrero de 1979, pag. 28-29; Armand y Michele Matte-
lart. Una Cultura para Administrar la Crisis, en: Le Monde Diploma
tique (en español) No. 10, Año 1, octubre de 1979, p-9.

A treinta años de distancia de los hechos reales, el auditorio europeo, especialmente alemán, frente a este panorama, desata fuertes manifestaciones de conmoción que van desde la imposibilidad de lograr un sueño tranquilo en buena parte de la población telereceptora del programa. La consulta telefónica de más de --- 40,000 espectadores a la Central Federal para la Formación Política de Bonn sobre la veracidad de los hechos presentados. La Organización de discusiones especiales sobre los distintos capítulos de la miniserie en más del 25% de las escuelas de toda Alemania Federal. La compra de tres millones y medio de ejemplares del libro después de haberse exhibido la serie en Estados Unidos. La colecta pública del semanario L'Express para financiar la presentación del telefilm en París, ya que las autoridades francesas rechazaron la compra de los derechos de difusión por ser "muy caros". La dedicación de 18 páginas comentadas del periódico "Der Spiegel" cuando se televisó el primer capítulo en Alemania, y de 15 páginas cuando se difundió el segundo programa. Hasta, el intento de suicidio frente al edificio de la T.V. en Colonia de un excombatiente alemán que recuerda los crímenes cometidos contra el pueblo judío. - "Pintas" de calles y edificios en Madrid por la ultraderecha española que denuncia que "Holocausto" es una "maniobra sionista que no relata la verdad. Bombazos a la torre de transmisiones de la Central Radiofónica de Coblenza por transmitir la serie projudía. Ataque de jóvenes neonazis a una escuela de Berlín Oeste para impedir la discusión del documental. Presiones de varias embajadas para que no se transmita la miniserie en España. Participación del jefe del gobierno alemán, Helmut Schmidt, en una discusión pública sobre las repercusiones del hecho en su país; y la declara-

ción del embajador francés en Bonn que literalmente afirma que -- "la transmisión de Holocausto ha sido el acontecimiento político más importante en Alemania desde el fin de la II Guerra Mundial"- (105).

Una realidad más que revela el descomunal poder persuasivo que desatan los aparatos de difusión de masas se observa a finales de enero de 1979, cuando de manera sorpresiva todos los sectores dominantes del Estado, la clase dirigente y la Iglesia Católica Mexicana se coordinan como nunca antes se había visto para -

(105) Sobre el caso consultar: Holocausto: Exito de Exitos, Uno más Uno, 16 de diciembre de 1978, p-17; Bombazo a la T.V. Alemana por una Serie Pro Judía, Excélsior, 20 de enero de 1979, p-3-A; La Teleserie "Holocausto" Provocó una Conmoción en Alemania Federal, Excélsior, 29 de enero de 1979, p-3, 3a. Parte de la Sección A; Más de Cuarenta Mil Consultas ha Provocado la Serie -- "Holocausto", Excélsior, 2 de enero de 1979; p-11-B; El Canciller de Alemania Federal Tomará Parte en un Debate Sobre "Holocausto", El Nacional, 5 de marzo de 1979, p-13; Holocausto, Serie de T.V. que Continúa Provocando Polémicas, EL DIA, 8 de marzo de 1979, p-21; Execración del Crimen Político, Excélsior, 9 de abril de 1979, p-6A; Holocausto, el Filme más Polémico de la T.V., Uno más Uno, junio de 1979, p-12; Polémicas Violentas en España por el Telefilme Holocausto, EL DIA, 21 de junio de 1979, p-21; Cinco Millones de Telespectadores Han Visto en España Holocausto, EL DIA, 26 de junio de 1979, p-30; Llegó la Teleserie "Holocausto a España", Excélsior, 27 de junio de 1979, p-10-B; La Mitad de España Vió por Televisión el Filme Holocausto, EL DIA, 30 de junio de 1979, p-26; Televisión Educativa en el Canal 13, EL DIA, 30 de septiembre de 1979, p-23; Producción de Nueve Millones de Dólares, Excélsior, 6 de julio de 1979, p-10-B; Holocausto ó el Triunfo del Este, Uno más Uno, 12 de julio de 1979; Comenzará a Transmitirse "Holocausto", Excélsior, 11 de julio de 1979, p-1, Secc. C; Holocausto Pasará a la Televisión Argentina, Excélsior, 12 de julio de 1979, p-14-B; Holocausto I, EL DIA, 13 de julio de 1979, p-21; La Polémica de "Holocausto", EL DIA, 14 de julio de 1979, p-10; Holocausto un Docudrama, Uno más Uno, 22 de julio de 1979, p-23; Holocausto III, EL DIA, 28 de julio de 1979 p-21; Holocausto: ¿Ha Muerto el Nazismo?, El Gallo Ilustrado No. 893, 29 de julio de 1979, p-23; Holocausto, un Telefilme para Hacer Historia, EL DIA, 15 de agosto de 1979, p-21 y Una Cultura Para Administrar la Crisis, Obra citada, p-10 y 11 .

generar a través de estos el mayor movimiento de masas de que se haya tenido registro en las cuatro últimas décadas con el fin de recibir al Papa Juan Pablo II en México.

Apoyada en una portentosa campaña propagandística que implementan los sectores monopólicos de la economía mexicana, los diversos medios de difusión crean un clima psicológico-afectivo que genera desde la formación de una valla humana de 8 km. para aclamar al visitante con el grito de "¡Viva el Papa Wojtyla ", "¡Viva el Vicario de Cristo ", "¡Viva México ", "¡Viva Cristo --- Rey ". Pago de 300 pesos para ver el paso del Pontífice desde las azoteas de diversos edificios. Despliegue de cien mil elementos de seguridad para proteger su vida. Hasta, seguimiento por televisión de 50 millones de receptores para recibir su bendición. Formación de tumultos y masas de 5 millones en el Distrito Federal, de 1 millón en Oaxaca, de 2 millones en Guadalajara, y de 1 millón en Monterrey para ver al Papa celebrar misa, acompañarlo en sus distintos recorridos o despedirlo al partir de cada ciudad. Y ventas por concepto de millones de pesos por la compra de posters, medallas y libros con la imagen de "Su Santidad", así como por la adquisición de grabaciones y discos con las misas y discursos pronunciados (106).

Otro hecho menor, pero que también contribuye a demostrar

(106) Al respecto consultar: Cien Mil Elementos de Seguridad, Excélsior, 21 de enero de 1979, p-1a., Vítores de Tres Millones del Aeropuerto al Zócalo, Excélsior, 27 de enero de 1979, p-1a.; El Milagro de la Propaganda, Excélsior, 2 de febrero de 1979, p-6-A.

el poder persuasivo que despliegan los aparatos de difusión colectiva se palpa a principios de 1980, cuando la estación radiofónica WPFW, propiedad de la Cadena Pacific Broadcasting Company con sede en California, irrumpe su programación la mañana del 30 de abril con ruidos de sirenas y gritos que anuncian un ataque nuclear a los E.U.A. En un clima de tensión internacional entre Norteamérica, Irán y el bloque soviético, dicha información hace creer que los E.U.A. son agredidos atómicamente como reacción oriental al fallido intento de rescatar los rehenes americanos de la embajada Iraní.

Las reacciones no se hacen esperar y el pánico cunde rápidamente por varias ciudades del sur de los E.U. provocando refugios masivos en los sótanos de los edificios con instalaciones antinucleares. Otros grupos se apresuran a llamar y buscar a sus esposas, hijos y amigos creyendo que era inminente el fin de la ciudad. Otros más, subieron a las azoteas esperando localizar la dirección de la nube nuclear y poder defenderse (107).

Por último, algunos hechos aislados que colaboran a ratificar el poder de seducción cultural que ejercen los aparatos de difusión sobre el campo de conciencia de los agentes sociales, vuelve a resaltar cuando un estudio efectuado por auspicios del Departamento de Salubridad de los EUA, revela en 1972 que la vio-

(107) Pánico en Washington por la Dramatización de un Programa de Radio Sobre la Guerra Nuclear, Excélsior, 30 de abril de 1980, p-9A; y Provocó Pánico una Falsa Alarma de Ataque Nuclear en Washington, EL DIA, 30 de abril de 1980, p-1.

lencia presentada por la televisión conduce a un incremento del comportamiento agresivo, aunque debe subrayarse que esta se produce muy probablemente sólo en niños predispuestos a ella. Esta última depende de factores externos como "niveles preexistentes de agresión, factores implícitos en la personalidad y diversos aspectos de actitudes y comportamientos deficientes de los padres --- (108). O bien, cuando en este mismo año, el estudio realizado en Caracas por el poeta colombiano Jaime Tello denominado "Algunas Peculiaridades del Castellano en Venezuela", demuestra que a raíz de la influencia que ha ejercido el idioma inglés difundido por la radio, televisión, prensa y cine nacional sobre el idioma regional, éste se ha deformado. Las principales mutaciones consisten en la esdrújulización, la pluralización, la pleonastización y la neologización del lenguaje, así como el incorrecto uso de las preposiciones "de" y "a" en casi todos los sectores (109).

(108) E.U: Un Estudio Exculpa a la T.V. de Inducir a la Gente a la Violencia, EL DIA, Enero de 1972. Consultar también: La Comunicación de Masas: Su Impacto en la Familia y en el Hombre EL DIA, 16 de agosto de 1970, p-4; Los Medios de Información Ejercen Mayor Influencia que la Educación, EL DIA, 29 de diciembre de 1970, p-8; Los Medios de Difusión Destruyen en Buena Medida la -- Obra de la Escuela, EL DIA, 16 de mayo de 1971, p-1; Los Medios de Comunicación Manipulan Impunemente la Personalidad del Niño, - EL DIA, 4 de julio de 1972, p-8; Los Niños Manipulados por los Medios de Comunicación, Diorama de Excelsior, 5 de mayo de 1974, p-11; La Comunicación Masiva Está Desintegrando al Ser Humano, El - Heraldo, 4 de marzo de 1976, p-3-A; Mensajes y Efectos de los Programas de T.V., El Gallo Ilustrado No. 805, Suplemento Dominical del DIA, 27 de noviembre de 1977, p-5.

(109) Radio y T.V. Han Producido en la Zona del Caribe - Muy Malas Formas de Hablar, Excelsior, 11 de octubre de 1972.

O también, cuando la práctica comercial que se desarrolla en 1967 en Puerto Rico evidencia que el poder de la radio es a tal grado poderosa que la Compañía de Correos de Ponce para convencer a los habitantes de la ciudad sobre las ventajas que encierra el poseer una casilla postal, invierte 20,000 dólares en la implementación de una campaña de difusión sobre dicho servicio. En poco menos de 7 semanas, sin haberse promovido en otros medios que no fueran la radio, el porcentaje de adquirientes se elevan del 24% al 80% de los habitantes de la población (110). O en otro caso, cuando un conjunto de jefes de programación musical de radiodifusoras, ejecutivos de empresas disqueras y cantantes declaran en junio de 1976 que el gusto musical en México es inducido por las empresas radiofónicas. A dichas empresas no les interesa la calidad y el tipo de tema que lanzarán. Lo verdaderamente importante es que se venda. Tal es el caso del conjunto "Acapulco Tropical" el cual se impuso en las clases populares mediante un vasto proyecto de difusión masiva (111).

Igualmente esto se muestra, cuando la tradicional y férrea disciplina del Japón se quiebra en los salones de clase de las escuelas secundarias de Osaka debido a la influencia que pro-

(110) Exitosa Campaña de la WPAB, en Rev. Radio y T.V. - No. 4, Revista Internacional de la Industria Radial, Vol. 4, septiembre de 1967, p-27.

(111) El Gusto Musical Inducido Por Radiodifusoras y Publicistas, Excélsior, 27 de noviembre de 1976, 3a. Secc. A, p- 2; Los Niños Reciben en Forma Permanente la Influencia de la Música Exterior y Olvidan Fácilmente la Propia, Excélsior, 20 de agosto de 1979, p-2.

voca la cantidad de violencia que transmite la T.V. a los niños del país. Derivado de ésto, se constata que únicamente en 1972 se han cometido más de 1,800 casos de transgresión escolar que van desde "levantamientos escolares" y aprehensión de maestros, hasta la destrucción de las aulas (112). Este poder persuasivo de la T.V. se reafirma cuando en 1977 el niño norteamericano Ronnie Zamora de quince años de edad, es declarado culpable de robo y asesinato, debido a que imitando un programa de televisión despoja y victima a otra persona. O bien cuando en septiembre de 1978 en las playas de San Francisco, cuatro niños de 10 a 15 años violan a otra niña de 9 años con una botella de cerveza, siguiendo el ejemplo del film "Nacida Inocente" transmitido por la NBC cuatro días antes en una serie infantil, y donde se muestra cómo una niña de la misma edad es atacada en una correccional con un mango de desatascar (113). O también, en México cuando la empresa TELE-VISA, gracias a la transmisión de su telenovela "Ven Conmigo", obtiene en 1978 que, sin que hayan sido influenciados por otra entidad cultural que no sea el discurso de la telenovela, 750,000 adultos analfabetos acudieron a inscribirse en los Sistemas Abiertos de Educación para recibir instrucción básica (114).

Esto vuelve a constatararse cuando en abril de 1979 un es-

(112) Los Ejemplos de Violencia que Presenta la T.V. Japonesa Quebranta la Disciplina de Escolares, Excélsior, 15 de octubre de 1978.

(113) T.V. y el Año Internacional del Niño: No Penseis, Disparad, Obra cit., p-11.

(114) Covarrubias, Ana Cristina, Una Forma de Educación Por Televisión. La Experiencia de "Ven Conmigo", Instituto Mexicano de Estudios de la Comunicación, A.C., México, D.F., Ed. mimeografiada, p-23.

tudio realizado en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Pensilvania comprueba que las personas que ven mucha T.V. tienen una imagen más pesimista del mundo que las que no tienden a verla. Estas primeras, desarrollan un miedo exagerado por su propia seguridad y creen que los demás son profundamente egoístas, resultando enormemente aprensivos y temerosos. Esto se debe a que tienden a describir el mundo tal como lo ven en la pequeña pantalla y no como es en concreto en su esfera social que los rodea. (115) O bien, cuando en este mismo año la conducta insurreccional que promueve la televisión inglesa requiere ser controlada por el Estado mediante un nuevo reglamento oficial que limita toda presentación de escenas violentas ante la opinión pública inglesa (116) O finalmente, cuando en mayo de 1979 la cadena norteamericana ABC, descubre que su serie semanal denominada "Tres es Compañía", en la que presenta a dos mujeres y un hombre que comparten un mismo piso, ha influenciado y avalado inconscientemente el que un gran número de jóvenes hayan hecho de los tríos mixtos, una forma de vida. Aunque estas combinaciones maritales son poco ortodoxas y asimilables por la moral occidental, se palpa también que "gracias a la serie de T.V., ahora es más aceptable socialmente vivir en grupos de tres" (117).

(115) Causa Pesimismo Ver la T.V. en Forma Exagerada, Ex
celsior, 24 de abril de 1979, p-8-B; y Pasividad y Medios de Comu
nicación, EL DIA, 23 de mayo de 1979, p-22.

(116) La BBC Impone un Reglamento Para Evitar que el Pú-
bl co se Contagie de Violencia, El Heraldó, 23 de abril de 1979.

(117) Influencia de la T.V. en la Forma de Vida en Norte

Pero este conjunto de hechos alusivos al poder la movili-
zación económico-cultural que desarrollan los aparatos de difu-
sión de masas, no significa en ningún momento que éstos posean un
poder omnipotente y absoluto para convertir en dominante cualquier
discurso que es emitido a través de éstos, ó para inducir a sus -
receptores lo que deben pensar. Sino que simplemente representa,
por una parte, que cuando la gama de discursos transmitidos por -
los aparatos de difusión de masas, son favorables a las condicio-
nes psicológicas de los agentes sociales receptores, éstos son --
asimilados con el mismo signo y sentido con que son emitidos y --
producidos. No debemos olvidar que "el receptor es pasivo pero no
neutro ni socialmente virgen. Este practica su propio procesamien-
to de lo que los medios le ofrecen de acuerdo con su propia expe-
riencia y su inserción social... Esta credibilidad aumenta cuanto
más alejada está de la experiencia social del receptor. La compro-
bación se hace particularmente importante y grave en el terreno -
de la información internacional, ya que en este caso el receptor
no dispone de los mecanismos de control de veracidad y verosimili-
tud que su experiencia social le proporciona cuando se trata de -
información local. Es incierto que un lector latinoamericano acep-
te a fardo cerrado lo que las agencias transnacionales de noticias
afirman sobre su propio país, pero ¿cómo dudar de la imagen que -

america, Excélsior, 28 de mayo de 1979, p-19-B. Para complementar
este panorama, también pueden ser válidas las declaraciones del -
Papa Juan Pablo II en el sentido que la T.V. puede deformar a los
niños de todo el mundo. Por ello, solicita a los productores "no
sacrificar el arte por el raiting" La Televisión Puede Deformar a
Todos los Niños del Mundo, Uno Más Uno, 24 de mayo de 1979, p-22.

le proporcionan de Kadafi?" (118).

Por otra, esto quiere decir que cuando las informaciones vehiculizadas por los aparatos de difusión de masas son contrarias a la experiencia psicológico-material que viven los agentes sociales dentro de la estructura y relaciones de clases en las que se desenvuelven, éstos son radicalmente rechazados por su campo de conciencia. Así, se explica el frecuente fracaso de las "prensas oficiales", ilustrado por ejemplo, por la trayectoria del General Juan Domingo Perón en la Argentina, quien es elegido con toda la "gran prensa" en su contra en 1946 y contra parte de ella en 1973, y derrocado con toda la prensa a su favor en 1955. O también, cuando en julio de 1979 el General Anastasio Somoza es derrocado por el Frente Sandinista de Liberación Nacional en Nicaragua, no obstante controlar y dominar durante más de 30 años la estructura y dinámica vertical del aparato de la cultura nacional.

En este sentido, podemos afirmar que aunque el conocimiento de las formas, condiciones y causas que provocan que los agentes sociales asimilen o rechazan las ideologías que transmiten los aparatos de difusión de masas, es un área de la cultura prácticamente abandonada por el análisis marxista, se alcanza distinguir la existencia de una relación directa entre el grado de internalización de discursos de los aparatos de masas y las

(118) Roncagliolo, Rafael. Comunicación: Cambio Social y Necesidad de un Nuevo Marco Conceptual, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), septiembre de 1977, México, D. F., p-5-6.

condiciones concretas histórico materiales en las que vive el receptor: a mayor relación del mensaje con las circunstancias materiales que vive el receptor, mayor grado de aceptación de los paradigmas cognitivos que transportan; y a menor relación de las significaciones con las condiciones históricas que viven los individuos, menor grado de consentimiento de las directrices culturales que difunden.

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

5.- LA PROLONGACION DE LA SOCIEDAD CIVIL POR MEDIACION DEL APARATO DE LA CULTURA DE MASAS.

Otra especificidad más que contribuye a convertir a los medios de difusión de masas en los principales aparatos de hegemonía del capitalismo contemporáneo y que quizás es el argumento más contundente, es su capacidad histórica para prolongar y ejecutar gran cantidad de funciones político-culturales que son propias de otros aparatos ideológicos que coexisten simultáneamente al interior de la superestructura de la formación social. Es decir, atraídas por las propiedades físico-materiales que históricamente ha ido conquistando el aparato global de la cultura de ma-

sas (amplio radio de acción ideológico, temprana y asidua multiso-
cialización del campo de conciencia de los agentes sociales, gran
capacidad de legitimación continua y acelerada, y enorme poder de
formación del consenso y de movilización de los agentes sociales),
éstos quedan atravesados, en un primer nivel, por el conjunto de
intereses de las diferentes clases y fracciones de clases que coe-
xisten al interior de la formación económico-social, especialmen-
te aquéllas que componen al bloque en el poder. Pero además, en
un segundo nivel, seducidas por los mismos atributos anteriores -
estos también quedan atravesados por la prolongación de algunas -
de las distintas funciones ideológicas que desempeñan los diver-
sos aparatos culturales que producen la conciencia social.

Esta superioridad físico-material de los medios, dentro -
de la amalgama de aparatos ideológicos con que cuenta la clase en
el poder, no únicamente es reconocida por el análisis sociológico
de corte crítico, sino con mucha anticipación es descubierta y --
utilizada por la misma práctica cultural que desarrollan el con-
junto de fracciones de clases en el poder. Esto significa que, la
red cultural que sostiene a cada aparato ideológico, gobernado y
orientado, por alguna o la suma de las clases dirigentes, no sólo
recurre a su propio subsistema cultural (sea el sistema escolar,
el sistema de iglesias, el sistema de partidos políticos, el sis-
tema de organizaciones jurídicas, etc.) para imponer su ideología
particular como ideología nacional, sino en la actualidad, cada -
conjunto de instituciones ideológicas, sean de naturaleza políti-
ca, jurídica, educativa, religiosa, familiar, sindical, etc., re-
curren a los medios de difusión masiva (T.V., Radio, Cine, Prensa,
etc.,) como extensiones superestructurales que reproducen en esca-

la ampliada su específica tarea cultural que deben desempeñar.

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

a.- El aparato ideológico escolar, utiliza a la T.V. como continuación de su acción "educativa" y da origen a la "Tele-Educación dominante (por ejemplo, la "Telesecundaria", la "Teleintroducción a la Universidad", la "Tele Alfabetización de Adultos", etc.); al medio, radio como ampliación de su práctica "formativa", dando vida la Radio-Educación burguesa (por ejemplo, la "Radio, - Instrucción Técnica para Jóvenes", la "Radio Alfabetización Campesina", la "Radio Preparación Indígena", etc., etc.); al medio cine como reforzamiento de su tarea pedagógica creando la "Educación Audiovisual"; etc., etc.

Esta tendencia cultural ha destacado en tal forma sobre el resto de las nuevas tareas ideológicas que se realizan al interior del aparato de la cultura de masas que, han marcado el surgimiento de una nueva función cultural cada vez más estructural para con el proceso de reproducción de la formación social: su contribución a la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo. Al respecto revisar el inciso "C" de este trabajo en el cual se plantean algunas modalidades específicas que ha adaptado el aparato escolar para prolongarse a través de la radio y la televisión.

b.- Los aparatos ideológicos sindicales y los aparatos culturales de orden político, aprovechan dichas técnicas e instituciones de difusión masiva para irradiar colectivamente sus respectivos discursos de clase sobre un margen de población más amplio que sus propios subsistemas culturales, por sí mismos, no les proporcionan. Con ello, incrementan su competitividad cultural que les permite participar con mejores condiciones políticas en la lucha por la creación y dirección de la opinión pública o del consenso social. Así, se observa, que por ejemplo, ante la nueva elección de diputados de la Ciudad de México en 1979, los 7 partidos políticos registrados, inclusive los de registro condicionado (Partido Comunista Mexicano, Partido Demócrata y Partido Socialista de los Trabajadores), prolongan sus actividades de proselitismo político a través de la radio y T.V. nacionales. Dicho trabajo cultural es a tal grado eficiente que, un estudio realizado sobre una muestra representativa de la población del Distrito Federal - expuesta al impacto de los medios, revela que el 50.7% de los habitantes sí reciben la información que envían los partidos mencionados. Dentro del sector que lo percibe el 77.4% lo obtiene por medio de la T.V., y el 22.6% restante por medio de la radio (119).

Esta situación de prolongación cultural de los partidos políticos a través del aparato de la cultura de masas, se torna cada vez más en un recurso de poder indispensable para los secto-

(119) Los Partidos Por Radio y T.V., Revista Tiempo, No. 1916, pág. 7; y Cremoux, Raúl, y Otros. Los Partidos Políticos en los Medios de Difusión. (Encuesta)., Universidad Autónoma Metropo

res dirigentes en la medida en que la fase avanzada del capitalismo monopolista entra cada vez más en una creciente crisis política. Es decir, aunque anteriormente "los partidos se constituían - en aparatos ideológicos de primer rango al elaborar y transmitir, en lo esencial, un discurso fundamentado en la voluntad general - que cimentaba las instituciones de la democracia representativa y garantizaban el Estado de derecho (el caso de los partidos fascistas es diferente); en la actualidad, la administración se erige - en organizador político principal y en verdadero partido de las - clases dominantes, destinado a asimilar también a las masas populares: la hegemonía del capitalismo monopolista multinacional dentro de la alianza en el poder está vinculada indudablemente a esta usurpación. La administración representa el lugar de la toma - de decisiones; se dirige directamente a los diversos grupos socio-profesionales por encima de los partidos, al favorecer un neo-corporativismo y un neo-clientelismo vertical".

"De ahí la crisis de representatividad de los "partidos de poder" en las clases y grupos que representan, tanto más cuanto que la legitimación pertenece también a la administración por una mutación acelerada de la soberanía popular en soberanía estatal..."

"Esta crisis institucional atañe en primer lugar a las -

formaciones que participan de manera regular en el gobierno y, entre ellas, a los partidos de la social democracia. Su acceso al poder en Alemania ó en Gran Bretaña no sólo deja de representar una alternativa política real, sino además, aunque no se les pueda asimilar a simples reproducciones de la derecha, los ciudadanos no consiguen operar una elección claramente diferenciada entre unas élites dirigentes inter-cambiables...".

"En cuanto a los demás partidos socialistas y eurocomunistas, alejados del gobierno, también sufren las consecuencias: la legitimación plebicitaria y la personalización del poder refuerzan su carácter burocrático tradicional, y por lo tanto, incitan a su dirección a utilizar a los medios de comunicación de masas para alinear a la base..." (120).

c.- En lo que se refiere al empleo de los aparatos de masas por los sistemas de iglesias, encontramos que, éstos igualmente dependen del aparato global de comunicación-información para alcanzar nuevas posiciones hegemónicas que su red tradicional de inculcación religiosa (sermón dominical, catequesis de pequeños grupos, trabajo en células de base, etc. etc.), no puede conquistar. Es por ello, que desde hace varias décadas la iglesia católica de occidente crea su infraestructura de difusión ideológica denominada "Radio Vaticano". Desde ésta, no únicamente desempeña una amplia labor de propaganda religiosa, sino también, una ofensi

va política en los términos que cada correlación de fuerzas le -- exige. Por idénticos motivos, al celebrarse el "Congreso Eucarístico Nacional de Sevilla" en agosto de 1968, el comité organizador del evento emplea al medio radio para que el Papa Pablo VI envíe al mundo su discurso de clausura (121). Persiguiendo los mismos fines, la Comisión Episcopal Mexicana arregla los preparativos para utilizar a la televisión como instrumento de difusión de todas las actividades realizadas por el Papa Juan Pablo II en su viaje de inauguración de la "III Conferencia Episcopal Latinoamericana"(CELAM). En especial, resalta la publicidad que se le da a la celebración de la misa solemne oficiada en la Basílica de -- Guadalupe, que es transmitida a un auditorio potencial de 450 millones de personas (122).

Reconociendo que la iglesia católica "no tiene suficientes medios para llegar al grueso de la población", el Cardenal peruano Juan Landázuri, representante de la Comisión de Estudios de la III CELAM, solicita para la Iglesia Católica de América Latina, la creación de un canal propio de comunicación social (T.V. radio y prensa) que sea "la voz de los pobres y desposeídos de la región, aún con los riesgos que ésto implica". Dichos medios serán trascendentales en "la evangelización de las grandes masas de latinoamericanos que todavía hoy están sumidos en la pobreza, en la

(121) La Radiodifusión y la Iglesia, Revista Radio y T. V., Revista Internacional de la Industria Radial, Vol. 5, No. 3 agosto de 1968, p-21.

(122) La Bendición Papal a 450 Millones de Personas por T.V., Novedades, 28 de enero de 1979.

marginalidad, en la injusticia y en la ignorancia de "dios" (123). Reiterando esta posición la directora del Departamento de Comunicaciones Sociales del Consejo Episcopal Latinoamericano (DECOS-CELAM), declara que en esta época no se puede evangelizar sin utilizar los medios modernos de comunicación como son la prensa, la radio, la T.V. y el cine (124).

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

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

2.- Para ser efectiva la articulación de la Pastoral de la Comunicación con la Pastoral Orgánica, es necesario crear donde no existe y potenciar donde la hay un Departamento u Organismo específico (Nacional y Diocesano) para la Comunicación Social e incorporarlo en las actividades de todas las áreas pastorales.

3.- La tarea de formación en el campo de la Comunicación

(123) Apoyo de la Iglesia Contra la Opresión, Excélsior, 9 de enero de 1979, 1a. plana; y T.V. Para la Iglesia, Excélsior, 9 de enero de 1979, p-6-A.

(124) Los Medios de Comunicación Ideales Para Evangelizar., El Universal, 26 de enero de 1972.

Social es una acción prioritaria. Por tanto urge formar en este campo a todos los agentes de la evangelización:

- Para los aspirantes al sacerdocio y a la Vida Religiosa es necesario que esta formación se integre en los planes de estudio.
- Para los sacerdotes, religiosos, agentes pastorales y para los mismos responsables de los organismos nacionales y diocesanos de Pastoral Social, es necesario programar procesos de formación permanente.
- Especial atención merecen los profesionales de la comunicación y una formación más adecuada los que cubren la información religiosa.

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

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

Se recomienda a los organismos eclesiales continentales (UNDA, OCIC, UCLAP) dedicar una especial atención a la formación

del público receptor así como de las personas mencionadas en el número 106.

6.- Sin descuidar la necesaria y urgente presencia en los medios masivos, urge intensificar los Medios de Comunicación Grupal (MCG) que, además de ser menos costosos y de más fácil manejo, ofrecen la posibilidad del diálogo y son más aptos para una evangelización de persona a persona que suscite una adhesión y compromiso verdaderamente personales (Cfr. En. 45, 46).

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

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

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

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

10.- Las limitaciones que hemos tenido en el continente -- nos fuerzan a ratificar el derecho social a la información con -- sus correlativas obligaciones dentro de los límites éticos que im-- pone el respeto a la privacidad de las personas y a la verdad. Es-- tos principios son válidos al interior de la Iglesia, la cual de-- be recibir con humildad las críticas aún injustas.

11.- La presencia de la Iglesia en el mundo de la Comuni-- cación Social exige importantes recursos económicos que deben ser provistos por toda la comunicación cristiana (125).

Finalmente, uno de los hechos que comprueban no sólo el interés que muestra el aparato religioso para proyectarse a tra-- vés del aparato de la cultura de masas, sino también el grado en el que reconoce y emplea su eficiencia histórico-social para eje-- cutar sus tareas ideológicas, es la aceptación de otorgar "vali-- dez de recepción" a dos de sus principales rituales transmitidos por T.V. durante la visita del Papa Juan Pablo II a México en ene-- ro de 1979: la participación en la ceremonia de la "Santa Misa",-

(125) Conclusiones de la III Conferencia General del Epis-- copado Latinoamericano: La Evangelización en el Presente y en el -- Futuro de América Latina., Puebla de los Angeles, 27 de enero, 13 de febrero, México, 1979, ed. mimeografiada, p-190-192.

y la recepción de la bendición papal.

Siendo que la Iglesia Católica centra su máximo rito --- ideológico en la celebración del oficio eucarístico, las "bonda-- des espirituales" que se obtienen de esta, siempre han sido cuidados y administrados celosísimamente por la jerarquía eclesiástica. Sin embargo, ante la imposibilidad de reunir físicamente en un -- mismo espacio religioso a los millones de agentes sociales que desean participar en la liturgia cristiana que celebra Karol Wojty-la, la iglesia mexicana amplía la modalidad de la administración de sus "dones" y recurre al aparato televisivo para distribuir a un alto porcentaje de fieles nacionales y latinos los beneficios del "sacramento" y de la bendición papal. Es decir, el aparato religioso hecha mano de los medios no sólo para legitimarse periódicamente a través de la difusión de su imagen, sino que también mediante éstos realiza sus funciones ideológicas de "inculcación de fe" y de su consecuente proselitismo ideológico.

D.- En cuanto a los aparatos ideológicos de tipo jurídico, organizaciones gremiales o profesionales, fundaciones culturales, etc. etc., todos ellos también tienden a emplear a los me--- dios como instrumentos de propagación masiva de su producción cultural. Con ello, pueden luchar en el campo de la hegemonía por -- conquistar y conservar diversas posiciones del consenso que les - permite existir y reproducirse como dominantes por vía de la ac-- ción ideológica.

Por ejemplo, en 1978 se observa en Washington que el aparato judicial norteamericano en colaboración con la Fundación --- Ford y la Asociación Nacional de Padres de Familia, aprovechan --

Las series policíales para enseñar a los niños del país cuál es el proceso judicial de los Estados Unidos. De esta forma, en lugar de que los chicos únicamente se deleiten viendo tiros en los programas detectivescos como "Starsky y Hotch", "S.W.A.T.", "Barnaby Jones", "Columbo" ó "Kojak", ahora tendrán que tomar nota de lo que sucede y discutir al día siguiente en clases los derechos constitucionales, el respeto a la ley, la propiedad privada, el mantenimiento del orden civil, etc., etc. (126).

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

Es más, para legitimar, en algunos casos, y para efectuar, en otros, sus acciones represivas, el aparato militar se ha visto obligado a proyectarse a través de los aparatos del consenso de masas. Es por ello, que por ejemplo, después de haber sido tomada la embajada norteamericana en Teherán en noviembre de 1979, el Ayatollah Jomeini da instrucciones al segundo comandante de las fuerzas militares de la revolución iraní, Alí Jamenei, para

(126) Emplearán en E.U.A. las Series Policíacas de T. V. Para que los Niños Aprendan el Sistema Judicial, Obra cit., p-17.

que utilice la T.V. local con el fin de adiestrar militarmente a 20 millones de jóvenes musulmanes y forme 22 comandos de ataque - que puedan luchar en la guerrilla. Con esto aumenta la seguridad nacional de Irán frente a un sorpresivo ataque norteamericano para intentar liberar a los diplomáticos presos en su embajada y para recobrar la garantía de los suministros de petróleo iraní a -- los EUA.

Esto mismo, se observa en el caso de México y la mayor - parte de los países latinoamericanos donde el ejército emplea la T.V., la radio y la prensa para transmitir el "Día de la Defensa Nacional" su desfile militar o para difundir el 5 de mayo la ceremonia de toma de jura de bandera por los nuevos miembros del Servicio Militar Nacional. Mediante estos hechos y otros más, se actualiza anualmente en tiempos de paz, la expresión de fuerza que ha conquistado el sector militar frente a la población civil, lo que consolida en el fondo su hegemonía como fracción de poder. -- (127).

En otro orden de hechos, también destaca el uso que el - Ejército y el Departamento de Policía y Tránsito de la Ciudad de México realiza de los medios de difusión de masas nacionales para reclutar durante el segundo semestre de 1979 a los nuevos aspirantes que ingresarán sus filas militares. Con los mismos fines la - "Heroica Escuela Militar Nacional" aprovecha la radio y televi-

(127) Consultar, RTC Difundirá Mañana del Festival del Día del Ejército Desde la Plaza México, Excélsior, 16 de febrero de 1980, p-2; y La Ceremonia de Jura de Bandera por Radio y T.V., Excélsior, 5 de mayo de 1980, p-8-C.

sión mexicana para difundir su propaganda de alistamiento de aspirantes durante los primeros meses de 1980 en el Distrito Federal.

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

Esto los ha convertido en los principales aparatos de consenso expuestos al mayor grado de contradicciones secundarias (antagonismos existentes a nivel interno de la clase dominante) de toda la sociedad civil. Es por ello, que aún en tiempos de dictadura donde la autonomía relativa de la superestructura cultural - se reduce substancialmente "los media y los mensajes de la cultura de masas, por sus proposiciones democratizantes y "pluriclasistas", son hoy de hecho junto con la institución eclesiástica, uno de los pocos terrenos en los que, a pesar de la censura, aún se pueden expresar públicamente las contradicciones sociales. La plataforma de los media (televisión, prensa, radio), los cuales, sin censores, sin partidos, sin parlamento, deben proporcionar a la dictadura militar su "intelectual orgánico" para salir de la cri-

sis, se enfrentan al mismo tiempo con el peso de las formas de organización del poder legadas por el Estado Liberal y con todas -- las fisuras que existen entre las operaciones de la propaganda y la acción metabólica de la ideología..."

Así, ante "la necesidad de terminar con las contradicciones existentes en el seno de los medios, la dictadura incita el desarrollo de una producción cada vez más coherente con la regresión fascista, y dentro de los programas importados, favorece la selección de aquéllos que son más compatibles con los valores y las actitudes promovidas por el proyecto de militarización de los generales y los esfuerzos por subsanar la vida política y moral. El incremento en la T.V. de programas deportivos, juegos y telenovelas melodramáticas producidas por el país e importados de otras naciones latinoamericanas (la producción de estas telenovelas se ha duplicado o triplicado en estos últimos años, y cada vez más países las realizan), es un indicio de la necesidad sentida por aceptar el desafío. Resulta paradójico el que en estos países, bajo la mirada total de las multinacionales, se manifieste tanto la necesidad de nacionalizar, en pleno período de internacionalización de capital, los contenidos de la cultura encargada de juntar las mentes alrededor del modelo de desarrollo implementado por el gran capital internacional" (128).

(128) Mattelart, Armand. La Comunicación de la Crisis, - ponencia presentada en el Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, mayo de 1978 ed. mimeografiada, p- 23 a 25.

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

6.- SU PERMEABILIDAD DE PARTICIPACION PARA CON EL PROYECTO DE LA CLASE DIRIGENTE.

Otro factor más, derivado ya no del carácter físico-mate-- rial de los aparatos de difusión de masas, sino de la forma de or-- ganización monopólica de la cultura en la sociedad capitalista, y que contribuye a instituir a éstos en los principales aparatos de hegemonía de la clase en el poder, es su gran capacidad de permea-- bilidad participativa que ofrecen a las diversas fracciones de la clase dominante. Es decir, mientras la iglesia, la escuela, los -- sindicatos, la familia, etc., son instituciones de hegemonía que siguen la tendencia a expresar básicamente los intereses de una -- sólo fracción de la clase dirigente que es la que les dá vida; -- los medios de difusión de masas, están expuestos a un mayor grado de lucha intra-clases dominantes que el resto de los aparatos --- ideológicos del Estado capitalista contemporáneo.

Esto significa, que en una formación capitalista depen-- diente tanto la burguesía comercial, como la industrial, la finan--

ciera, la burocrática, etc., nacional o foránea, encuentran un -- gran margen de participación superestructural a través de los aparatos del consenso masivo para construir su hegemonía de fracción de clase en el poder que requieren para legitimarse y existir. Es to se debe, a que una vez instalada la infraestructura material - que soporta el proceso de difusión masiva (instalación material - de los emisores, conquista de un auditorio cautivo, ampliación de su cobertura de difusión masiva, etc.), lo único que requieren es tas fracciones de clase para transmitir e inculcar masivamente su ideología dominante, es adquirir tiempo o espacio de difusión (se gún sea la naturaleza del medio), para vehiculizar sus intereses particulares de clase e imponerlos como necesidades generales y - prioritarias del conjunto social.

Esta misma capacidad de permeabilidad a todos los intere ses de las clases dominantes, no se da con la misma facilidad pa- ra la clase dominante en el resto de los aparatos ideológicos de Estado. Aunque es cierto que, ningún aparato de hegemonía es mono- lítico, es decir que no sólo refleja un mismo tropismo de clase, sino un conjunto de intereses y contradicciones multifacéticas de clases y fracciones de clases; también es cierto, que cada aparato, según sea su constitución histórica, responde, con mayor o me nor fuerza, a una tendencia de clase guía que es la que imprime - el carácter básico de la función estructural que debe desempeñar.

Ello quiere decir, que el sistema de escuelas, de fami-- lias, de iglesias, de partidos políticos, de sindicatos, etc., -- responden con mayor énfasis a la clase que históricamente le da - vida, y en cierto grado reducen o subordinan la participación de

otras fracciones de clase añadidas a los intereses de la tendencia dominante. Esto mismo, no sucede en tal proporción con los medios masivos como aparatos ideológicos del Estado, puesto que en la actual estructura de dominación cultural, su altísimo costo de funcionamiento (especialmente de los electrónicos), requiere la participación económica, y por consiguiente, política y cultural de todas las fracciones de la clase dominante, nacional y extranjera, para mantenerlos en operación.

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

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

7.- SU HERMETISMO DE ACCION AL PROGRAMA PROLETARIO.

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

impone a los medios dominantes de difusión masiva como los principales aparatos de hegemonía de la formación capitalista, es su -- fuerte grado de impermeabilidad hacia la participación de los intereses de los sectores subalternos. Es decir, con el fin de conservar el equilibrio que requiere el reino del capital, los dirigentes 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 programa integral de crecimiento y sujetamiento social, al sistema global de comunicación-información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. Dentro de estos últimos, prioritariamente monopolizan a los técnicamente más avanzados, -- puesto que son los que les ofrecen el mayor poder de creación de consenso y de alineación colectiva.

Ello significa que, debido a que la opinión pública que crean los medios de difusión, además de ser el vínculo que cohesionan psicológicamente a los distintos individuos de las diversas clases sociales de los múltiples modos de producción que coexisten simultáneamente en el mismo tiempo y espacio histórico de la formación social, es también "el contenido político de una voluntad política que puede ser discordante" (129); la clase gobernante, se ve orillada a mantener el control de los mismos, ya que esto le representa una condición indispensable para conservar su --

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

equilibrio autoritario. Por ello, con objeto de instaurar un sólido consenso ideológico que propicie la existencia y reproducción de los intereses del capital nacional e imperial, el sector hegemónico se encuentra inevitablemente forzado a desarrollar "la lucha por el monopolio de los órganos de la opinión pública: periódicos, partidos, parlamento, de manera que una sola fuerza modele la opinión y de este modo la voluntad política nacional; dispersando los desacuerdos en fragmentos individuales y desorganizados (130).

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

a.- 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 convertirlos en sus principales aparatos de conducción cultural en los mo-

(130) 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.

mentos 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, su desempeño como industrias culturales, y su marco jurídico de actuación.

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

A.- 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 vehiculización 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 (131).

Mediante el control hegemónico de estos factores primarios y secundarios en las sociedades capitalistas dependientes, - especialmente de América Latina, se genera una doble determinación estructural de los medios que converge en la lucha por la -- instauración de un doble proyecto dominante de desarrollo social:

(131) 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 aceptados 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 cuales son los factores particulares que permiten que al mismo -- tiempo que estos 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 estas variables de dirección política.

Para una referencia bibliográfica sobre el estado aproximado de la teoría de los aparatos ideológicos de Estado, consultar la nota 34 de nuestro trabajo, El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM), No. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, D.F., marzo de 1979, p-25.

el programa de acumulación de capital de la burguesía nacional, y el proyecto imperialista de acumulación de valor. De esta forma, en las sociedades periféricas los medios contraen un doble carácter dominante: 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 (132).

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

b.- 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 --

(132) Para obtener un panorama general que muestre 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, Santiago de 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.

que determina prioritariamente la función ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas, es su propiedad jurídica; ya que es a través de esta, 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 (133), el dueño obtiene la facultad de orientar la función cultural que desempeñan éstos, 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. Esto se debe, a que en términos generales, la propiedad de los transmisores, especialmente de 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.

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

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

La congregación del gran capital en manos de un reducido estrato, permite paralelamente a nivel cultural que "los medios de comunicación más importantes estén en manos de las respectivas oligarquías o de las nuevas burguesías industriales y comerciales o en la de los intermediarios de los grupos de dominación extrema en el poder. Estos grupos propietarios forman en su gran mayoría.

Esta situación desemboca en un doble efecto: por un lado, la 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 mismo, ya que lo puede hacer funcionar o detener cuando se lo proponga.

Debido a esta realidad, los propietarios jurídicos de los canales de difusión cuidan celosamente, a través de una constante práctica de "relaciones públicas internas", que los campos de conciencia de sus trabajadores culturales, estén permanentemente impregnados de los paradigmas y anhelos cognoscitivos que transporta su ideología dominante. Ello le 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.

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" (134).

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 la propiedad y han pasado a ser, cada vez más, propiedad de un número pequeño y constantemente decreciente de empresas gigantescas, que tiene intereses mixtos en diferentes medios de la información y difusión, y también a menudo, en otras esferas de la empresa capitalista" (135).

(134) 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, p-9.

(135) 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 mate--

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.

C.- EL DESEMPEÑO COMO INDUSTRIAS CULTURALES COMO ELEMENTO QUE SOBREDETERMINA SU TAREA DE CONSENSO.

Otro factor más que, derivado del tipo de posesión jurídica que se aplica sobre éstos, condiciona la práctica cultural - que desarrollan los aparatos de comunicación de masas en la forma ción social capitalista, es la función histórica que ejercen como industrias culturales. Es decir, aunque no todos los aparatos de comunicación de masas operan como negocios en el modo de producción capitalista, a partir de la saturación de las áreas de inversión rentable del capital central y del surgimiento de la contradicción que enfrenta el capital monopólico para vender la masa de mercancías producidas en su fase industrial; la tendencia mayoritaria de éstos (137) y del complejo global de comunicación-información, emerge y se desarrolla como una nueva zona histórica de reinversión lucrativa del capital productivo. Por lo tanto, se incli nan a funcionar como empresas culturales.

Aprovechando, en algunos casos, las concesiones otorga--

(137) Una perspectiva formal que muestra como la radio y la televisión desarrollan su tendencia como industrias culturales en algunos países capitalistas puede consultarse en el trabajo de Raúl Cremoux. Formas de Manejo de la Radio y la Televisión, en: - Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de México, México, D.F. julio--septiembre de 1972, p- 63-71.

das por el Estado capitalista, y en otros, ejerciendo su derecho de propiedad privada de los mismos, el común denominador de los aparatos de la cultura de masas tienden a la producción y acumulación de capital vía explotación de la fuerza de trabajo asalariada que labora dentro de los mismos, y vía el encarecimiento exorbitante de la información-mercancía que elaboran dentro de su proceso de producción cultural.

Es precisamente esta última modalidad, quien por su naturaleza netamente comercial los convierte en el principal instrumento de acumulación de capital a través de los aparatos de comunicación de masas. Simultáneamente, ésto mismo los transforma, -- dentro de la mayor parte de las superestructuras culturales actuales de la sociedad capitalista contemporánea, en un radical filtro económico que muy difícilmente puede ser superado por los recursos del proyecto proletario en el marco del orden establecido. Así, observamos que los registros más recientes revelan que para participar en la orientación y dirección de los aparatos de difusión de masas, los sectores sociales del capitalismo central interesados en utilizar las ventajas materiales de éstos, deben invertir como mínimo una alta cuota de capital variable (Ver cuadro -- N° 6).

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

CUADRO N° 6: COSTOS DE PARTICIPACION DE LOS SECTORES SOCIALES NORTEAMERICANOS EN T.V., RADIO, REVISTAS Y PERIODICOS - EN 1970 Y 1977 (138).

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

Nota: Estas cifras son promedios; los programas y las publicaciones individuales pueden ser radicalmente diferentes.

Fuente: Annual Review of Media, Media Decisions, agosto de 1977 y compras actuales.

(138) Fajen, Stephen R. Cómo Hacer Más Rentables los Medios de Comunicación, en: No. 263, Año XI, Vol. XI, 18 de abril - de 1979, México D.F., p- 74.

Los casos más recientes los encontraremos nuevamente en los E.U.A. donde en 1973 la hora de costo de producción de programas como -- "Gunsmoke", "Columbo" o "Marcus Welby, M.D", asciende a un promedio de \$200,000 a \$250,000, no siendo éstas las emisiones más costosas. En 1971 y 1972 el costo de compra de dos spots de 30 segundos en alguno de los programas populares como "Gunsmoke" and "The Odd Couple" en 13 semanas de la estación elegida, excede al millón de dólares americanos. El Costo de un spot de 30 segundos - en el programa "The Carol Burnett Show" en el período de primavera asciende a \$17,000; y para el invierno ese mismo tiempo en el programa "The Nicolás Show" se eleva a \$64,000. Y ahora en 1977, - un minuto de programación en el tiempo de primavera en T.V. cuesta \$100,000. (139).

Esta situación se incrementa para el período 1977-1978 - en donde se observa que, el costo de participación publicitaria - de 30 segundos en la serie "Los Angeles de Charlie" que fue transmitida por la cadena ABC, ascendió a \$115,000 dólares (2,553,000 pesos mexicanos). (140).

Este mismo margen obtuso que no da cabida a la expresión de los intereses proletarios a través de la difusión de masas, lo hallamos también en el capitalismo periférico, en dónde con otras modalidades y controles proporcionales, se relega igualmente la -

(139) Phillipoff, Robert. Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media, en: Review Political Affairs, julio de 1977, - p-36.

(140) Cómo Hacer más Rentables los Medios de Comunicación, obra cit., p-73.

participación cultural de los sectores trabajadores. Una situación ilustrativa la presenciamos en la estructura económica del sistema de aparatos de difusión de masas del capitalismo mexicano. Para participar en éstos, se requiere la disposición e inversión del siguiente capital variable (Ver cuadros Nos. 7, 8 y 9).

De esta forma, ocasionado por su alto costo de compra de tiempo o de espacio en los medios dominantes, los sectores trabajadores casi no tienen posibilidades significativas para intervenir en la orientación de la producción, transmisión e inculcación cultural que efectúan los medios hegemónicos, con el fin de difundir a través de éstos sus múltiples intereses de sector trabajador. Con ello, la cotidiana dirección moral de la sociedad, fundamentalmente queda en manos de las fracciones dominantes que gobiernan la formación social.

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

CUADRO N° 7: COSTOS DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA T.V.
EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.

TELEVISION (TELEVISA CANAL 2)						
TIEMPO DE DURACION	Horario "AAA" (19.30 a 24 hrs.)		Horario "AA" (17.00 a 19.30 hrs.)		Horario "A" (24.00 a 17 hrs.)	
	Precio en Corte	Precio Den- tro del Programa	Precio en Corte	Precio Den- tro del Programa	Precio en Corte	Precio Den- tro del Programa
20 Segundos	\$21,600.00	\$26,400.00	\$16,800.00	\$18,000.00	\$ 9,600.00	\$12,000.00
30 Segundos	\$32,400.00	\$39,600.00	\$25,200.00	\$27,000.00	\$14,400.00	\$18,000.00
40 Segundos	\$43,200.00	\$52,800.00	\$33,600.00	\$36,000.00	\$19,200.00	\$24,000.00
60 Segundos	\$64,800.00	\$79,200.00	\$50,400.00	\$54,000.00	\$28,800.00	\$36,000.00

140

Fuente: Medios Audiovisuales. Tarifas y Datos, Ed. Medios Audiovisuales Mexicanos, S. A. - de C.V., No-81, marzo-mayo de 1979, México, D.F., p. 174.

CUADRO N° 8: COSTO DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.

RADIO (RADIO FELICIDAD - XEFR)	
TIEMPO DE DURACION	COSTO
5 Segundos	\$ 69.00
10 Segundos	\$ 88.00
20 Segundos	\$ 116.00
30 Segundos	\$ 146.00
40 Segundos	\$ 205.00
60 Segundos	\$ 311.00

Fuente: Medios Audiovisuales. Tarifas y Datos, Ed. Medios Audiovisuales Mexicanos, S.A. de C.V., marzo-mayo de 1979, México, D.F., p. 97.

**CUADRO N° 9: COSTOS DE PARTICIPACION DE LAS DISTINTAS FRACCIONES DE CLASES MEXICANAS EN LA PRENSA
EN EL DISTRITO FEDERAL EN 1979.**

**P R E N S A
(PERIODICO: "EL HERALDO DE MEXICO")**

SECCION Y TAMARO		PRECIO POR TIPO DE IMPRESION EN LINEA AGATA				
		BLANCO Y NEGRO	UN COLOR ADI- CIONAL	DOS COLORES	SELECC. DE COLOR	
P R I M E R A	S E C C I O N	Plana Par	\$ 22.50	\$ 25.50	\$ 26.50	\$ 30.50
		Plana Impar	\$ 24.00	\$ 26.50	\$ 29.00	\$ 32.00
		Plana 2	\$ 42.50	\$ 46.50	\$ 48.00	\$ 50.50
		Plana 3	\$ 52.00	-----	-----	-----
		Plana par Finan- ciera	\$ 24.00	-----	-----	-----
	Plana Impar Fi- nanciera	\$ 25.50	-----	-----	-----	
Sección de Sociales		Plana Par	\$ 22.50	\$ 25.50	\$ 26.50	\$ 30.50
		Plana Impar	\$ 24.00	\$ 26.50	\$ 29.00	\$ 32.50
Cualquiera Sección Planas Completas		Página Par	\$ 43,000.00	\$ 49,900.00	\$ 56,800.00	\$ 60,150.00
		Página Impar	\$ 46,450.00	\$ 53,250.00	\$ 60,150.00	\$ 63,600.00
		Contraportada	\$ 48,200.00	\$ 55,000.00	\$ 61,900.00	\$ 65,350.00
		Deportes	\$ 41,300.00	\$ 48,200.00	\$ 55,100.00	\$ 58,450.00
		Balances y Sorteos	\$ 51,650.00	\$ 58,600.00	\$ 65,300.00	\$ 68,800.00
	Reportaje en prime ra plana de socia- les	\$ 68,800.00	-----	-----	\$ 86,000.00	
Cualquier Sección, pu- blicitad co- mercial o po- lítica.		Gaceta (línea Agata)	\$ 75.00	-----	-----	-----
		1 Plana	\$ 71,300.00	-----	-----	-----
		1/2 Plana	\$ 35,650.00	-----	-----	-----
		1/4 Plana	\$ 17,825.00	-----	-----	-----
		Anuncios menores a 1/4 de plana (línea Agata)	\$ 39.00	-----	-----	-----

Fuente: Medios Impresos. Tarifas y Precios, Ed. Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., -
No-81, Febrero-abril de 1979, México, D.F., p-49 y 50.

D.- EL FINANCIAMIENTO 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 esto, 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 estructural como "industrias culturales".

De aquí, que tales fracciones hegemónicas (burguesía comercial, burguesía industrial, burguesía financiera, etc.), alcanzen a ejercer e imponer fuertes influencias políticas en la deter

minación de la función y dirección hegemónica que éstos desempeñan. Dichas presiones, no varían grandemente de las políticas que ejercen sus propietarios, puesto que desde un punto de vista global, ambos sectores, con ligeras variantes y contradicciones secundarias, patrocinan y defienden el mismo proyecto de desarrollo y de cohesión social que se implementa en la formación dependiente.

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

Este control 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" (141).

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 compra-

(141) 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 60%". Guerin, Robert. La Publicidad es una Violación, Barcelona, Ed. Sagitarios 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. E ahí que el control de los medios de comunicación. ("Genibal Rabelo, o Capital - Estrangeiro na Imprensa Brasileira, Río 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, en: La Crisis del desarrollismo y la Nueva Dependencia, Autores Varios, (José Matas - Mar. Compilador), Ed. Amorratu, 1a. ed., 1976, 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. Castaño. "La Comunicación Mercantil y el Desarrollo", Revista DYNA, No. 88, agosto, 1973, U-

dores de publicidad en los medios comerciales de difusión no tiene por qué exagerarse. Sólo ocasionalmente tales compradores de publicidad pueden o intentan siquiera dictar los contenidos y las políticas de los medios cuyos clientes son. Pero su clientela, - no obstante, tiene una importancia fundamental para la salud económica de la empresa de la difusión, pues constituye la vida de los periódicos y, en algunos casos, aunque no en todos, los de las revistas, de la radio y la televisión comerciales. Este hecho tal vez haga algo más que reforzar una disposición general de estos medios de difusión a tratar con cuidado excepcional todo lo relacionado con dichos intereses poderosos y valiosos. Pero eso es útil también, puesto que da nuevas garantías a los círculos de negocios, en general, de que se les trata con compresión 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" (142).

niversidad Nacional de Colombia pág. 54). Según "Editor and Publisher", el diario corriente de 50,000 ejemplares de circulación ob̄ tiene el 76% de sus ingresos de la publicidad (50% de la publicidad local, 15% de la nacional y 11% de los anuncios clasificados). El resto de los ingresos del periódico, proviene de la circulación. (Economic Support of Mas Communication Media, 1929-1957, Cincinnati: Scrippa - Howard Research, 1959, p. 3)". Citado por J.M. Terrero, en: Estructura de Poder de los Medios de Masas, obra cit. p. 7.

(142) 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

Sin embargo, a pesar de esta sobredeterminación estructural que el estrato gobernante alcanza sobre estas instituciones - creadoras, difusoras e inculcadoras de múltiples formas de conciencia social, "no se descubre fácilmente la influencia que ejercen los anunciantes sobre las políticas editoriales de los medios de difusión; empero, es importante advertir que no hay necesidad de presuponer alguna condición nefanda entre los anunciantes y quienes proyectan la política publicitaria de los medios de difusión para poderse explicar la orientación uniformemente conservadora que guarda la postura editorial de estos últimos. Esta actitud conservadora se explica adecuadamente por el hecho de que los propietarios y los funcionarios que dirigen los medios de difusión no son en modo alguno difeferentes, en lo que respecta a sus actitudes básicas, mentalidad y orientación política, de los propietarios y funcionarios de las empresas que se anuncia" (143).

Dicha situación nos permite comprender con claridad, por

cierto ambiente que pudiera ser antogónico 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: Unica Salida, México, D.F., Ed. Nuestro Tiempo, 1a. ed., 1969, p. 198.

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

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 convierten en los dictadores del contenido editorial y de programación de los modernos medios de comunicación y los orientan hacia la enajenación del lector, radioyente y espectador para elevar constantemente sus niveles de consumo" (144). 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, se ha establecido en todo el globo un maridaje de verdadera influencia universal" (145). Todo esto, se realiza a través de las agencias de mercadotecnia y publicidad, que son los instrumentos por medio de los cuales se ejerce la compra y venta del tiempo disponible en los medios, y por lo tanto, la presión política sobre sus lineamientos de dirección cultural o informativa.

Por estas razones, podemos considerar que "las agencias

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

(145) Ibidem.

publicitarias, ya sean las de propiedad nacional o las filiales - de grandes agencias internacionales, son eslabones fundamentales del sistema de dominación externa. Como principales agentes de financiamiento de los medios, se desempeñan como propagadores no sólo de los patrones de consumo que requiere el sistema capitalista para su operación, sino también de los mitos políticos y culturales de este sistema. Impiden en esta forma la racionalización de las demandas, así como el desarrollo de una conciencia colectiva inspirada en los valores auténticamente nacionales y latinoamericanos, compatibles con el diseño de una nueva sociedad" (146).

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 fuente de intereses. Por ello, en el modo de producción capitalista, toda la actividad comunicacional comercial está viciada en su -- raíz, pues está sujeta a los intereses comerciales" (147).

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 -

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

(147) Ibid. p. 6.

de las grandes empresas, particularmente las extranjeras. (148).

e. - EL MARCO JURIDICO DE LA RACIONALIDAD DIRIGENTE, 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 conservar el comportamiento global de los medios.

(148) 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 Correo de Manha) hecho que, por lo demás aconteció a muchas otras víctimas de similar política. Otras veces la coacción se ejerce sobre el material publicado, como en el caso de -- las series de reportajes de Justino Martins sobre la URSS en Mache, 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" (Rapport Sur la Classe Dirigeante -- Italianne, p. 192). En relación a Francia, se ha dicho que "las consignas que el dinero hace pesar sobre la Prensa consisten en -

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 "autocensura" que impone la misma estructura de operación vertical de éstos (149).

prohibiciones, en no mencionar temas o dar instrucciones sobre lo que hay que publicar" (Goguel 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 El Corriere della Sera dedica el 45% de su espacio a la publicidad y a otros anuncios pagados, y la Stampa el 43%, L'Unita' sólo 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 de la extrema izquierda, distribuye grandes subsidios a sus más acerbos críticos de la derecha". - El Estado en la Sociedad Capitalista, Obra cit., p. 224.

(149) 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 -

Delimitando en esta forma el entorno político de la acción social de los aparatos culturales, la clase en el poder cuenta con el marco de referencia racional y el consenso de legitimación social, que la sitúa, 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 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 (150).

Medios de Comunicación Colectiva, México, .F., UNAM, F.C.P.S., Serie de Lecturas No. 5, 1977; Raúl Agudo Freitas, La Reglamentación Legal de la Comunicación en Venezuela, Caracas Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 1976; Jorge Pinto Mazal, Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva en México, 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 Roldan, 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. p. 26, 27

En esta forma, mediante la intervención de diversas estructuras de mediación primaria (propiedad, financiamiento y marco legal de operación), y a través de innumerables estructuras de mediación secundarias (control de los ideólogos de los medios, subordinación de la forma y contenido de los discursos, determinación de la dirección y velocidad de vehiculización cultural, gobierno privado de la tecnología comunicativa, sujetamiento de la dinámica de infusión cultural, 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.

f.- LA IMPERMEABILIDAD DEL APARATO DE LA CULTURA DE MASAS DOMINANTE AL PROYECTO SUBALTERNO.

Apoyado en el dominio de los factores primarios y secundarios que sobredeterminan la acción estructural que ejercen los canales del consenso colectivo, el sector dirigente conquista el gobierno casi total sobre la orientación cultural de éstos, adoptándolos como sus principales aparatos de hegemonía social, y per

(150) 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, Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1a. ed., 1973, 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.

mitiendo paralelamente a ésto el funcionamiento de una "relativa autonomía" de operación ideológica que no amenaze la existencia de su monopolio cultural. De esta forma, con objeto de conservar y reproducir psicológicamente, de la manera más amplia e inmediata posible, su sistema social de desarrollo asimétrico y su organización de dominación vertical, tales instituciones son canalizadas hacia la producción y difusión masiva de la ideología dominante, inculcándola sobre los múltiples campos de conciencia que representan los numerosos agentes sociales inscritos en los límites históricos de la formación capitalista.

El control unilateral de su orientación discursiva, permite que sus directrices de sentido sean manipuladas 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, éstos siguen la tendencia de canalizar la atención de su auditorio cautivo hacia el conocimiento exclusivo de los intereses coyunturales que son necesarios para la expansión de la minoría social que retiene el poder económico, político e ideológico-cultural de la sociedad global.

Ante tales condiciones de control, los sectores trabajadores quedan marginados 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, a través de 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 Hanz Magnus Enzenberger quien formula, que "los nuevos medios disponen de una estructura igualitaria. Cualquiera puede participar en ellos mediante un proceso sencillo de inserción -- (switching). Los programas mismos no son cosas materiales y pueden ser reproducidos a voluntad. En este sentido los medios electrónicos son completamente diferentes de los medios antiguos como el libro o la pintura de caballete, cuyo carácter exclusivo de clase es obvio. Los programas de televisión para grupos privilegiados son ciertamente concebibles de un modo técnico -televisión de circuito cerrado- pero se oponen a la estructura del medio. De una manera potencial, los nuevos medios eliminan todos los privilegios educativos y, por consiguiente, el monopolio cultural de la intelligentsia burguesa. Esta es una de las razones del resentimiento de la "intelligentsia" contra la nueva industria. En lo relativo al espíritu que se empeñan en defender contra la "despersonalización" y la "cultura de masas", mientras más pronto lo abandonen mejor" (151).

Sin embargo, la realidad superestructural del capitalismo contemporáneo desmiente esta concepción metafísica del problema: mientras más avanzada sea la estructura monopólica de los medios, se observa que la participación de los sectores subalternos en la operación y dirección de éstos, se reduce a un grado cero de intervención por vía pacífica. Es por ello, que ante este panorama de sometimiento hegemónico de los aparatos de masas y frente a la necesidad creciente que presentan los sectores revolucionarios de participar en éstos para crear y conservar su nuevo consenso subalterno, los grupos insurgentes han acudido a la creación de otras estrategias de intervención de naturaleza militar para afectar la dirección de los mismos.

De esta manera, a través de los factores de control primarios y secundarios que la clase dirigente aplica sobre los aparatos de difusión de masas, la creación-transformación de la superestructura cultural cotidiana de las formaciones capitalistas, queda en poder del sector dominante, y por lo tanto en manos del capital. Para la fracción en el poder esto significa el subordinamiento político de los principales recursos superestructurales con que cuentan las sociedades contemporáneas para imponer su visión del mundo y de la historia, sin oposición de una aguda lucha de clases al interior de los mismos por parte del sector subalterno. Con ésto, los medios dominantes de difusión, como intermedia

ría de los Medios Masivos de Comunicación, en: Los Medios de Comunicación Colectiva, Jaime Goded, compilador, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie de Lecturas No. 1, 1a. ed., 1976, p. 76.

rios técnicos de las relaciones sociales, se convierten en los me-
diadores más amplios a través de los cuales y siguiendo la pers-
pectiva de la reproducción del capital, se establecen los víncu-
los estructurales de mayor dimensión cuantitativa con la totali-
dad de agentes sociales que transforman la formación social. La -
comunicación de masas, se constituye así en el factor principal -
de la superestructura cultural que cotidianamente realiza el blo-
que histórico capitalista en su mayor cobertura social. En conse-
cuencia, cada vez más es necesario decodificarlos dentro de su --
"habitat natural": la totalidad social.

C.- LA REPRODUCCION DE LA FUERZA DE TRABAJO POR MEDIACION DE LOS APARATOS CULTURALES DE DIFUSION COLECTIVA.

Debido al notable retraso histórico que ha sufrido el -- análisis de la superestructura con la materialización de sus aparatos ideológicos de Estado, y al impacto que esto ha provocado -- en el estudio de los aparatos de difusión de masas, únicamente -- han sido descubiertas y abordadas desde la Concepción Materialista de la Historia, dos funciones estructurales que ejercen estos al interior de la formación capitalista: su función de producción, circulación e inculcación de la ideología, y su función de contribución al proceso global de la acumulación de capital (esta última, menos desarrollada que la primera). Sin embargo, una tercera nueva función que actualmente desempeña una tarea todavía poco estructural pero que cada día adquiere una posición más orgánica -- dentro del proceso de reproducción capitalista y de la dinámica -- de cohesión de la estructura social, es la que ejercen los aparatos de difusión de masas al contribuir a reproducir la formación cualitativa de la fuerza de trabajo.

Aunque hasta el momento han sido estudiadas de manera insuficiente la función económica y político cultural que practican los aparatos de difusión de masas, puede decirse que en la actualidad ya se empieza a adquirir a nivel nacional y mundial de las formaciones capitalistas contemporáneas, una conciencia global -- que permite enfrentar la transformación y utilización reconvertida de ambas operaciones estructurales desde la perspectiva materialista. No obstante ello, esta última función que han empezado a ejercer los aparatos de difusión al contribuir a reproducir la

cualificación de la fuerza de trabajo desde la década de los 50s. en el capitalismo central, y desde la década de los 60s. en las zonas de la periferia, no ha sido explorada, ni desarrollada, ni incorporada, hasta el momento, por ninguno de los trabajos marxistas o de la sociología crítica de la comunicación colectiva.

Cuando más, la mayor aproximación teórica que conocemos sobre la forma en que el aparato de difusión de masas realiza su tarea educativa, lo encontramos tangencialmente en algunos de los valiosos trabajos del sociólogo belga Armand Mattelart sobre la teleeducación infantil en las metropolis imperialistas y su exportación a la periferia. (152). Pero aún éstos, están distantes de concebir que la nueva función que a partir de los años 50s. han empezado a realizar los aparatos de difusión de masas ha sido la de contribuir gradualmente a la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo.

(152) Nos referimos a sus trabajos Multinacionales y Sistemas de Comunicación. Los Aparatos Ideológicos del Imperialismo, Ed. Siglo XXI, 1a. ed., México, D.F., 1977, p-147 a 222; El Impe-

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

Así, en el primer caso, al concebir que el aparato global de la cultura de masas inicia su función educativa por la urgencia político-ideológica que enfrenta el sector dominante para inculcar un nuevo consenso que soporte las recientes contradicciones que genera las nuevas readaptaciones del capitalismo mundial, Mattelart indica que, el slogan "Aprender Riendo", es la nueva forma de penetración cultural imperialista con ropaje de entretenimiento que se da a través de los teleprogramas educativos" (153). Ante esta novedosa operación ideológica, "muchos partidarios de esta nueva ola educativa de la televisión norteamericana siguen -

rialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural, en: Rev: Comunicación y Cultura No. 1, 4a. ed., México, D.F., 1977, p- 146 a - 244; La Industria Cultural No Es una Industria Ligera. Hacia la Fase Superior del Monopolismo Cultural, en: Revista Casa de las Américas No. 77, Vol-XIII, marzo-abril de 1973, p- 40 a 43; La Industria Sésamo, en Rev: Mexicana de Ciencia Política No. 74, octubre-diciembre de 1973, Año XIX, Nueva Epoca, p- 37 a 54; La Cultura Como Empresa Multinacional, Ed. ERA, Serie Popular No. 25, 1a. ed., México, D.F., 1974, p- 84 a 101; y Agresión Desde el Espacio. Cultura y Napalm en la Era de los Satélites, Ed. Siglo XXI, 2a. ed., Argentina 1974, p- 79 a 86.

(153) La Cultura Como Empresa Multinacional, Obra cit., p- 84.

argumentando a ciegas, en favor de estos productos. Y todo ello seguramente porque, en comparación con las series corrientes y embrutecedoras (pero siempre bien realizadas) como "Misión Imposible" y "Patrulla Juvenil", provocan una desaclimatación y aportan algo más que las anteriores. Seguir pensando en estos términos - significa no ver que detrás de estos programas también hay la -- enorme computadora del imperialismo que no tiene una sola programación y un sólo circuito. Implica no ver las consecuencias del desarrollo de las nuevas tecnologías en el reordenamiento de las bases de su ofensiva ideológica mundial" (154).

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

plican "las nuevas técnicas educacionales" (155).

El planteamiento materialista más reciente que también se aproxima a comprender que esta función que desarrolla el aparato de la cultura de masas es algo más que su tradicional operación ideológica, pero que tampoco supera el enfoque que lo asimila como una mera función de legitimación política, es una de las últimas formulaciones de Nicos Poulantzas antes de su muerte. Después de haber desarrollado durante todas sus etapas anteriores como sociólogo, que la escuela es el principal y único aparato de reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo, es solamente antes de morir que, al analizar la crisis de la hegemonía de los partidos políticos contemporáneos, reconoce a nivel simplemente enunciativo que, en la actualidad la "reorganización del contenido del discurso dominante responde a una modificación de los canales y aparatos que lo elaboran y difunden; ella los acusa también. Los procedimientos de legitimación del Estado tienden a escapar de los partidos políticos a beneficio de la administración. Esta evolución corresponde al movimiento que traspasa a los medios de comunicación de masa la función ideológica principal de la escuela y de la universidad, desplazamiento fundado en lo anteriormente señalado, porque el redespiegue de los medios de comunicación de masa va a la par con su control creciente por la administración del Estado, en tanto que la lógica y la simbólica, a las que se recurre en el discurso de dichos medios, reprodu

(155) La Industria Cultural No es Una Industria Ligera, -
Obra cit., p- 40 a 43.

cen, calcadas las de la administración. Estos fenómenos se sitúan en la base de una crisis y una declinación de los partidos políticos ..." (156).

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

1.- HACIA UNA NUEVA FUNCION ESTRUCTURAL DEL APARATO GLOBAL DE LA CULTURA DE MASAS.

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

(156) La Crisis de los Partidos, obra cit., p- 32. El subrayado es nuestro.

escolar en el período 1970-1980.

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

Esto revela que, la inercia histórica que a partir de -- 1950 se observa al interior del aparato escolar dominante, sin -- abandonar su tradicional labor grupal de formación ideológica, cada vez más, se inclina por efectuar la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo a través del empleo de las propiedades superestructurales que le ofrece el desarrollo y la organi-

zación de la actual tecnología comunicativa de masas: su amplio radio de acción ideológica, la temprana y asidua multisocialización de la conciencia de los agentes sociales, su gran capacidad de legitimación continua y acelerada, su enorme poder de formación del consenso y de movilización de los individuos, su permeabilidad de participación al proyecto dominante, y su hermetismo de acción al proyecto proletario.

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

En esta forma, el aparato pedagógico se prolonga bajo la modalidad de la tecnología comunicativa y de su particular forma de organización social dando origen a través de la T.V. a la "Telesecundaria", la "Tele-introducción a la Universidad", la "Telealfabetización de Adultos", etc; mediante la radio a la "Radio Ins

trucción Técnica", la "Radio Alfabetización Campesina", la "Radio Preparación Indígena", etc.; a través del cine a la "Educación Audiovisual", al "Video Capacitación", etc; y mediante la prensa al "Periódico Educativo, etc.

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

En el marco de la periferia capitalista, este nuevo fenómeno cultural se ha convertido en un ágil instrumento superestructural que permite que la nueva división internacional del trabajo se efectúe no sólo a partir del tipo de producción que se fija, sino desde el momento de la formación de la calificación de la fuerza de trabajo. Es decir, siendo que el proceso de producción y reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo que se realiza a través del aparato de la cultura de masas, es más vulnerable a la participación de los intereses transnacionales en el discurso pedagógico, éstos tienden a crear una educación que pro-

duzca mano de obra barata para que se inserte en el modelo transnacional de la división internacional del trabajo: la periferia - aporta el trabajo de transformación primaria de las mercancías, y el centro ofrece el trabajo de transformación industrializada y - de comercialización de las mismas.

Con la reproducción de estas relaciones de capacitación productiva, el discurso pedagógico de los aparatos de difusión de masas se inserta orgánicamente en el nuevo patrón imperialista de acumulación de capital. Esta es una realidad más que, además de exigirnos el estudio de la función cultural de los aparatos de difusión de masas desde la óptica de la reproducción de la división internacional del trabajo, nos obliga nuevamente a decodificar su análisis desde una matriz de interpretación totalizadora: la perspectiva de la dinámica de la reproducción del capital.

Dentro de la multitud de implementaciones que progresivamente se realizan en este sentido, destaca en el capitalismo central el caso de los EUA; y en el capitalismo periférico los casos de Mexico, Brasil, Argentina, Perú, Chile, Ecuador, Honduras, República Dominicana, Venezuela, Colombia e India, en cada uno de - los cuales se instrumenta con modalidades distintas las diversas prolongaciones del aparato escolar al terreno de la información - de masas.

2.- LA REPRODUCCION DE LA FUERZA DE TRABAJO VIA EL DISCURSO PEDAGOGICO DE LA COMUNICACION COLECTIVA (157).

(157) No obstante que, anteriormente hemos anotado que -

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

el aparato de la cultura de masas, como extensión del aparato pedagógico, realiza la tarea de inculcar la ideología de la clase -- que detenta la dirección global de la sociedad a través del discurso pedagógico que este difunde, en esta fase no desarrollaremos dicho aspecto por no conocer información histórica precisa sobre la modalidad como se efectúa. Aunque ya hemos descrito en el punto IV-B de este trabajo algunas de las especificidades bajo -- las cuales se inculca y organiza la ideología dominante que transmite el aparato del consenso de masas, estamos conscientes que dichas características se refieren al ámbito general del problema -- que no resuelven las particularidades del caso.

Cuando más, la globalidad de estudios que destacan en este terreno pertenecen al tipo de análisis empiristas o de corte -- descriptivo que no trascienden más allá de la apariencia del fenómeno. No explican en última instancia, por qué el aparato escolar encuentra una salida estructural a través del aparato de la -- cultura de masas, y mucho menos comprenden qué impacto provoca esta nueva modalidad cultural en el proceso de formación cualitativa de la fuerza de trabajo. Son análisis que se empeñan en la simple recolección de informaciones sobre los efectos que éstos producen como aparatos de modernización cultural.

Por ello, nuevamente reiteramos que debido al abandono -- de esta función dentro de la actual teoría crítica de la comunicación de masas, el conocimiento de la inculcación de los diversos tipos de ideologías que introyecta el discurso pedagógico de los medios de difusión colectiva, subsiste como una laguna conceptual. Reconocemos que esta problemática se conserva, hasta el momento, como una zona virgen que debe ser recobrada y desarrollada por la nueva corriente crítica que confronta a la teoría estructural-fun

Dicha capacitación se efectúa a través de la producción, circulación e inculcación de diversos conocimientos especializados y calificados sobre los múltiples campos de conciencia de los numerosos agentes sociales que transforman la formación económico-social. Abarca desde los niveles ideológicos de los agentes más jóvenes como son los niños, hasta las áreas de inteligencia de los agentes más desarrollados como son los adultos, y oscila desde las enseñanzas más elementales como es la alfabetización, hasta las instrucciones más elaboradas como son las especializaciones tecnológicas.

Así, dependiendo del tipo y forma de capacitación que recibe la fuerza de trabajo a través del aparato de la cultura de masas, ésta queda habilitada para ejercer una determinada transformación de la vida económica, política y cultural de la formación social donde se inscribe. Aunque no existen análisis muy precisos sobre las características con las que el aparato de la cultura de masas contribuye a formar y a reproducir la formación cualitativa de la fuerza de trabajo, podemos decir que, debido a la estructura monopólica que priva sobre las organizaciones de éste en la sociedad capitalista, la calificación de la fuerza de trabajo por dicha vía, queda básicamente orientada, por una parte, hacia la incorporación de nuevas masas de trabajadores al sistema de producción capitalista; y por otra, hacia la actualización co-

cionalista de la comunicación de masas. Esta es una de las vías que impulsará el proceso de ruptura epistemológica que afanosamente construye la nueva visión materialista de la comunicación colectiva.

lectiva de la rentabilidad de la fuerza de trabajo en el proceso productivo.

De esta manera, con el fin de abarcar indiscriminadamente la calificación de la fuerza de trabajo en todos los sectores sociales, la tarea de capacitación del aparato de la cultura de masas, atraviesa, hasta el momento, por las siguientes áreas de formación: a.- nivel de alfabetización o primera aculturación; -- b.- nivel de educación primaria; c.- nivel de educación secundaria y preparatoria; d.- nivel de capacitación técnica y e.- nivel de enseñanza superior.

Con este nuevo discurso pedagógico que transmite el aparato de la cultura de masas, se inicia un moderno modelo educativo que abre nuevas dimensiones cualitativas y cuantitativas al -- proceso de reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo.

a.- ALGUNOS CASOS DE LA RENOVACION CUALITATIVA DE LA FUERZA DE TRABAJO EN EL CAPITALISMO CENTRAL.

En cuanto a las características que guarda esta tendencia en el capitalismo norteamericano, se observa que este fenómeno se remonta a los años 50 cuando la sociología de la comunicación funcionalista se encuentra en la fase de analizar y controlar los efectos que provocan los aparatos de difusión colectiva -- sobre la población. Es en esta etapa cuando se inician las primeras experiencias teleducativas entre las cuales figuran en 1951 -- las teleemisiones especiales que se inician en Seattle, EUA, desde la estación KING-TV para enseñar a leer a los niños. Después

de algunas semanas de transmisión los resultados inmediatos fueron notables. Desde la segunda emisión, la biblioteca pública de la localidad y sus sucursales señalaban que todos los libros del autor citado la primera vez fueron pedidos por el público. En el campo no fue menos claro el efecto de la transmisión: todos los libros de los autores mencionados fueron asimismo pedidos por los lectores en los treinta y ocho centros de préstamo y en los dos bibliobuses de la King Country Public Library.

Por otra parte, en este mismo año también se presencian los intentos teleculturales que realiza el Iowa State College con objeto de elevar el nivel educativo de la población rural de esta región. Mediante esta estación universitaria se emite durante 11 horas diarias programas sobre educación y cultura que tienen como auditorio a una población de más de 600,000 personas en su mayoría rurales. La experiencia más interesante que ha realizado el Iowa State es la emisión titulada "toda la ciudad habla de ella", destinada a suscitar la discusión de problemas de intereses general en las aldeas. El programa se realiza con la participación del público y las emisiones se hacen en directo, plantenado directamente los problemas que interesan a la localidad. Los habitantes los discuten ante la cámara y los participantes en el programa se pronuncian votando sobre el problema debatido para demostrar que las palabras no bastan sino que es necesario tomar una posición consciente con vistas a una acción. Los resultados son altamente positivos (158).

Continuando con los intentos todavía aislados que cada vez más adquieren el carácter de proyecto global, en 1961 se aplican diversos apoyos teleducativos para la educación formal que se imparte en algunos estados norteamericanos. Se transmite principalmente en Los Angeles el curso de "Sakespeare en T.V." del Profesor F. Baxter que llegó a contar con 400,000 espectadores; los cursos de humanidades para las escuelas de Boston; el "Continental Classroom" transmitido por la NBC y seguido por más de 270,000 personas; y muchos cursos más de mecanografía, taquigrafía y lenguas modernas organizados por múltiples estaciones de la Unión Americana (159).

No es sino hasta 1963 que estas experimentaciones aisladas cobran un nuevo sesgo cuando el gobierno de los Estados Unidos reserva 31 canales en la banda 2,500-2,690 megaciclos para uso exclusivo de la televisión educativa. Con este servicio de Estaciones Fijas de Televisión Educacional (E.F.T.E.), los usuarios pueden obtener los canales suficientes para transmitir hasta cuatro programas o cursos diferentes simultáneamente. Situación que no se obtiene con la televisión comercial que ésta limitada a un sólo programa por estación.

A partir de estas fechas, el aprovechamiento de éste nuevo recurso superestructural no se hace esperar en la Unión Ameri-

Ed. Librería Hachette, S.A., Argentina, 1a. ed., 1965, p- 20,21.

(159) Latapi, Pablo. Televisión y Escuela, en: Educación Nacional y Opinión Pública, Centro de Estudios Educativos, A.C., 1a. ed., México, D.F., 1965, p-70.

cana. Es especialmente la iglesia católica quien explota las ventajas de este nuevo apoyo educativo, al grado que en los últimos meses de 1966 casi un millón de estudiantes de los EU asistentes a escuelas parroquiales de las diócesis Católicas de Brooklyn, Detroit, Los Angeles, Miami y Nueva York, comenzaron a recibir instrucción sobre diversas materias a través de un servicio único de televisión educacional. Después de esta experiencia, más de una docena de nuevas diócesis realizan los trámites para instalar servicios idénticos con apoyo y supervisión de la RCA. Uno de los más destacados fue el erigido en la Arquidiócesis de Nueva York, que cubre una extensión de 12,217.03 Km. Esta área comprende la Ciudad de Nueva York y los condados de Westchester, Putnam, Dutchess Orange, Ulster, Rockland y Sullivan (160).

A medida que avanzan los años, esta tendencia histórica hacia la que tiende el aparato de comunicación de masas alcanza mayor solidez. Uno de los elementos que contribuyen a acelerar su madurez, es su vertiginoso apoyo tecnológico dentro del cual se observa particularmente en 1977 la introducción de las nuevas unidades remotas para la televisión educativa. El primer mecanismo técnico que se instala en este terreno, es el "Sistema de Televisión Educativa" que inaugura el Estado de Nebraska. Dotada de un camión de transporte, dos grabadoras de video totalmente transistorizadas, una grabadora de audio, una consola de control, un tablero para energía de CA, tres bastidores para el montaje de --

(160) Shortal, Robert, Televisión "EN EL AIRE" Dentro del Aula, en: Revista Radio y Televisión No. 17, Revista Internacional de la Industria Radial, Vol-3, mayo de 1967, p- 8 a 11.

Los chasis del equipo asociado, cámaras, sincronizadores y tres unidades de aire acondicionado, esta unidad móvil es operada por la Universidad de Nebraska, desde la cual se graban los programas o se retransmiten por un relevador de microonda a una o más estaciones de T.V. educacional. Con ello se revoluciona el concepto de teleeducación y se incrementa la versatilidad de este sistema para construir y emitir nuevos discursos educativos desde cualquier zona del planeta (161).

b.- EJEMPLOS DE LA REPRODUCCION DE LA CALIFICACION DE LA FUERZA DE TRABAJO EN EL CAPITALISMO PERIFERICO, A TRAVES DEL APARATO DEL CONSENSO COLECTIVO.

En cuanto a la prolongación de esta función en el capitalismo periférico, encontramos que entre los principales casos destaca su irrupción en México a principios de la década de los años 60s. A partir de 1964, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Educación Pública, se inicia el proyecto de instalar una cadena de estaciones de televisión educativa que cubre la región central de la República Mexicana. Con este programa el sistema nacional de formación ofrece educación a 2,400,000 alumnos de instrucción primaria y a 161,000 de escuelas postprimarias (162). Una vez instalada esta infraestructura, en esta misma época, la Dirección General de Educación Audiovisual sostiene un curso de alfabetización popular por radio y

(161) Colby, Charles. Unidad Remota Para Televisión Educativa, en: Revista, Radio y Televisión. No. 12, obra cit., p-23 a 25.

(162) Televisión y Escuela, Obra cit., p- 68.

televisión, denominado "Yo Puedo Hacerlo". La duración del curso es de seis meses, se transmite por 11 estaciones de televisión y 150 de radio y se atiende masivamente a miles de receptores de bajos recursos (163).

Siguiendo estos revolucionarios intentos de ampliación -- del aparato educativo, el Canal 11 del país inicia a partir de octubre de 1978 los Programas de Educación Media Superior que alcanzan resultados inesperados en lo que se refiere a la alta asimilación positiva de la teleinformación (164). Apoyando esta nueva modalidad de reproducción de la fuerza de trabajo, el "Seminario Sobre la Reforma Educativa y los Medios de Información y Difusión" concluye en 1970 que, la reforma educativa debe realizarse necesariamente con el consenso de los medios masivos de difusión. Estos no deben quedar al margen, de lo contrario no existe reforma educativa. Por lo tanto, a partir de ellos debe efectuarse una renovación del espíritu mismo de la educación, de su estructura, programas, textos, etc., etc. (165).

(163) Alfabetismo Adulto: Programas y Progresos, en: Revista Comercio Exterior No. 9, Vol. XXIV, Banco Nacional de Comercio Exterior, México, D.F., 1974, p- 935.

(164) Exito de la Primera Etapa de Educación Media Superior, Transmitida en el Canal 11, Excélsior, 31 de marzo de 1979, p- 15-B.

(165) Conclusiones del Seminario Sobre la Reforma Educativa y los Medios de Información y Difusión en Nuestros Días, EL DIA, 24 de noviembre de 1970, p-10. En este mismo evento, el Dr. Pablo González Casanova, Rector de la UNAM, declara al inaugurar el Seminario que "no se puede realizar una verdadera reforma educativa en el país, sin la participación efectiva de los modernos medios de información y difusión". Por otra parte, reafirmando -

En 1972, ocho años después de haberse iniciado el proyecto de expansión del aparato educativo nacional a través del sistema de difusión de masas mexicano, la telesecundaria del país proporciona educación media básica a 28,976 estudiantes del D.F. y de siete estados, vecinos, de la región. La instrucción se realiza por grupos de teleinstrucción que se reúnen en teleaulas proporcionadas por las comunidades locales y se usan poco los tradicionales edificios grandes y formales. Los coordinadores de los

esta posición, el Dr. Leopoldo Zea declara que "para resolver el problema educativo se plantea la necesidad de que los modernos medios de información y difusión coadyuven para solucionar las demandas educacionales". Sin el Concurso de los Medios de Comunicación no Puede Haber una Auténtica Reforma Educativa, EL DIA, 10 de diciembre de 1970, p- 1.

Esto mismo lo reitera en 1971 la Dra. Ma. del Carmen Millán, Titular de la Dirección General de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública, cuando afirma que "es un hecho comprobado y se halla en la conciencia de todos, que el presente de la educación está en utilizar los medios masivos de comunicación" Los Medios Masivos de Educación Son Valiosa Ayuda en la Enseñanza, EL DIA, 26 de noviembre de 1971, p-8, Reconociendo una vez más este planteamiento en 1972, el Dr. Leopoldo Zea, Director de la Difusión Cultural de la UNAM, declara en el seminario sobre "La Reforma Educativa y sus Nuevos Medios y Métodos en América Latina" que para tener éxito la reforma educativa "deberá contemplar el uso de los nuevos y poderosos instrumentos de información y difusión masiva que ahora sólo sirven para la propaganda de determinados productos del comercio y para programar la posibilidad de tener cada vez más mayores compradores." La Reforma Educativa Debe Utilizar los Medios de Comunicación que Hoy Sólo Sirven al Comercio, EL DIA, 29 de agosto de 1977, p-3.

Por otro lado, en la "Conferencia Internacional Sobre Periodismo Educativo", Organizada en 1972 por la Universidad Autónoma de Guadalajara, la Directora de Educación Audiovisual de la SEP expone que "debido al alto crecimiento demográfico que presenta América Latina, no se cuenta y será difícil que en el futuro se logre, con el número suficiente de maestros para atender las necesidades de su población, es necesario recurrir a los medios audiovisuales de comunicación, especialmente la radio y la T.V.". Los Medios de Comunicación Masiva Deben ir en Auxilio de la Educación, EL DIA, 28 de julio de 1973, p-1. Por último, la Directora

programas son seleccionados entre los maestros de 5° y 6° grados de educación primaria, más que de entre los maestros titulados para las secundarias. Se proporcionan guías de estudio a los coordinadores con todos los materiales previamente preparados, y a los alumnos se les vende a bajo costo los cuadernos de trabajo -- (166).

Entrando en una nueva etapa de desarrollo el aparato educativo nacional, inicia en 1975 un moderno programa masivo para formar especialistas en educación a través del aparato de masas. La primera fase abarca a 300 maestros de diversos niveles de enseñanza que son capacitados intensamente para modificar en la práctica los sistemas escolares tradicionales a través de la comunicación audiovisual (167). Dentro de esta nueva etapa de consolida-

del Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE), declara en 1975 al clausurar los trabajos de la "Segunda Reunión Nacional Sobre Sistemas de Educación - Abierta", que "los medios de comunicación son instrumentos educativos y difusores de la cultura. Por lo tanto, deben existir como complemento de la relación maestro alumnos". Los Medios de Comunicación Deben Ser Complemento de la Relación Maestro Alumno, EL -- DIA, 12 de febrero de 1975, p-4.

(166) Centro de Información en Tecnología Educativa: La Telesecundaria Mexicana: Rev. Educación No. 11, Consejo Nacional Técnico de la Educación, Vol. III, enero-febrero de 1975, 3a. época, p-11. Para esta misma época, debido al incremento constante que registra la población universitaria, la Facultad de Medicina de la UNAM, recurre al empleo de los medios audiovisuales como -- apoyo urgente a su tarea educativa. Se crea el taller de producción de medios audiovisuales que reproduce neuronas, cerebros, -- ojos, cortes de regiones del sistema nervioso central e infinidad de otras partes anatómicas con objeto de ofrecer una instrucción masiva. Además se inaugura una diapositeca y una filmoteca que da servicios colectivos a los estudiantes. Réplicas Anatómicas Para la Enseñanza Audiovisual, Novedades, 6 de diciembre de 1971.

(167) Motivarán a los Maestros a Usar Sistemas Audiovi--

ción del sistema de enseñanza nacional, destaca en primer término el proyecto de teleuniversidad que en 1977 instrumenta la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a través de su serie "Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios".

Con apoyo de diversas secretarías de Estado, Canal 13 y TELEVISA, la UNAM transmite en sólo 1 año de labores 4,079 cursos y 15 mesas redondas en las que participan 1,075 profesores universitarios. Esta temática es tan variada y especializada que oscila desde la contaduría, la administración, el derecho, la arquitectura y la historia, hasta la zootecnia, la medicina, la oceanografía, la física nuclear, etc., etc. (168).

En segundo término, figura la campaña "Educación Para Todos" que, con objeto de evitar el abandono de miles de alumnos que anualmente no pueden ser matriculados en las escuelas del país, la Secretaría de Educación Pública implementa en 1978 en toda la República a través de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (169). En tercer término, desputan los intentos que en 1979 realiza el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional al transmitir una serie destinada a plantear cómo se aprende

suales de Educación, El Heraldó, 28 de marzo de 1975, secc. A, p- 3.

(168) Molina Piñeiro, Luis J. Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios 1977-1978, Universidad Autónoma de México, Dirección General de Divulgación Universitaria, México, D. F., 1977, p- 5-9.

(169) La Educación que se Difunde por el Video es Importante, y Cada Día Toma más Auge, Excelsior, 4 de octubre de 1978.

y se aprovechan los conocimientos a través de la T.V. (170).

En cuarto término, sobresale en marzo de este mismo año el inicio de la segunda etapa de la programación de Educación Media Superior que se realiza a través del Canal 11 cultural. Complementariamente a este proyecto la Secretaría de Educación Pública concede los exámenes correspondientes para la acreditación de las materias. Este programa tiene tal éxito que, simplemente en la Ciudad de Monterrey se constata que en esta temporada 50,000 mil personas siguen con marcado interés los cursos de inglés y -- aprueban sus exámenes en un enorme porcentaje (171). En quinto término, figura el moderno sistema de "Educación a Distancia" que la Universidad Pedagógica Nacional se propone realizar a partir de 1979 en todo el territorio mexicano (172).

Por último, en sexto término presenciamos los proyectos televisivos que para 1980 tendrá que implantar la UNAM con el fin de cubrir la demanda educativa que le impone el crecimiento de la población metropolitana. Para estas fechas la Universidad Nacional se propone impartir carreras completas, apoyar la enseñanza - abierta y regularizar a los alumnos a través de la T.V. Actualmente este procedimiento educativo ya se aplica en las Universida

(170) Como Aprender con el Auxilio de la T.V., Excélsior, 8 de febrero de 1979, p- 6-B.

(171) Exito de la Primera Etapa de Educación Media Superior, Transmitida en el Canal 11, obra cit., p- 15-B.

(172) La UPN Implantará un Sistema de Educación a Distancia, Excélsior, 25 de junio de 1979, p- 5-A.

des de Aguascalientes, Baja California, San Luis Potosí, Querétaro, Hidalgo y en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM en donde mediante este método se atiende anualmente a 18 mil alumnos de educación superior (173).

Por otra parte, en cuanto al surgimiento y desarrollo de este fenómeno en otras zonas del capitalismo periférico, constatamos que con diversas características y otros grados de implementación, esta realidad también ha pasado a formar parte relevante del proceso de reproducción de la fuerza de trabajo del capitalismo marginal. Así, en Colombia se ha utilizado eficazmente a los medios de masas para alfabetizar desde 1950 a un buen sector de la población. Particularmente este proyecto ha sido auspiciado por Acción Cultural Popular (ACPO), quien a través de Radio Sutaneza -una de las cadenas radiales más poderosas de América Latina- transmite todos los días programas de media hora de alfabetización y educación fundamental para adultos, junto con otras informaciones y materiales de carácter cultural (174).

Entre 1960 y 1961 con apoyo del Estado Indú, se inicia en la India la atención educativa de la población a través de los medios de masas. La primera transmisión difunde "La Responsabilidad del Ciudadano", en el cual se tratan temas como la educación vial, los peligros de la salud, la preservación de alimentos, la

(173) La UNAM Utilizará Televisión Para Ampliar la Enseñanza, Uno Más Uno, 15 de junio de 1979, p-22.

(174) Alfabetismo Adulto: Programas y Progresos, obra cit., p- 435.

capacitación técnica, el trato de la propiedad pública la rentabilidad en la producción, y los proyectos de urbanización. Con ello, además de colaborar al proceso de reproducción de la fuerza de -- trabajo, el Estado Indú inicia una política ideológica de homogeneización e identidad nacional (175).

En 1967, después que la 11a. Conferencia General de la -- UNESCO en París establece en 1960 que es necesario iniciar los estudios y las investigaciones pertinentes para que las comunicaciones y espaciales sean utilizadas en favor de la Educación, la -- Ciencia, la Cultura y la Comunicación; la Universidad de Stanford publica un estudio denominado ASCEND (Sistema Avanzado para las -- Comunicaciones y la Educación en el Desarrollo Nacional) sobre la utilización de satélites para impartir teleducación en Latinoamérica. Motivado por esta causa, en este mismo año, tiene lugar en Santiago de Chile una reunión para considerar la iniciativa de entidades norteamericanas que se proponen utilizar satélites con fines educativos en América Latina. Asisten representantes de algunas universidades latinoamericanas y de diversas universidades, -- fundaciones y empresas comerciales de USA, entre las cuales figura la Corporación de Comunicaciones por Satélite (COMSAT) y la General Electric.

Fruto de la reunión de Santiago fue la creación de un organismo denominado "Centro Audiovisual Internacional Vía Satélite" (CAVISAT), cuya función sería hacer estudios de factibilidad y --

promover la puesta en marcha del proyecto, así como elaborar programas educativos en todos los niveles, desde la alfabetización hasta la instrucción profesional y universitaria, destinados a los niños y adultos de los países latinoamericanos. Inicialmente se asignó a 14 universidades latinoamericanas la elaboración de los programas educativos, pero posteriormente en la reunión de Santiago se acordó que fueran 20 las universidades que tuvieran a cargo esta responsabilidad: 10 de USA y 10 de América Latina, la mayor parte de las cuales mantienen vínculos con fundaciones norteamericanas.

CAVISAT, financiada por COMSAT y diversas empresas comerciales de USA trató de interesar a algunos gobiernos latinoamericanos en sus proyectos. La gestión fracasó debido a los reparos de los gobiernos latinoamericanos a proyectos que ponían en peligro su derecho de autodeterminación en materia cultural y educativa. El rechazo se hizo mayor cuando los directores de CAVISAT manifestaron su intervención de llevarlo a cabo con o sin la aceptación de los latinoamericanos. Esta afirmación la hacían basándose en las 3 premisas siguientes:

a.- Supuesta libertad del uso del espacio orbital.

b.- Posibilidad ya no lejana de satélites que permitirán la transmisión directa de la señal a los receptores de televisión sin necesidad de las estaciones terrestres que en la actualidad la distribuyen.

c.- Posibilidad de reconocer estudios y otorgar títulos

académicos norteamericanos a alumnos de América Latina (176).

Con estos antecedentes, en agosto de 1979 se introduce este recurso en Argentina, en donde con muchas insuficiencias de coordinación, se ponen en marcha varios programas de televisión. La iniciativa más importante se materializa en el esfuerzo conjunto que realiza el Gobierno de la Provincia de Santa Fe y el Canal 5 de la Ciudad de Rosario para inaugurar la "Escuela Televisiva - Argentina" que difunde el ciclo básico de educación común. Por estas mismas fechas, en Brasil, varias fundaciones educativas auspiciadas por la iglesia suministran programas regulares de alfabetización. Entre ellos figuran el Movimiento de Educacáo de Baso (MEB), el cual mantiene un sistema de 21 escuelas radiodifusoras que llegan a 70,000 estudiantes en 8 estados. Dicha alfabetización adulta por medio de escuelas que funcionan a través de cadenas de radio y televisión se ha implementado también en Chile, Ecuador, Guatemala, Honduras, Perú, República Dominicana y Venezuela (177).

Algunos meses más adelante, se continúa impulsando en la periferia el desarrollo del aparato educativo a través del aparato de comunicación latinoamericano, mediante las siguientes ini--

(176) Para ampliar este aspecto, consultar La Educación Vía Satélite y Sus Aspectos Políticos, Revista Ruta No. 10, Secretaría de Educación Pública, julio-agosto de 1973, Tomado de Periódico EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, 15 de agosto de 1973, p-12.

(177) Dolera, Carlos Guillermo. La Educación a Través de la Radio y la Televisión, en: Revista Radio y Televisión, No. 6, Revista Internacional de la Industria Radial, p-16.

ciativas: Por una parte, en septiembre de 1969 se publican dos estudios sobre la posibilidad de instalar un sistema de Educación - por Satélite en América Latina. El primero, "Estudio de un Sistema de Televisión Escolar para Países Latinoamericanos", realizado por Page Engineers (Informe para el Presidente de los EEUU. sobre Teleducación y Telecomunicaciones en General). Por otra parte, - entre agosto y septiembre de 1969 una misión de la UNESCO realizó un estudio preparatorio sobre la utilización de las comunicaciones espaciales para fines de Educación y Desarrollo en América -- del Sur. Este estudio se hizo a petición de Argentina, Chile, Colombia, Perú, Uruguay y Venezuela. En 1970 se publicó el trabajo bajo el nombre de "South America, Preparatory Study of The Use of Satellite Communication for Education and National Developement". Estuvo a cargo de los especialistas Ploman E.B., Pierre y J. Torfs.

En enero de 1970, la Primera Reunión de Ministros de Educación de los países del Area Andina realizada en Bogotá, suscribió el "Convenio Andrés Bello", de Integración Educativa Científica y Cultural. En el Plan de Trabajo para 1970 se entregó a Venezuela la tarea de estudiar la factibilidad de realizar programas educativos, científicos y culturales vía satélite. Venezuela, para cumplir con esta tarea, pidió asistencia técnica a la UNESCO - en Mayo de 1970. Algunos meses más tarde entre junio y agosto de 1970, además de los países del Area Andina, Argentina y Paraguay presentaron la solicitud correspondiente al Fondo Español del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con el -- fin de obtener financiamiento para el proyecto.

En noviembre de 1970, durante la reunión de los Jefes de Planeamiento de los Países del "Convenio Andrés Bello" realizado en Lima, los Gobiernos de Venezuela y Perú dejaron constancia de algunas interrogantes sobre el proyecto (178). La Junta de Gobierno del Programa aprobó en enero de 1971 el Proyecto (Reg. 223) titulado "Estudio de Factibilidad de un Sistema de Comunicación por Satélite para la Educación, la Cultura y el Desarrollo en América Latina", asignándole fondos internacionales por valor de --- U\$ 832,000. Previa consulta hecha por el PNUD a los respectivos gobiernos, se convino en que fuera la UNESCO, en asociación con la UIT (Unión Interamericana de Telecomunicaciones), el organismo participante y ejecutor del Proyecto.

En diciembre de 1970, a petición de Venezuela en representación de los países del Convenio, se acordó que el proyecto abarcaría el estudio de medios existentes o planeados de teleeducación y no sólo la vía satélite. Entre el 18 y 20 de enero de 1971 se realizó la 1a. reunión de Expertos en Teleeducación y Telecomunicaciones de los países del Convenio de Caracas, de la cual emanó un conjunto de recomendaciones. La UNESCO distribuyó en febrero de 1971 un borrador del Plan Operativo del Proyecto (Reg. 223) a todos los gobiernos de los países participantes con el objeto de recibir sugerencias.

(178) Para ampliar este punto, consultar de Héctor Torres, Colombia y el Satélite Educativo, en: Revista Comunicación y Cultura No. 3, Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974, p. 123 a 132, y de Enrique Santos, Tecnología Imperialismo y Educación, en: -- Ibid, p-135 a 196.

En febrero de 1971 se llevó a cabo en Lima la 2a. Reunión de Ministros de Educación de los países del Convenio Andrés Bello, la que acogió las recomendaciones de la 1a. Reunión de expertos en teleducación celebrada en Caracas. Además, acordó solicitar que la OEA y UNESCO coordinaran sus acciones en teleducación para América Latina. En marzo de este año se efectuó la 2a. Reunión de Expertos en Telecomunicación y Telecomunicaciones. De este encuentro emanó un "Documento Básico" cuyos contenidos implicaban modificaciones de fondo al proyecto elaborado. En mayo de este mismo período, se organiza en Lima, Perú el I Seminario Interdisciplinar de la Tecnología Aplicable a la Secundaria. En esta reunión se discuten las alternativas que permiten lograr mayor efectividad en la enseñanza audiovisual. Se insiste en la necesidad de crear nuevas formas de enseñanza a través de la radio y la televisión, empleando la nueva tecnología y desechando las formas tradicionales que no siempre -- tienen cabida en las condiciones de trabajo que exigen las modernas técnicas audiovisuales de cada nación (179). En junio de este año, el Subdirector de la UNESCO, Dr. Alberto Obligado, realizó una misión de información en Argentina, Paraguay y Uruguay. Para el mes de agosto Uruguay solicita al PNUD su participación en el proyecto, y su petición es aprobada.

En agosto de 1971, los representantes de Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela reunidos en Santiago de Chile, solicitaron a la UNESCO la preparación de otro texto que recogiera los ob-

(179) México va a la Vanguardia en América Latina, en el --
Campo de la Educación Audiovisual, EL DIA, 6 de mayo de 1971, p-9.

jetivos y sugerencias contenidos en los documentos emanados de -- las reuniones de expertos celebradas en Caracas y Santiago de Chile. En esta reunión se hizo énfasis en los estudios nacionales -- que debiera hacer personal del Area, previo diseño de una metodología adecuada. Propuso la constitución de un organismo responsable en cada país para teleducación. Además, se asignaron tareas concretas a cada país del área en relación al proyecto. En septiembre de este año, CITEI (Comisión Internacional de Telecomunicaciones de la OEA) reunida en Caracas, hizo críticas serias al procedimiento y al planteamiento UNESCO-PNUD, encomendando al Secretario General de la OEA manifestarlas oficialmente a la UNESCO. En este mismo mes, la UNESCO presentó un nuevo Plan de Operaciones a la consideración de los países interesados, previa aprobación de parte del PNUD. Este Plan incorpora muchas de las sugerencias y recomendaciones formuladas por los organismos y reuniones citados anteriormente.

En enero de 1972, representantes de los países del Convenio Andrés Bello, efectuaron en Santiago de Chile una reunión previa al Seminario de Buenos Aires, con el objeto de considerar el nuevo Plan Operativo. De esta reunión emanó un documento con proposiciones concretas sobre el Plan Operativo, que fueron llevadas a Buenos Aires. Junto con reconocer que en el nuevo Plan se habían incorporado muchas de las aspiraciones de los países implicados, la reunión preparatoria de Santiago señaló aspectos importantes -- que debía considerar preferentemente el Proyecto de Investigación. El Seminario Preparatorio sobre un Estudio de Factibilidad de un Sistema Regional de Teleducación, realizada en Buenos Aires entre

el 17 y 21 de Enero de 1972, logró armonizar los distintos planteamientos e incorporó al Proyecto (Reg. 223) casi la totalidad de las proposiciones formuladas por los países interesados. Por unanimidad se acordó solicitar a UNESCO reformular el Plan de Septiembre de 1971 y al PNUD que lo apruebe antes del 31 de Marzo con las modificaciones acordadas.

La Tercera Reunión de Ministros de Educación realizada en marzo de 1972 en Quito, acordó:

- a) Ratificar los acuerdos del Seminario de Buenos Aires;
- b) Fortalecer al Comité Regional de Teleducación, el cual estará formado por el Secretario Ejecutivo responsable del Comité Nacional de Teleducación de cada uno de los países participantes en él.

El Comité Regional será el mecanismo de consulta, de relación entre los países, y de participación de alto nivel en el análisis del informe final del estudio; y

- c) Proceder a la firma del nuevo texto del Plan de Operaciones que presentarán la UNESCO y el PNUD siempre que este Plan contenga lo acordado en Buenos Aires.

En marzo de 1973, se publica el "Estudio de la Viabilidad de un Sistema Regional de Teleducación para los países de América del Sur" (180).

(180) Para ampliar este aspecto, consultar Diseño y Metodo

Más adelante en 1974, el Canal 8 de la T.V. Argentina, - con apoyo del Consejo Provisional de Educación y la Inspección de Escuelas Nacionales inicia un programa de educación popular a través de la T.V. Sin embargo después de haber logrado un éxito considerable en los sectores proletarios, algunos meses después se suspende el proyecto por falta de financiamiento (181). Por último, en 1978 la teleeducación brasileña se consolida a tal punto, - que abarcando la población de San Pablo y 141 municipios más, logra atender un volumen de 17,000,000 de telealum^unos correspondientes al segundo nivel de enseñanza media. En la actualidad continúa organizando cursos por radio y T.V. sumamente eficaces que -- aproximadamente suman más de 50 horas diarias de programación cultural (182).

logía del Estudio de la Viabilidad de un Sistema Regional de Teleeducación Para Los Países de América del Sur, en: Revista Comunicación y Cultura No. 3, obra cit., p-147 a 167. Diversos datos de esta cronología han sido tomados del trabajo de Roberto Ballochi P., "Algunos Antecedentes Sobre el Satélite Educativo Para América del Sur", en: Ibid, p- 117 a 121.

(181) Douhourq, Carlos Alberto. Educación Popular por T.V., en: Revista Comunicación y Cultura, No. 4, Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974, p- 129 a 170.

(182) Cumplirá 10 Años el Video Cultural de San Pablo en Brasil, Excelsior, 10 de marzo de 1979, p-12-B. Sobre el reciente fenómeno de la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo por el aparato de comunicación de masas, es conveniente aclarar que esta tendencia no sólo se manifiesta en la orbita capitalista, sino también en la esfera de los países socialistas. Este es el caso de Budapest, en donde a partir de 1965, con motivo del coloquio internacional organizado por la UNESCO sobre el tema "Los Medios Audiovisuales al Servicio de la Educación para la Comprensión Internacional", se inaugura la enseñanza teleeducativa en la Escuela de Aplicación Apaczai Csere Janos, que depende la Universidad Eotvos de Budapest. Niño Frank (UNESCO). La Televisión Educativa: Diez y Seis Ojos Para Aprender a Enseñar, Revista

En síntesis, debido a las múltiples propiedades históricas que en el capitalismo avanzado ha conquistado el desarrollo material de la industria de la comunicación de masas, en el futuro, el principal aparato de inculcación cultural que además de la escuela colaborará sustancialmente a reproducir la cualificación de la fuerza de trabajo es el aparato de difusión de masas. Potencial que constantemente se incrementa por el vertiginoso desarrollo que el capital opera sobre la industria electrónica, la cibernética y la comunicación espacial (183).

Radio y Televisión N-8, La Revista Internacional de la Industria Radial, Vol. 4, enero de 1978, p- 14 y 15.

(183) Para ampliar el conocimiento descriptivo sobre las características con que el aparato de masas está contribuyendo a reproducir la formación de fuerza de trabajo, consultar de Ma. Teresa Escudero Yerena. La Comunicación en la Enseñanza, Ed. Trillas, Curso Básico para Formación de Profesores No. 5, México, -- 1977; Charles Frankel. Relaciones Educativas y Culturales, en: Las Comunicaciones en la Diplomacia Moderna, Ed. DIMELISA, México, D.F., 1976; Ellen Wartella. Children Communicating: Media and Development of Thought, Speech, Understanding, Sage Annual. Reviews of Communication Research, Vol. 7, Ed. Sage Publications, Beverly Hills-London, 1979; Benjamin Ortiz Bremnan, Análisis Comparativo Sobre las Ventajas y Limitaciones de los Medios de Comunicación para la Educación, Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1974; Conceptos Generales Sobre la Televisión Educativa, Primer Seminario Sobre la T.V. Educativa (T.V.E.), Universidad Autónoma del Caribe, Ciencias de la Comunicación Social, Ed. Mimeografiada, 1971, Programme D'Education Televisuelle, 5 Vol, Republique de Cote-d Ivoire, Ministere de L'Education Nationale, 1968-1980. Ana Ma. Luciardi - Bonari, La Planificación de Medios en la Enseñanza, Boletín del Centro de Didáctica de la Universidad Iberoamericana (DIDAC), México, D.F., Otoño de 1979; Fernando Henesterosa. La Comunicación Colectiva y la Educación, EL DIA, 29 de agosto de 1973, p-14, --- Planning For Schools With Televisión, Educational Facilities Laboratories, 8a. Ed., New York, 1970; La Revolución de la Educación Masiva, El Gallo Ilustrado No. 398, Suplemento Cultural de EL DIA p-2; Caleb Gattegno. Hacia Una Cultura Visual, Ed. SEP-SETENTAS -

Es esta realidad, la que con otra función estructural -- (formación y reproducción de la fuerza de trabajo) está contribuyendo, por una parte, a convertirlos en instancias cada vez más - indispensables para la reproducción del modo de producción capita lista, y por otra, derivada de ésta, a reforzar el papel dominante que actualmente ya desempeñan como los principales aparatos de hegemonía de las formaciones capitalistas contemporáneas.

No. 102, 1a. ed., México, D.F., 1973; Margarita Castañeda Yáñez.- Los Medios de la Comunicación y La Tecnología Educativa, Ed. Asociación Nacional de Universidades e Instituto de Enseñanza Superior, Serie: Cursos Básicos Para la Formación de Profesores, No. 6, México 1978; Margarita Nolasco Armas. Educación y Medios de Comunicación Masiva, en: Revista Chasqui, No. 5, Quito Ecuador; Investigación en Teleducación, VII Seminario Latinoamericano Para Profesores de Teleducación, Fundación Konrad Adenaur Alemana, octubre de 1973, Medellín, Colombia; Lyle M. Nelson. T.V. Educativa ¿Cuándo?, en Cuadernos de Comunicación No. 1, Ed. Comunicología Aplicada de México, S.A., 1975; y Henrri Dieuzeide, Technologie de L'Education: Technologies Avances, Technologies Adaptees et -- Technologies Intellectuelles, Commission Sur Le Development De L'Education, UNESCO, Serie B: Operions, París, 1971.

IV.- CONSIDERACIONES FINALES:

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

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

Aunque en la actualidad el aparato pedagógico sigue desempeñando sus funciones de inculcación ideológica y de reproducción de la capacitación de la fuerza de trabajo, los indicadores históricos demuestran que estas han sido o están en vías de ser -- superadas por las funciones culturales que ejerce el aparato de -- difusión de masas. Así, en primer término, en lo que se refiere a la capacidad de introyección de la ideología dominante por el sistema educativo, se observa que esta ha sido rebasada notoriamente por el funcionamiento cultural de los aparatos de comunicación co

lectiva al ampliar substancialmente la cobertura de inculcación - del discurso, el temprano acuso a la multisocialización de la conciencia de los agentes sociales, la capacidad de legitimación continua y acelerada, el poder de formación del consenso y de movilización de los hombres, la prolongación de la sociedad civil en un radio de masas, la permeabilidad de acción del proyecto dominante, y la impermeabilidad a la participación del proyecto proletario.

En segundo término, en lo que corresponde a la función de construcción de la cualificación de la fuerza de trabajo que ejerce el aparato educativo, ésta se sigue realizando prioritariamente a través de la escuela, pero cada vez más empieza a ser -- substituída en una proporción creciente por el discurso pedagógico que transporta el aparato de difusión colectiva. Esto significa que, no obstante que esta tarea cultural es la función que todavía se conserva, en mayor proporción, como privativa del aparato pedagógico; la tendencia de prolongación histórica que muestra el sistema de enseñanza a través del aparato del consenso de masas, obliga a que esta se efectúe cada vez más en el ámbito de la cultura de masas. Situación que acerca cada día más a convertir -- en dominante al aparato de difusión colectiva.

Sin embargo, aunque el aparato de la cultura de masas -- hasta el momento no ha conquistado todavía la vanguardia en el -- proceso de reproducción de la fuerza de trabajo, ésto no le impide destacar como punta cultural en el proceso de construcción de la hegemonía contemporánea. No podemos desconocer que, la hegemonía no es otro fenómeno que la instauración de un consenso dominante en la mayor cobertura cultural de la superestructura ideoló-

gica de la sociedad capitalista. Por consiguiente, el hecho de que todavía no sea dominante en el proceso de reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo, no es un obstáculo fundamental para que su desempeño en la producción, e inculcación de la ideología destaque como dominante. Simplemente significa que, ejerce una labor muy considerable en el proceso de renovación de la calificación de la fuerza de trabajo, lo cual refuerza desde otro ángulo el avance que ha logrado el aparato de la cultura de masas en el proceso de construcción de la ideología dominante.

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

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

jo asalariado.

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

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

dominante y mucho menos como hegemónica.

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

Por lo tanto, esto significa que, de igual manera como las actuales clases dominantes controlan el arsenal bélico más desarrollado como pueden ser las bombas de 400 megatones, los cohetes intercontinentales de cabeza múltiple ICBM o MIRV, los submarinos SLBM, los misil cruce de bombardero, los proyectiles ss-20 de tipo móvil, los destructores Backfire, o los proyectiles Vector, y aún así se gestan los cambios sociales radicales como son la revolución cubana, la revolución iraní, la revolución nicaragüense, la revolución salvadoreña, etc., etc; de igual forma, no obstante que los sectores dirigentes someten a los aparatos de difusión colectiva como los principales aparatos de hegemonía, -- también son factibles las mutaciones sociales revolucionarias.

En síntesis, podemos decir que estas tres funciones que paulatinamente ha conquistado la práctica ideológica de la comuni

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

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

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

Por otra parte, dentro de esta misma perspectiva, observamos que la reciente tendencia que han empezado a adoptar algunos aparatos de difusión colectiva para participar en el proceso de reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo, los ha convertido en instrumentos de una nueva cohesión estructural: vinculan los requerimientos que exige la reproducción cada vez -- más especializada de la fuerza de trabajo con las directrices que adopta la cultura de masas en su "versión educativa". Mediante estas 2 funciones, economía y cultura quedan orgánicamente cohesionadas en función a las necesidades que demanda la dinámica de acumulación del capital.

En el segundo caso, los aparatos de difusión de masas -- construyen permanentemente el bloque histórico capitalista desde el momento en que vinculan en una amplísima cobertura y con gran rapidez las necesidades políticas de la reproducción del capital, con el proyecto de legitimación cultural del mismo. A través de éstos se realiza la principal tendencia de la opinión pública del capitalismo contemporáneo, que se traduce en la principal fuerza del consenso social que moviliza económica y políticamente a los agentes sociales en función de los requerimientos de la reinstalación del capital. Esto ha permitido que por mediación de los aparatos de masas, el Estado capitalista implante su más relevante - proyecto cultural de nación, de conciencia y de participación política que requiere la dirección y reproducción hegemónica de cada coyuntura de la formación capitalista.

De esta manera, debido a las propiedades materiales y so

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

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

Es por ello que, así como en otras fases de la historia la clase dominante ha tenido que controlar el principal aparato de hegemonía para gobernar como sector dirigente (en el modo de producción mercantil subordina a la escritura y su proceso de di-

fusión, en el modo de producción feudal controla a la iglesia y a su práctica ideológica, y en la etapa del capitalismo pre-monopolista se controla a la escuela), en la fase contemporánea por la que atraviesa el capital monopolista, está obligada a controlar - al aparato de difusión de masas y sus subsistemas de comunicación-información: satélites, informática y cibernética. En la actualidad, la clase dirigente puede no tener control sobre el aparato - religioso, el aparato educativo, y otras redes menores de socialización cultural, etc. pero no sobre el aparato de la cultura de masas. Estos le son estructuralmente indispensable para gobernar como dirigente. De no ser así, pierde la dirección política de la - sociedad, y con ello, su hegemonía de sector en el poder.

Son estas tres propiedades estructurales y las peculiaridades con que se efectúan, las que frente al conjunto de soportes culturales de la sociedad civil, los convierten en los principales aparatos ideológicos del Estado capitalista contemporáneo. -- Por ello, son cada vez más entidades más orgánicas para con el -- funcionamiento del modo de producción capitalista en su fase monopolista, y por lo mismo, instancias que sólo pueden transformarse con la mutación general de la estructura social.

C.- De la misma forma como la concepción crítica de la - comunicación de masas ha reconocido que el único marco global para interpretar correctamente la operación histórica que realiza - el aparato de la cultura de masas, es el punto de vista de la economía política; las ciencias sociales revolucionarias deben reconocer que la actual dinámica de la hegemonía dominante se realiza básicamente por mediación del aparato de difusión colectiva. -

Es decir, así como la ciencia crítica de la comunicación le acepta a la economía que el proceso material de la sociedad determina, en última instancia, al proceso de comunicación colectiva, o, así como le reconoce a la ciencia política que la lucha de clases --- atraviesa y sobredetermina la producción del sentido que generan los aparatos de la cultura de masas; ahora, después de haber demostrado el lugar "nodal" o "vértice" que ocupan éstos en el proceso de producción cultural, es necesario que las ciencias sociales vanguardistas admitan e integren en su teoría general de la sociedad, las aportaciones de la corriente crítica de la comunicación al proceso de construcción de la ideología contemporánea.

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

D.- En consecuencia el conocimiento y la descripción de todo el entorno histórico anterior, nos lleva a comprender que la actual discusión sobre el nuevo orden informativo y las políticas de comunicación nacional, no es un simple debate superestructural sobre algunas de las instituciones culturales que más han destaca

do por su función modernizante en la historia presente. Sino que, debido a la triple inserción orgánica que practica el aparato de la cultura de masas al interior de la estructura de la sociedad - capitalista en el fondo de la polémica lo que se cuestiona es la transformación de tres funciones vertebrales de la sociedad que - se realizan por intermedio de los medios de masas.

En este sentido, el proyecto del nuevo orden informativo, al plantearse la transformación de la actual estructura comunicativa dominante, lo que está afectando en el fondo es:

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

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

Y en tercer término, se afecta la dirección del consenso dominante desde el momento en que lo que se propone es la democra tización de los aparatos de difusión de masas y del proceso cultu ral en sentido amplio. Ello igualmente demanda que el nuevo orden

de información internacional substituya la transformación del consenso prevaleciente, por la construcción de una nueva "dirección moral de la sociedad".

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

VI.- DOCUMENTACION CONSULTADA:

A.- LIBROS, REVISTAS Y DOCUMENTOS:

- Acosta, Mariclaire. Los Niños Mexicanos y la T.V., Revista Bimestral Diálogos No. 47, septiembre-octubre de 1972, Tomado del Periódico EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, 4 de noviembre de 1972.
- Agudo Freitas, Raúl. La Reglamentación Legal de la Comunicación en Venezuela, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela, 1976.
- Alfabetismo Adulto: Programas y Progresos, en: Revista Comercio Exterior, No. 9, Vol. XXIV, Banco Nacional de Comercio Exterior, México, D.F., 1974.
- Althusser, Louis. Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, Comité de Publicaciones de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, 1a. ed., México, D. F., -- 1975.
- Alsina Trevenet, Homero. Las Artes de Orson Welles, en: Rev. Nueva Política No. 3, El Estado y la Televisión, - Vol-1, julio-septiembre de 1976, D. F.
- Análisis del Público Televidente Limeño. Gustos, Hábitos y Preferencias, Instituto de Investigaciones Económicas y de Mercado, Ed. Gráfica Stylo, Colección de Estudios Económicos y de Mercado No. 2, Lima, Perú, 1969.
- Assman, Hugo. El Cristianismo, Su Plusvalía Ideológica y el Costo Social de la Revolución Socialista, en: Teología Desde la Praxis de la Liberación, Ed. Sígueme, - 2a. ed., Salamanca, España, 1976.
- Ballochi P. Alberto. "Algunos Antecedentes Sobre el Satélite Educativo Para América del Sur", en: Rev. Comunicación y Cultura No. 3, obra cit.
- Baran, Paul. Tesis Sobre la Publicidad, en: El Socialismo: Unica Salida, Ed. Nuestro Tiempo, México, D.F., 1a. ed., 1969.
- Barnet, Richard; Muller, Ronald. E. Los Dirigentes del Mundo. El Poder de las Multinacionales, Ed. Grijalvo, - España, 1974.
- Baudelot, Christine y Establet, Roger. La Escuela Capitalista, Ed. Siglo XXI, 4a. ed., México, D. F., 1977.

- Bernal Sahagún, Víctor Manuel. Anatomía de la Publicidad en México, Ed. Nuestro Tiempo, 1a. ed., México, -- D. F., 1974.
- Bini, Giorgina, y otros. Los Libros de Texto en América Latina, Ed. Nueva Imagen, 1a. ed., México, D. F., - 1977.
- Bonari, Luciardí. La Planificación de Medios en la Enseñanza, Boletín del Centro de Didáctica de la Universidad Iberoamericana (DIDAC), México, D.F., Otoño de - 1979.
- Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean Claude. La Reproducción. Elementos Para Una Teoría del Sistema de Enseñanza, Barcelona, España, Ed. Laia, Serie Sociológica No. 34, 1a. ed., 1974.
- Brasil: El Modelo Ingresas al Quirófano, Rev. Comercio Exterior, No. 8, Vol. 26, Banco Nacional de Comercio - Exterior, México, D. F., agosto de 1978.
- Briones, Guillermo. Chile. La Reproducción de la Ideología Dominante. La Universidad y los Sectores Medios, en: Revista Problemas del Desarrollo No. 15 Revista Latinoamericana de Economía, Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México, Año IV, agosto-octubre de 1973, México, D. F.
- Buchi-Glucksman, Christine. Gramsci y El Estado. (Hacia Una Teoría Materialista de la Filosofía), Ed. Siglo XXI, México, D. F., 1978, 1a. ed.
- Castañeda Yañez, Margarita. Los Medios de la Comunicación y la Tecnología Educativa, Ed. Asociación Nacional de Universidades e Instituto, de Enseñanza Superior, Serie: Cursos Básicos Para la Formación de Profesores, No. 6, México 1978.
- Cazeneuve, Jean. El Hombre Telespectador, Ed. Gustavo Gilli, S.A., Colección Punto y Línea, Ed. Barcelona, - España, 1a. ed., 1977.
- Colby, Charles. Unidad Remota Para Televisión Educativa, en: Revista Radio y Televisión No. 12, obra cit.
- ¿Cómo es a la luz de Todo ese Material, la Cabeza, la - Voluntad, la Atención y el Carácter de un Niño Televi-
dente Típico Típico? Rev. del Consumidor No. 27, mayo de 1979.
- Conceptos Generales Sobre la Televisión Educativa, Primer Seminario Sobre Ciencias de la Comunicación Social, Ed. Mimeografiada 1971.

- Conclusiones de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano: La Evangelización en el Presente y Futuro de América Latina, Puebla de los Angeles, 27 de enero a 13 de febrero de 1979, ed. mimeografiada -- México, 1979.
- Cremoux, Raúl. Formas de Manejo de la Radio y la Televisión, en: Revista Mexicana de Ciencia Política No. 69, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de México, México, D.F., julio-septiembre de 1972.
- ¿Televisión ó Prisión Electrónica? Serie Archivos del Fondo No. 12, Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., México, D. F., 1974.
- Cremoux, Raúl, y otros. Los Partidos Políticos en los Medios de Difusión (Encuesta), Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, marzo de 1979, D.F.
- Covarrubias, Ana Cristina. Una Forma de Educación Por Televisión. La Experiencia "Ven Conmigo" Instituto Mexicano de Estudios de la Comunicación, A.C., ed. mimeografiada, México, D. F.
- Chacón, Alfredo. Dependencia y Formación Cultural, en: Ocho Ensayos Latinoamericanos, Autores Varios, Ed. Mor te Avila C.A., 1a. ed., Venezuela, 1975.
- Dieuzeide, Henrri. Technologie de L'Education: Technologies Avances, Technologies Adaptees et Technologies Intellectuelles, Commision Sur Le Developpment De L'Education, UNESCO, Serie B: Operians, París, 1971.
- Diseño y Metodología del Estudio de la Viabilidad de un Sistema Regional de Teleducación Para Países de América del Sur, en: Revista Comunicación y Cultura No. 3, Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974.
- Díaz, Marcelo. "Milagros" en Cadena en Brasil: La Duda sa Victoria de un Régimen Militar, Le Monde Diplomatique (En Español), enero de 1979, No. 1, Año 1.
- Dolera, Carlos Guillermo. La Educación a Través de la Radio y la Televisión, Revista Radio y Televisión No.6, Revista Internacional de la Industria Radial.
- Dos Santos, Theotonio. El Nuevo Carácter de la Dependencia, en: la Crisis del Desarrollismo y la Nueva Dependencia, Autores Varios, (José Matos Mar. Compilador), Ed. Amorrortu, 1a. ed., 1976.

- Duhourq, Carlos Alberto. Educación Popular por T.V., Revista Comunicación y Cultura No. 4, Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974.
- Dumazedier, Joffre. Televisión y Educación Popular, Ed. Librerías Hachette, S.A., Argentina, 1a. ed., 1965.
- Enzenberger, Hanz Magnus. Integrantes de Una Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, en: Los Medios de Comunicación Colectiva (Jaime Goded Compilador), -- F.C.P.S., UNAM, Serie de Lecturas No. 1, 1a. ed., México D. F., 1976.
- Escudero Yerena, Teresa. La Comunicación en la Enseñanza, Ed. Trillas, Curso Básico para la Formación de Profesores No. 5, México, D. F., 1977.
- Esteinou Madrid, Javier. El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM) No. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México, D. F., marzo de 1979.
- El Surgimiento Histórico de los Aparatos de Difusión de Masas y Su Incidencia en el Proceso de Acumulación de Capital, Memorias del Tercer Congreso Nacional de Economistas, Colegio Nacional de Economistas, México, D. F., marzo de 1979.
- Los Aparatos de Difusión de Masas Como la Vanguardia Cultural del Estado Capitalista Contemporáneo., Periódico EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, -- 2 de julio de 1979, México, D. F.
- Los Aparatos de Difusión de Masas y el Modelo de Acumulación de Capital, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, (en preparación).
- Los Medios de Difusión Masiva en la Formación Social Capitalista, Tesis de Licenciatura, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, -- D. F., 1978.
- Exitosa Campaña de la WPAB, Revista Radio y Televisión No. 4, Revista Internacional de la Industria Radial, - Vol-4, septiembre de 1967.
- Frankel, Charles. Relaciones Educativas y Culturales, en: Las Comunicaciones en la Diplomacia Moderna, Ed. Dimelisa, México, D. F., 1976.
- Frank, Niño. La Televisión Educativa: Diez y Seis Ojos Para Aprender a Enseñar, Revista Radio y T.V. No. 8, - La Revista Internacional de la Industria Radial, Vol-4, enero de 1978.

- Gattegno, Caleb. Hacia Una Nueva Cultura Visual, Ed. - SEP-SETENTAS, No. 102, 1a. ed., México, D.F., 1973.
- Gramsci, Antonio. El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1a. ed., 1976.
 - Notas Sobre Maquiavelo, Sobre Política y Sobre el Estado Moderno, en: Obras de Antonio Gramsci, Tomo I, - Ed. Juan Pablos, 1a. ed., México, D.F., 1975.
- Granados Roldan, Otto. Régimen Legal de los Medios, en: Periódico "Los Universitarios", UNAM, Dirección General de Difusión Cultural, No. 119 y 120, mayo de 1978, México, D.F.
- Grisore, Dominique; y Maggiori, Robert. Para Leer a Gramsci, Ed. Zero, Barcelona, 1976, 1a. ed.
- Guinzberg, Enrique. Los Medios Masivos de Comunicación y la Formación Psico-Social, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), septiembre, diciembre de 1978, Ed. mimeografiada. (Ya existe edición impresa).
- Harnecker, Marta. Los Conceptos Elementales del Materialismo Histórico, Ed. Siglo XXI, 15a. ed., México, D.F.
- Investigación en Teleducación, VII Seminario Latinoamericano Para Profesores de Teleducación, Fundación Konrad Adenaur. Alemana, octubre de 1973, Medellín, Colombia.
- Jiménez, Gilberto. Apuntes Para Una Sociología de las Ideologías, Departamento de Sociología, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1978.
- Koch, Howard. Orson Welles, El Poder de los Medios, en: El Estado y la Televisión, obra citada.
- Labarca, Guillermo. Un Examen al Examen: La Escuela Secundaria en Chile, en: Revista Comunicación y Cultura No. 1, Ed. Nueva Imagen, 4a. ed., México, D.F., 1977.
 - Acumulación y Educación en Chile: Un Esquema de Análisis, en: La Educación Burguesa, obra cit.
- La Educación Vía Satélite y Sus Aspectos Políticos, Revista Ruta No. 10, Secretaría de Educación Pública, julio-agosto de 1973, tomado de EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, 15 de agosto de 1973.

- La Radiodifusión y la Iglesia, Revista Radio y T.V., - Revista Internacional de la Industria Radial, Vol. 5 - No. 3, agosto de 1968.
- La Revolución de la Educación Masiva, El Gallo Ilustrado No. 398, Suplemento Cultural de EL DIA.
- La Telesecundaria Mexicana, Rev. Educación No. 11., -- Consejo Nacional Técnico de la Educación, Vol-III, ene-ro-febrero de 1975; 3a. época.
- Latapi, Pablo. Televisión y Escuela, en: Educación Nacional y Opinión Pública, Centro de Estudios Educativos, A.C., 1a. ed., México, D.F., 1965.
- León Martínez, Enrique. La Televisión en el Proceso Político de México, Federación Editora Nacional, 1a. ed. México, D.F., 1975.
- Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, Capítulo VI, Artículo No. 48, en: Reforma Política: Gaceta Informativa de la Comisión Federal Electoral, Vol. IV, Comisión Federal Electoral, México, -- D.F., 1978.
- Los Partidos Por Radio y T.V., Revista Tiempo, No. --- 1916., México, D.F.
- Luengo González, Enrique. Una Respuesta a las Distintas Explicaciones Sobre la Problemática Educativa de América Latina, en: Cuadernos de Sociología No. 3, Vol. II, junio-julio de 1978. Departamento de Sociología, - Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Lutzemberg, Grazia; y Bernardini, Sergio. Política Cultural y Lucha de Clases, en Cultura, Comunicación de Masas, y Lucha de Clases, Autores Varios, Ed. Nueva -- Imagen, México, D.F., 1978, 1a. ed.
- Lytle, Clifford M. El Proceso de las Elecciones en los Estados Unidos de Norteamérica, (Segunda Parte), tomado del Periódico EL DIA, Sección Testimonios y Documentos, 18 de julio de 1979.
- Lyle M. Nelson. T.V. Educativa ¿Cuándo? Cuadernos de -- Comunicación No. 1, Comunicología Aplicada de México - S.A., 1975.
- Margulis, Mario. La Cultura Popular, en: Rev. Arte, -- Ideología y Sociedad No. 2, agosto-septiembre de 1977, México, D.F.

- Martínez Terrero, Jesús. Estructura de Poder de los Medios de Masas, en: Economía, Comunicación y Desarrollo, Boletín Radiodienst UNDA-AL No. 62, Montevideo, Uruguay junio de 1975.
- Marx, Carlos y Engels, Federico. La Ideología Alemana, Obras Escogidas, Tomo I, Ed. Progreso, Moscú, 1973.
- Mattelart, Armand. Agresión Desde el Espacio. Cultura y Napalm en la Era de los Satélites, Ed. Siglo XXI, 2a. ed., Argentina, 1974.
- El Imperialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural, Rev. Comunicación y Cultura No. 1, 4a. ed., - México, D.F., 1977.
- La Comunicación de la Crisis, Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, mayo de 1978, ed. mimeografiada.
- La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, - Ed. Siglo XXI, 1a. ed., México, D.F., 1973.
- La Cultura Como Empresa Multinacional, Ed. ERA, Serie Popular No. 25, 1a., México, D.F., 1974.
- La Industria Cultural No Es Una Industria Ligera. Hacia la Fase Superior del Monopolismo Cultural, Revista Casa de las Américas No. 77, Vol-XIII, marzo-abril de 1973.
- La Industria Sésamo, Revista Mexicana de Ciencia Política No. 74, octubre-diciembre de 1973, Año XIX, - Nueva Epoca.
- Multinacionales y Sistemas de Comunicación. Los Aparatos Ideológicos del Imperialismo, Ed. Siglo XXI, - 1a. ed., México, D.F., 1977.
- Notas Sobre el "Gremialismo" y la Línea de Masas de la Burguesía Chilena, en: Chile Vencerá, Autores - Varios, México, D.F., Ed. Roca S.A., Colección R, -- No. 47, 1a. ed., 1974.
- Mattelart, Michel. Cuando las Mujeres de la Burguesía Salen a la Calle, en: La Cultura de la Opresión Femenina, Ed. ERA, México, D.F., 1a. ed., 1977.
- La Mujer y la Línea de Masas de la Burguesía en Chile, Suplemento Cultural de Siempre: La Cultura en México No. 645, México, D.F., junio de 1974.

- Mattelart, Armand y Michel. Una Cultura para Administrar la Crisis, en: Le Monde Diplomatique (en español) No. 10, Año 1, octubre de 1979.
- Mattelart, Armand; Piccini, Mabel y Mattelart, Michel. Los Medios de Comunicación de Mapas. La Ideología de la Prensa Liberal en Chile, Santiago de Chile, Cuadernos de la Realidad Nacional 3 (Español), Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), Universidad Católica de Chile, 1970.
- Mc. Luhan, Marshall. La Comprensión de los Medios Cómo Las Extensiones del Hombre, Ed. Diana, 1a. ed., México, D.F., 1978.
- Medios Audiovisuales. Tarifas y Datos, Ed. Medios Audiovisuales Mexicanos, S.A., de C.V., No. 81, marzo-mayo de 1979, México, D.F.
- Medios Impresos. Tarifas y Precios, Ed. Medios Publicitarios Mexicanos, S.A., de C.V., No. 81 febrero-abril de 1979.
- Mensajes y Efectos de los Programas de T.V., El Gallo Ilustrado No. 805, Suplemento Dominical de EL DIA, 27 de noviembre de 1977.
- Miliband, Ralph. El Estado en la Sociedad Capitalista, Ed. Siglo XXI, México, D.F., 1976.
- Molina Piñeiro, Luis J. Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios 1977-1978, Universidad Autónoma de México, Dirección General de Divulgación Universitaria, México, D.F., 1977.
- Monteforte Toledo, Mario. Las Ideologías, en: Literatura, Ideología y Lenguaje, Ed. Grijalvo, S.A., 1a. ed., México, D.F., 1976.
- Muraro, Heriberto. Neocapitalismo y Medios de Comunicación, Ed. EUDEBA, 1a. ed., Buenos Aires, Argentina, -- 1974.
- Nolasco Armas, Margarita. Educación y Medios de Comunicación Masiva, Revista Chasquí, No. 5. Quito, Ecuador.
- Ortíz Bremnan, Benjamín. Análisis Comparativo Sobre -- las Ventajas y Limitaciones de Los Medios de Educación, Ed. CIESPAL, Quito, Ecuador, 1974.
- Paz, Ida. Medios Masivos, Ideología y Propaganda Imperialista, Ed. Unión de Escritores y Artistas de Cuba, -- La Habana, 1a. ed., 1977.

- Phillipoff, Robert. Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media, en: Rev. Political Affairs, julio de 1977.
- Pinto Marzal, Jorge. Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva, Ed. UNAM, FCPS, Serie Lecturas - No. 5, México, D.F., 1977.
 - Régimen Legal de los Medios de Comunicación Colectiva en México, Revista Mexicana de Ciencia Política - No. 76, (Cultura y Comunicación de Masas), Año XX, - Nueva Epoca, abril-junio de 1974.
- Planning For Schools With Television, Educational Facilities Laboratories, 8a. ed., New York, 1970.
- Portelli, Hugues. Gramsci y el Bloque Histórico, Ed. - Siglo XXI, 2a. ed., México, D.F., 1974.
- Poulantzas, Nicos. La Crisis de los Partidos, en: Le Monde Diplomatique, septiembre de 1979.
- Prieto Castillo, Daniel. Elementos Para una Teoría de la Comunicación, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), 1a. ed., México, D.F., 1977.
- Programme D'Education Televisuelle, 5 Vol, Republique - de Cote-d'ivoire, Ministère de L'Education Nationale, - 1968-1978.
- Reyes Matta, Fernando. Network and Travolta: Instruments of Transnational Ideological Expression, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, 1978.
- Rodríguez Méndez, José María. Los Teleadictos. La Sociedad Televisual, Ed. Estela, Barcelona, España, 1a. ed., 1971.
- Roncagliolo, Rafael. Comunicación: Cambio Social y Necesidad de una Nuevo Marco Conceptual, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), septiembre de 1977, México, D.F.
- Rota, Joseph y Fernández Collado, Carlos. Usos, Funciones y Gratificaciones de la Televisión Para el Niño Mexicano, Primer Foro Latinoamericano de la T.V. Para Niños, Ciudad de México, 24-28 agosto de 1976, ed. mimeografiada.
- Santos, Enrique. Tecnología Imperialismo y Educación. - en: Revista Comunicación y Cultura No. 3. Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974.

- Schram, W. L. y J. Parger E. Televisión Para Niños. El Impacto Socio-Económico de la T.V., Ed. Hispano Europea, Barcelona, España, 1a. ed., 1965.
- Shortal, Robert. Televisión "En El Aire" Dentro del Aula, en: Revista Radio y Televisión No. 17, Revista Internacional de la Industria Radial, Vol-3, mayo de --- 1967.
- Stephen R. Fajen. Cómo Hacer Más Rentables los Medios de Comunicación, en: Rev. Expansión No. 263, Año XI, - Vol. XI, 18 de abril de 1979, México, D.F.
- Taufic, Camilo. Periodismo y Lucha de Clases, Ed. De la Flor, 1a. ed., Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Torres, Hector. Colombia y el Satélite Educativo, en: Revista Comunicación y Cultura No. 3, Ed. Galerna, Argentina, 1a. ed., 1974.
- Vasconi, Tomás Amadeo. Aportes Para Una Teoría de la Educación. Sobre la Imagen Pequeño Burguesa de la Escuela; La "Pirámide Escolar" y la "Democratización"; - en: La Educación Burguesa, Autores Varios, Ed. Nueva Imagen, 1a. ed., México, 1977.
- Contra la Escuela. (Borradores Para Una Crítica Marxista de la Educación), en: Rev: Sociedad y Desarrollo No. 2, abril, junio de 1972, Centro de Estudios Sociales (CESO), Santiago de Chile.
- Dependencia y Superestructura, en: Ocho Ensayos Latinoamericanos, Autores Varios, Monte Avila Editores, 1a. ed., Caracas, Venezuela, 1975.
- Ideología, Lucha de Clases y Aparatos Educativos en el Desarrollo de América Latina, en: La Educación -- Burguesa, obra citada.
- Wartella, Ellen. Children Communicating: Media and Development of Thought, Speech, Understanding, Sage Annual. Review of Communication Research, Vol-7, Ed. Sage Publications, Beverly Hills-London, 1979.
- Williams, Raymund. Los Medios de Comunicación Social, - Ed. Península, Serie Universitaria, No. 76, 2a. ed., - Barcelona, España, 1974.

INFORMACION HEMEROGRAFICA:

- Apoyo de la Iglesia Contra la Opresión, Excélsior, 9 - de enero de 1979.

- A Veinte y Un Países del Continente y España, Llegará el Festival OTI, Excélsior, 30 de noviembre de 1978.
- Bailando Sobre la Cultura, Rev. Proceso, 7 de agosto de 1978.
- Bombazo a la T.V. Alemana por una Serie Pro Judía, Excélsior, 20 de enero de 1979.
- Causa Pesimismo Ver la T.V. en Forma Exagerada, Excélsior, 24 de abril de 1979.
- Campaña Antiméxico en E.U., Excélsior, 3 de enero de 1977.
- Campaña Antimexicana, Excélsior, 26 de noviembre de 1975.
- Campaña Contra el Turismo en México, El Herald, 13 de enero de 1977.
- Campaña Contra México, Excélsior, 23 de julio de 1976.
- Campañas Contra México Impiden que Crezca el Turismo en E.U., El Herald, 12 de enero de 1977.
- Campaña de la ONU Para Promover los Derechos de los Palestinos, Excélsior, 7 de octubre de 1978.
- Cien Mil Elementos de Seguridad, Excélsior, 21 de enero de 1979.
- Comentario a la Nueva Serie de T.V. "Vaselina", El Herald, 21 de abril de 1977.
- Comenzará a Transmitirse "Holocausto", Excélsior, 11 de julio de 1979.
- Cómo Aprender con el Auxilio de la T.V., Excélsior 8 de febrero de 1979.
- Cómo se Curan los Drogados Televisivos, Excélsior, 22 de abril de 1980.
- Conclusiones del Seminario Sobre la Reforma Educativa y los Medios de Información y Difusión en Nuestros Días, EL DIA, 24 de noviembre de 1970.
- Cremoux, Raúl. En las Redes del Pescador, Excélsior, 10 de septiembre de 1978.
- Crítica de Cine: Vaselina, Excélsior, 9 de octubre de 1978.

- El Fenómeno Travolta es Positivo y llena el Vacío que Dejó Elvis Presley, Quincy Jones., Excélsior, 27 de octubre de 1978.
- El Filme "los Diez Derechos del Niño" Se Proyectará - Mundialmente en la T.V., Excélsior, 21 de mayo de 1979.
- El Gusto Musical Inducido Por Radiodifusores y Publicistas, Excélsior, 27 de noviembre de 1976.
- El Informe Presidencial Será Visto y Oído por 20 millones, Excélsior, 28-agosto de 1975.
- El Milagro Brasileño: Depauperización Obrera, Uno más Uno, 16 de agosto de 1979.
- El Milagro de la Propaganda, Excélsior, 2 de febrero de 1979.
- El Travoltismo, Gran Negocio en E.U., Excélsior, 6 de noviembre de 1978.
- Emplearán en E.U.A. las Series Policiacas de T.V. Para que los Niños Aprendan el Sistema Judicial, Uno más Uno, 12 de junio de 1978.
- Encuentro Sobre la T.V. en América Latina, Excélsior, 8 de enero de 1979.
- En España los Incultos Ven Más Televisión, Excélsior, 5 de octubre de 1978.
- En Estados Unidos Divulgan lo que Pasa en México con "Vidrio de Aumento", EL DIA, 27 de enero de 1977.
- En E.U.A., Las Elecciones son Ahora un "Acto Televisivo": Marshall Mc.Luhan, Excélsior, 3 de mayo de 1976.
- En la T.V. Mundial Estrenarán el Filme de Dibujos Animados "Los Derechos del Niño", Excélsior, 24 de febrero de 1979.
- En Más de 50 Países, Inclusive México, Se Transmitirá "La Historia de la Humanidad", Excélsior, 13 de octubre de 1978.
- En 20 Países Adquieren la Serie de T.V. Raíces, Excélsior, 24 de febrero de 1979.
- España: 30 Minutos de T.V. a los Partidos, EL DIA, 12 de febrero de 1979.
- Es Preciso Atraer a los Turistas sin Enajenar nuestras Costumbres, EL DIA, 16 de enero de 1977.

- E.U.: Un Estudio Exculpa a la T.V. de Inducir a la -- Gente a la Violencia, EL DIA, enero de 1972.
- Execración del Crimen Político, Excélsior, 9 de abril de 1979.
- Exito de la Primera Etapa de Educación Media Superior, Transmitida en el Canal 11, Excélsior, 31 de marzo de 1979.
- Fanatismo de los Niños Chilenos por el Video, Excél--sior, 22 de diciembre de 1975.
- Felipe González Desafía a Suárez a un Debate por T.V. Uno más Uno, 28 de octubre de 1978.
- Fustiga Giscard en T.V., al Jefe Degolista Chirac, No vedades, 20 de abril de 1979.
- Glorificación Existencial, Rev. Tiempo, 27 de noviem--bre de 1978.
- Henesterosa, Fernando. La Comunicación Colectiva y la Educación, EL DIA, 29 de agosto de 1973.
- High Steppen To Stardom, Time, 3 de abril de 1978.
- Holocausto, el Filme más Polémico de la T.V., Uno más Uno, junio de 1979.
- Holocausto: Exito de Exitos, Uno más Uno, 16 de sep--tiembre de 1978.
- Holocausto: ¿Ha Muerto el Nazismo?, El Gallo Ilustra--do No. 893, 29 de julio de 1979.
- Holocausto ó el Triunfo del Este, Uno más Uno, 12 de julio de 1979.
- Holocausto Pasará a la T.V. Argentina, Excélsior, 12 de julio de 1979.
- Holocausto, Serie de T.V. que Continúa Provocando Po--témicas, EL DIA, 8 de marzo de 1979.
- Holocausto un Docudrama, Uno más Uno, 22 de julio de 1979.
- Holocausto, Un Telefilme para Hacer Historia, EL DIA, 15 de agosto de 1979.
- Holocausto I, EL DIA, 13 de julio de 1979.
- "Holocausto III", EL DIA, 28 de julio de 1979.

- "Hoy en Día las Juventudes se Han convertido en Travoltas", Excélsior, 7 de febrero de 1979.
- Inflación del 60% en Brasil, Excélsior, 27 de marzo de 1980.
- Influencia de la T.V. en la Forma de Vida en Norteamérica, Excélsior, 28 de mayo de 1979.
- Invento de Transnacionales. Travolta es sólo la Envoltura, Rev. Proceso No. 120, 19 de febrero de 1979.
- La BBC Impone un Reglamento Para Evitar que el Público se Contagie de Violencia, El Heraldó, 23 de abril de 1979.
- La Bendición Papal a 450 Millones de Personas por T.V., Novedades, 28 de enero de 1979.
- La Ceremonia de Jura de la Bandera por Radio y T.V., - Excélsior, 5 de mayo de 1980.
- La Comunicación de Masas: Su Impacto en la Familia y en el Hombre, EL DIA, 16 de agosto de 1970.
- La Comunicación Masiva Está Desintegrando al Ser Humano, El Heraldó de México, 4 de marzo de 1976.
- La Educación que se Difunde por el Video es Importante, y Cada Día Toma más Auge, Excélsior, 4 de octubre de 1978.
- La Falta de T.V. Provoca a los Japoneses Insomnio y - Hasta Vicio por el Alcohol, El Heraldó de México, 23 de abril de 1979.
- La Imagen de México Dañada, El Heraldó, 15 de enero de 1977.
- La Inauguración de los VIII Campeonatos de Volibol Pasaran en 32 Países, Vía Satélite, Excélsior, 29 de -- septiembre de 1974.
- La Mitad de España Vió por T.V. el Filme Holocausto, - EL DIA, 30 de junio de 1979.
- La Moda del Travoltismo, en: Rev. Proceso No. 93, 14 de agosto de 1978.
- La Naquiza se Travoltiza, Rev. Contenido, 12 de octubre de 1978.
- La Polémica de "Holocausto", EL DIA, 14 de julio de - 1979.

- La Promoción de Miss Universo Agotó las Existencias de Maxi Cosméticos, Excélsior, 9 de septiembre de --- 1978.
- La Reforma Educativa Debe Utilizar los Medios de Comunicación que Hoy sólo Sirven al Comercio, EL DIA, 29 de agosto de 1977.
- La Serie "Hawai 5-0", Una Mini-Industria, Excélsior, - 1o. de abril de 1979.
- Latapi, Pablo: Dos Mundiales: Fútbol y Economía. Nueva Conciencia Planetaria, Excélsior, 8 de junio de -- 1974.
- La Teleserie "Holocausto" Provocó una Conmoción en -- Alemania Federal, Excélsior, 29 de enero de 1979.
- La Televisión Puede Deformar a Todos los Niños del -- Mundo, Uno más Uno, 24 de mayo de 1979.
- La "Travoltomania" Supera las Escenas de Histeria de los Beatles y Rollings, Excélsior, 15 de septiembre - de 1978.
- La T.V. Curo la Soledad y Consuela a la Vejez, El Heraldo, 10 de octubre de 1978.
- La T.V. y el Año Internacional del Niño. No Penseis - Disparad, EL DIA, 28 de abril de 1979.
- La T.V. y los Niños, Le Monde Diplomatique, mayo de - 1979, Tomado de LINEA, Organo Informativo del Sindicato Independiente de los Trabajadores de la Universi-- dad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, No. 3, 30 de - abril de 1979.
- La UNAM Utilizará Televisión Para Ampliar la Enseñanza, Uno más Uno, 15 de junio de 1979.
- La UPN Implantará un Sistema de Educación a Distancia, Excélsior, 25 de junio de 1979.
- Los Ejemplos de Violencia que Presenta la T.V. Japonesa Quebranta la Disciplina de Escolares, Excélsior, - 15 de octubre de 1978.
- Los Juegos Olímpicos de Moscú Serán Vistos por 200 Mi llones de Personas, Excélsior, 24 de enero de 1979.
- Los Medios de Comunicación Ideales Para Evangelizar, - El Universal, 26 de enero de 1972.
- Los Medios de Comunicación Manipulan Impunemente la - Personalidad del Niño, EL DIA, 4 de julio de 1972.

- Los Medios de Comunicación Masiva Deben ir en Auxilio de la Educación, EL DIA, 28 de julio de 1973.
- Los Medios de Comunicación Deben Ser Complemento de la Relación Maestro Alumno, EL DIA, 12 de febrero de 1975.
- Los Medios de Difusión Destruyen en Buena Medida la Obra de la Escuela, EL DIA, 16 de mayo de 1971.
- Los Medios de Información Ejercen Mayor Influencia que la Educación, EL DIA, 29 de diciembre de 1970.
- Los Niños Manipulados por los Medios de Comunicación, Diorama de Excélsior, 5 de mayo de 1974.
- Los Medios Masivos de Educación son Valiosos Apoyos en la Enseñanza, EL DIA, 26 de noviembre de 1971.
- Los Niños Reciben en Forma Permanente la Influencia de la Música Exterior y Olvidan Fácilmente la Propia, Excélsior, 20 de agosto de 1979.
- Los Niños y la T.V., EL DIA, 27 de junio de 1978.
- Los Padres Culpables de que los Niños Pasen Muchas Horas Frente al Televisor, Excélsior, abril de 1980.
- Llegó la Teleserie "Holocausto a España", Excélsior, 27 de junio de 1979.
- Marini, Ruy Mauro. Se Acabó el Milagro Brasileño, Excélsior, 10. de febrero de 1976.
- Más de Cuarenta Mil Consultas ha Provocado la Serie "Holocausto", Excélsior, 2 de enero de 1979.
- México va a la Vanguardia en América Latina en el Campo de la Educación Audiovisual, EL DIA, 6 de mayo de 1971.
- México y la Opinión Mundial, Excélsior, 4 de octubre de 1976.
- Mitos y Monitos. Sólo Una Editorial de Comics, Está Ligada a Una Transnacional, EL DIA, 18 de abril de 1979.
- Motivarán a los Maestros a Usar Sistemas Audiovisuales de Educación, EL HERALDO, 28 de marzo de 1975.
- Negativa Imagen de México en E.U., Excélsior, 10 de enero de 1977.

- Ochocientos Millones Verán la Llegada del Papa a México, Excélsior, 26 de enero de 1978.
- Olivia Newton-John, Compañera de Travolta, Recibió la Orden del Imperio Británico, Excélsior, 30 de diciembre de 1978.
- Olivia Newton-John tiene Planes Matrimoniales pero no con John Travolta; Quiere Hogar e Hijos, El Heraldó,- 18 de octubre de 1978.
- Pánico en Washington por la Dramatización de un Programa de Radio Sobre la Guerra Nuclear, Excélsior, 30 de abril de 1980.
- Pasividad y Medios de Comunicación, EL DIA, 23 de mayo de 1979.
- Plan Publicitario "de Saturación" para Atraer Turismo de E.U. a México, EL DIA, 17 de septiembre de 1976.
- Polémicas Violentas en España por el Telefilme Holocausto, EL DIA, 21 de junio de 1979.
- Producción de Nueve Millones de Dólares, Excélsior,- 6 de julio de 1979.
- Programa del Consejo Coordinador Empresarial Para --- "Crear Una Buena Imagen", Excélsior, 21 de mayo de -- 1975.
- Provocó Pánico una Falsa Alarma de Ataque Nuclear en Washington, EL DIA, 30 de abril de 1980.
- Queremos Saber Quien Dirige y Cuál es la Razón de la Campaña Contra México, EL DIA, 2 de mayo de 1976.
- Radio y T.V. Han Producido en la zona del Caribe Muy Malas Formas de Hablar, Excélsior, 11 de octubre de - 1972.
- Reciente Estudio Sobre "Telemaníaticos" en EUA, Excélsior, 26 de diciembre de 1978.
- Réplicas Anatómicas Para la Enseñanza Audiovisual, No vedades, 6 de diciembre de 1971.
- Retos de Líderes Políticos Españoles Ante las Cámaras, Excélsior, 21 de febrero de 1979.
- R.T.C. Difundirá Mañana el Festival del Día del Ejército, Excélsior, 16 de febrero de 1980.
- Sacerdotes Católicos Anatemizan a Travolta: Sus Cintas "Alienantes" y "Pervertidas"., El Heraldó, 20 de - octubre de 1978.

- "Siete Días", Primer Noticiero Mexicano con Cobertura Mundial, EL DIA, 9 de enero de 1979.
- Siete Millones de Habitantes de Sao Paulo Pasan Tres Horas al Día Viendo Televisión, Excélsior, 10 de junio de 1976.
- Sin el Concurso de los Medios de Comunicación no Puede Haber una Auténtica Reforma Educativa, EL DIA, 10 de diciembre de 1970.
- Sigue el Auge de Discotecas en Italia, Excélsior, 2 de enero de 1979.
- Sigue la Campaña contra México, El Heraldó, 13 de mayo de 1976.
- Suárez y el Socialista González Piden Apoyar a la Constitución, Excélsior, 5 de diciembre de 1978.
- Travolta no Asiste a Salones de Baile, Excélsior, 30 de octubre de 1978.
- Travolta Está Asustado Por sus Fanáticos, EL DIA, 18 de septiembre de 1978.
- Televisión Educativa en el Canal 13, EL DIA, 30 de -- septiembre de 1979.
- Time, 12 de octubre de 1962.
- Tres de Cada 4 Franceses Vieron el Filme Para T.V. -- "Holocausto"., Excélsior, 20 de abril de 1979.
- T.V. Para la Iglesia, Excélsior, 9 de enero de 1979.
- Una Cuarta Parte de los Habitantes del Mundo Han Visto los Films de James Bond, El Heraldó, 2 de octubre de 1978.
- Uno en el Mundial, Uno más Uno, 2 de junio de 1978.
- Un Primer Paso Hacia la T.V. Universal, EL DIA, 9 de marzo de 1979.
- Vasta Campaña Contra Israel en Medios Informativos de Egipto, Excélsior, 19 de diciembre de 1978.
- Vayan a México, Piden 38 Organismos Judíos, El Sol de México, 28 de enero de 1976.
- Vitores de Tres Millones del Aeropuerto al Zócalo, - Excélsior, 27 de enero de 1979.

Los "Cuadernos del TICOM" son un intento de búsqueda colectiva de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. Con ellos, pretendemos impulsar el conocimiento y la transformación de los procesos de comunicación de masas, de los fenómenos ideológicos, así como de las realidades superestructurales de las sociedades mexicanas y latinoamericanas que nos enmarcan y determinan.

En este sentido, los Cuadernos están abiertos al análisis, entre otras, de las siguientes problemáticas:

- La función global que desempeña la comunicación de masas dentro de las sociedades mexicanas y latinoamericanas.
- La tarea que ejerce el espacio social abierto dedicado a la creación cultural y artística.
- La labor histórica que realiza la superestructura cultural y la práctica discursiva en general, dentro de los procesos de reproducción de las formaciones sociales de América Latina.
- La transformación de los hombres por medio de los procesos de comunicación.
- Las alternativas superestructurales aplicables a los proyectos de liberación cultural y social de la región latinoamericana.

Mediante este esfuerzo, el Departamento de Educación y Comunicación pretende incorporarse al proceso de búsqueda, de creación y de enriquecimiento cultural que se está gestando en América Latina y en otras zonas del mundo.

Para mayor información, dirigirse a "Cuadernos del TICOM" Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Educación y Comunicación, Calzada del Hueso N° 1100, Colonia Ex-Hacienda de Coapa, México, 23 D.F., México. Los pedidos de compra deben dirigirse a "Librería Universitaria", en la misma dirección.

TITULOS PUBLICADOS:

- No. 1 EL ESTUDIO MATERIALISTA DE LA COMUNICACION DE MASAS
- No. 2 TELEVISION POR CABLE... ¿OTRO FACTOR DE INTEGRACION REGIONAL EN MEXICO?
- No. 3 LOS MEDIOS DE DIFUSION DE MASAS EN LA HISTORIA DEL CAPITALISMO
- No. 4 EL CONDICIONAMIENTO ESTRUCTURAL DE LOS APARATOS DE COMUNICACION SOCIAL
- No. 5 EL PERIODICO COMO PROPAGADOR, AGITADOR, Y ORGANIZADOR COLECTIVO: LA PRENSA FLORES MAGONISTA 1900-1911.

PROXIMOS NUMEROS:

- No. 7 LA COMUNICACION PARTICIPATIVA.
- No. 8 EL SURGIMIENTO HISTORICO DE LOS APARATOS DE COMUNICACION DE MASAS Y SU INCIDENCIA EN EL PROCESO DE ACUMULACION DE CAPITAL.