



comunicación e informática

VOL. 2, No. 3, MARZO 15, 1981

\$40.00





comunicación e informática

Corresponsales en el extranjero

- Bogotá, Colombia: **EDUARDO MONCADA**
- Cambridge, Mass. U.S.A.: **LAWRENCE MEADOR**
- Baltimore, Maryland, U.S.A.: **CARLOS CASTILLO S.**
- Hong Kong: **RAMON BARQUIN**
- La Habana Cuba: **VICENTE OSORIO ACOSTA**
- Lisboa, Portugal: **JORGE PEREIRA DE CARVALHO**
- Madrid, España: **ANGEL SALTO DOLLA**
- París, Francia: **JEAN-PAUL FRACHET**
- Quito, Ecuador: **BOLIVAR LA LOME**

Portada

Rostro campesino
 Recifrado Tonal en computadora
 Idea: Guillermina Yankelevich
 Realización: José Aste,
 Cent. Cient. Am. Lat. IBM
 Fotografía: Enrique Bostelmann

CONTENIDO

- 3 RECIFRADO DE IMAGENES
 Guillermina Yankelevich
- 8 LOS MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACION DESDE UNA
 PERSPECTIVA SOCIAL Y POLITICA
 Edmund F.M. Hogrebe
- * 16 MEDIOS DE COMUNICACION Y ACUMULACION DE
CAPITAL
 Javier Esteinou Madrid
- 30 EN TORNO A LA COMUNICACION Y LA EDUCACION
 Daniel Prieto Castillo
- 43 CONSTRUYA USTED UN MEDICO ARTIFICIALMENTE
 INTELIGENTE... José Negrete M.
- 28 Eventos Científicos y Técnicos, Nacionales e Internacionales
- 39 Notas Comunicográficas: BANCO PLURILINGÜE DE TER-
 MINOLOGIA EN ESPAÑOL
- 48 Nuestros Colaboradores

directorio

Director
VIRIATO G. GOMES DE OLIVEIRA

Subdirector
JOSE NEGRETE M.

Consejo Editorial
RAMON BARQUIN
JORGE P. GALEANO M.
EDMUNDO HOGREBE
MARIO LAGUNES
LAWRENCE MEADOR
GUILLERMINA YANKELEVICH

Coordinador en Comunicación
NORMA L. LARA F.

Coordinador en Informática
IGNACIO MARTINEZ D.

Colaboradores
SUSANA BC DEVALLE
ENRIQUE BOSTELMANN
JAROMIR DOSTAL
JAVIER ESTEINOU MADRID
JOSE H. FLORES B.
HORACIO GONZALEZ DUHART
ADOLFO GUZMAN ARENAS
MERCEDES LERENA
DIEGO LOPEZ R.
ENRIQUE LUENGAS
ADOLFO MOLINA
ENZO MOLINO R.
MARCO A. MURRAY LASSO
SANTIAGO NEGRETE Y.
ANTONIO PAOLI
DANIEL PRIETO CASTILLO
HECTOR SCHMUELER
GEORGE THEODORIDIS
DAVID WARMAN

Traductores
SINIKKA JACQ

Relaciones Públicas
JOSEFINA HEGEWISCH

Diseño y Formación
MYRNA DUARTE
IRMA MEDINA
BEATRIZ NIEVES
JUAN CARLOS OCEGUERA

Impresión y Elaboración
MAYA EDITORES E IMPRESORES

"COMUNICACION E INFORMATICA", Vol. 2, No. 3, marzo de 1981, publicación bilingüe mensual. MAYA EDITORES E IMPRESORES, Ixpantenco 11-9 Los Reyes, Coyoacán, Méx. 21, D.F. Precio al público \$40.00 Tarifa de suscripción anual: en México \$400.00 M.N., en Centroamérica, Caribe y Estados Unidos \$35.00 Dlls., en Sudamérica, Canadá y Europa \$40.00 Dlls. Ejemplar atrasado \$70.00 M.N. Tiraje 2,000 ejemplares. El contenido de cada artículo es responsabilidad exclusiva del autor. Autorizamos la reproducción de cualquier trabajo publicado en haciendo referencia al autor y a la revista. Registro No. 552 en la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Reg. Fed. Causantes DUVM-45-01-07-001, No. de Cta. Tesorería 1000524.

MEDIOS DE COMUNICACION Y ACUMULACION DE CAPITAL

Javier Esteinou Madrid
Investigador del Centro
de Servicios y Promoción Social
de la Universidad Latinoamericana

I PRESENTACION

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

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

Con ello, colaboraremos a esclarecer una laguna conceptual que persiste en el campo de la interpretación crítica del fenómeno de la comunicación de masas. El desarrollo y la apropiación de este vacío teórico-histórico nos permitirá asentar una de las principales bases que posibilitan la creación de una nueva concepción alternativa en el campo de la comunicación social: el conocimiento del proceso de formación y consolidación histórica de la estructura dominante de la cultura de masas.

II LA NECESIDAD DEL CAPITAL DE REDUCIR SU PROCESO DE CIRCULACION

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

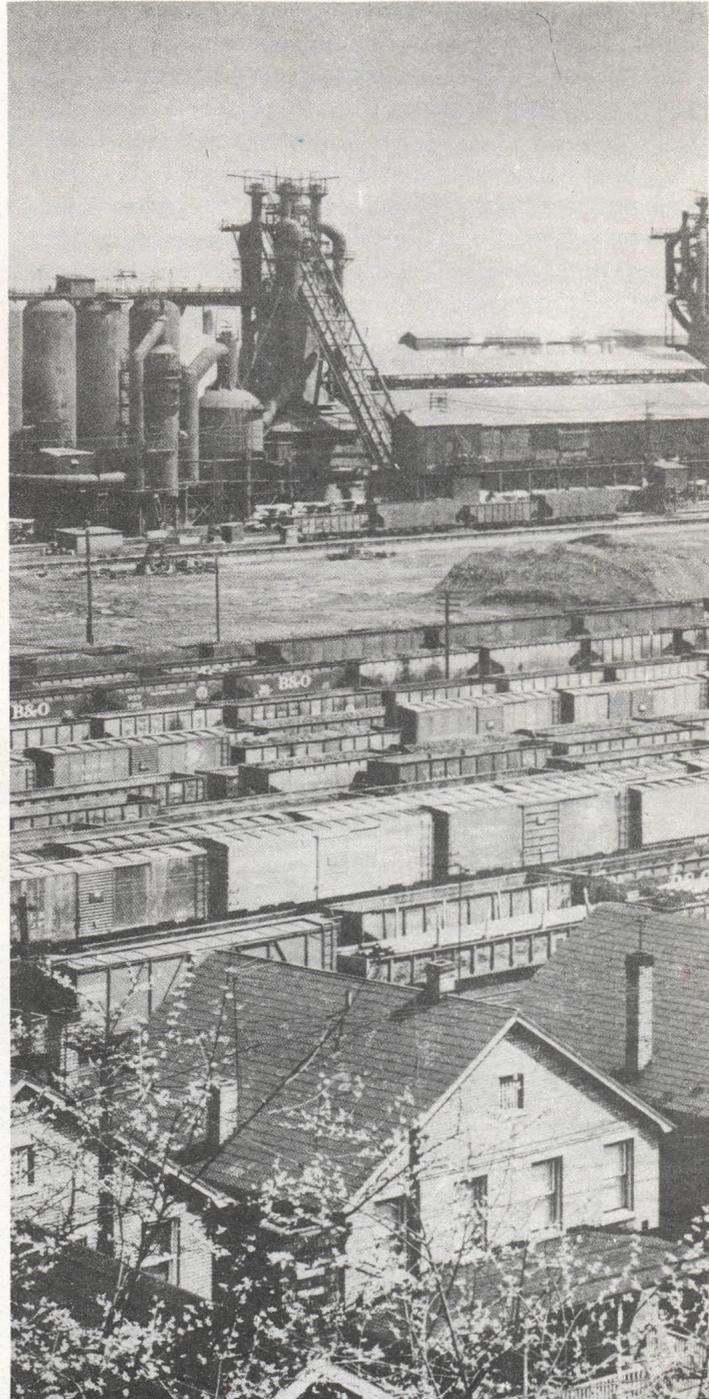
Si se parte del principio de desarrollo del capital, que muestra que su tendencia histórica es la obtención creciente de la máxima ganancia bajo relaciones sociales de explotación, y de que la burguesía para existir requiere revolucionar incesantemente sus instrumentos de producción, observamos que el modo de producción capitalista, después de haberse afirmado en Europa con la revolución comercial de los siglos XVI y XVII, con objeto de incrementar su tasa de acumulación de valor, revoluciona sus medios de producción en la segunda mitad del siglo XVIII.

La Primera Revolución Industrial transforma los instrumentos de trabajo rudimentario al introducir la máquina a vapor y el carbón como combustible en el proceso de la producción y en el sistema de transporte. Con esto se afirma el desarrollo de la gran industria en su nuevo momento: el maquinismo productivo.

Posteriormente, en el último cuarto del siglo XIX, la industria capitalista se ve estimulada por una nueva revolución técnica, posibilitada por el cambio de la fuente de energía del sistema de producción y transporte, al introducir como energéticos el petróleo y la electricidad. El motor a explosión y el motor eléctrico modifican nuevamente los instrumentos de trabajo, relegan a un segundo plano los motores primarios movidos por vapor y permiten otros procedimientos de naturaleza mecánica.

Con el desarrollo vertiginoso de la estructura tecnológica se consolida el capitalismo industrial en su nueva fase productiva. Mediante ello, el capital se encuentra en condiciones sólidas de revolucionar su forma de extracción de valor, pasando de una modalidad menos rentable a una más productiva. La finalidad de introducir nuevas fuentes de energía en la industria, "como la de todo otro desarrollo de la fuerza productiva del trabajo, es simplemente rasar las mercancías y acortar la parte de la jornada en que el obrero necesita trabajar para sí, y, de este modo, alargar la parte de la jornada que (el obrero, nota del articulista) entrega gratis al capitalista. Es sencillamente un medio para la producción de plusvalía" (1). Así, la estructura de explotación de la sociedad capitalista evoluciona básicamente de la extracción de plusvalor por medio del recurso de la plusvalía absoluta, utilizada primordialmente en períodos de la manufactura incipiente, a la extracción de valor por medio de la plusvalía relativa, empleada en la fase de la gran producción industrial.

A partir de estos momentos se modifica sustancialmente la base tecnológica que sustenta el desarrollo económico de la sociedad europea y el rendimiento de las fuerzas productivas se incrementa en grado nunca antes visto. Con esto cristaliza el triunfo del modo de producción capitalista como modo de producción dominante en la historia universal (2). El aumento de la productividad posibilita la producción de una gran masa de mercancías que requiere su salida al mercado y al consumo mundial. El capital, para realizarse como valor que genera plusvalor, no solamente necesita realizar su fase indispensable de producción de mercancías, sino que también requiere la conclusión completa de un ciclo económico que abarca tanto los mo-



mentos complementarios de la circulación como el consumo de las mercancías. En síntesis: podemos decir que "el producto no está realmente terminado hasta en tanto no se encuentre en el mercado" (3).

En consecuencia, la venta y la reinversión de la masa de mercancías elaboradas en el proceso directo de la producción industrial requiere la indispensable realización del proceso de circulación del capital: el tránsito sucesivo del capital a su momento dinero, y de éste nuevamente a su momento capital productivo (C - D - C'). Este proceso es la condición indispensable para la realización del capital como nuevo valor, ya que la renovación de la producción depende de la venta de los productos acabados y ésta, de la circulación.

Ahora bien, si "la trayectoria que describe el capital para pasar de una de estas determinaciones a la otra constituye secciones de la circulación, y estas secciones se recorren en determinados espacios de tiempo..., entonces la cantidad de productos que se pueden producir en un espacio de tiempo dado, la frecuencia con que un capital pueda valorizarse en un espacio de tiempo dado, con que puede reproducir y multiplicar su valor; dependerá de la velocidad de la circulación, del tiempo en que se recorre esta última" (4). Esto significa que "la proporción en la cual el mismo capital, en un espacio dado de tiempo, pueda repetir el proceso de producción (creación de valor nuevo), constituye evidentemente una condición que no ha sido puesta directamente por el proceso productivo. Por consiguiente, si bien la circulación no genera ningún momento en la determinación misma del valor, lo cual toca exclusivamente al trabajo, sin embargo, de su velocidad sí depende la velocidad con la cual se repite el proceso de producción, se crean valores; por ende, si no los valores, sí, hasta cierto punto, la masa de los valores" (5).

De lo expuesto anteriormente se deriva que el tiempo de circulación del capital un momento muy especial en la valorización del mismo. Esto sucede debido a que el capital, mientras circula, no funciona como capital productivo y, por lo tanto, no produce mercancías, ni plusvalía. Por ello, "el tiempo de circulación se presenta, pues, como barrera

a la productividad del trabajo necesario=merma del tiempo de plus-trabajo= merma de plusvalor = freno, barrera del proceso de valorización del capital" (6).



Por lo tanto, "el tiempo de circulación del capital limita en términos generales, su tiempo de producción y, por consiguiente su proceso de valorización. Y los limita, concretamente, en proporción a lo que dura ... Por eso, cuanto más ideales sean las metamorfosis circulatorias del capital, es decir, cuanto más se reduzca a 0 ó tienda a reducirse a 0 el tiempo de circulación, más funcionará el capital, mayores serán su productividad y su autovalorización" (7).

III EL SURGIMIENTO DE LOS APARATOS DE DIFUSION DE MASAS

La simple existencia de las vías materiales de transportación de las mercancías, que permiten el traslado de éstas de su centro de producción a su centro de distribución, no resuelve el problema total del proceso de circulación del capital. Aún queda pendiente la realización del segundo período de circulación de las mismas: la reducción del tiempo que transcurre entre la ubicación comercial de los productos y su venta final. No podemos olvidar que el proceso de producción capitalista se retrasa o permanece incompleto en la medida en que se dilata o no se realiza el consumo de los bienes. Consecuentemente, podemos pensar que la realización de la plusvalía requiere a veces un cierto nivel de convencimiento, es decir, la necesidad de consumir, que no existe, tiene que ser creada para satisfacer el ciclo de reposición del capital" (8).

De no efectuarse rápidamente este segundo momento, se incrementan los gastos de circulación de las mercancías y se prolonga el período de rotación del capital. No se puede desconocer que "la permanencia del capital mercancías,

bajo la forma de almacenamiento en el mercado, supone el uso de edificios, almacenes, depósitos de mercancías y, por tanto, una inversión de capital constante; supone, además, el pago de salario para almacenar las mercancías en su depósito. Finalmente, las mercaderías se deterioran y están expuestas a la acción de elementos nocivos para ellas. Para protegerlas contra estas influencias, hay que desembolsar capital adicional, tanto en instrumentos de trabajo en forma materializada, como en fuerza de trabajo" (9).

Por este motivo, el vendedor siempre procura deshacerse lo antes posible de sus productos. Para éste, la mercancía sigue representando simplemente el exponente de su valor de cambio y, en consecuencia, sólo puede actuar como tal cuando abandona su forma de mercancía para adquirir la forma dinero. Es decir, al productor y al comerciante lo único que les interesa en esta fase de la circulación es la venta de las mercancías, la única forma de recobrar el capital invertido inicialmente y obtener las utilidades derivadas del plusvalor.





"Oh! John, but aint they cheap?"
 "Dont matter how cheap they are, my wench, if yer aint got the money to buy em."

Si en relación a lo anterior consideramos que todo cambio practicado sobre cualquiera de las fases del proceso de producción (particularmente en el proceso directo de producción) afecta proporcionalmente a las fases restantes, observamos que "una producción específica, determina un consumo, una distribución, un intercambio determinado, y relaciones determinadas entre los diferentes momentos" (10). Por esta razón, desde el instante en que, en las últimas décadas del siglo XVIII y en las primeras del siglo XIX, la revolución industrial modifica los elementos tecnológicos del proceso productivo, y con esto incrementa el grado de productividad de las fuerzas productivas, la dinámica de la reproducción ampliada del capital se ve obligada a modificar proporcionalmente la relación existente entre la producción y el consumo de los bienes. Así, el capital industrial entra en una nueva fase de adaptación histórica que transforma la proporción del consumo de mercancías que se establece entre un nivel local y restringido y un nivel continuo, masivo y mundial. Esta es la única vía rentable que puede dar salida a la gran producción acelerada y permanente de satisfactores que posibilitan los nuevos procesos fabriles.

Con ello se armoniza el ritmo y volumen de la producción con la velocidad y la masa de mercancías consumidas, es decir, para la producción a gran escala se crea un consumo masificado que se extiende cada vez más. Con el reajuste de estas relaciones económicas, el capital contemporáneo entra en una etapa de internacionalización productiva que le exige, entre otras cosas, una permanente renovación tecnológica de los instrumentos que promueven la demanda y el consumo de los bienes materiales.

Para acortar el tiempo de rotación, el capital comercial, además de haber aumentado y desarrollado ampliamente las vías materiales de transporte, se encuentra obligado a estimular y producir, ahora a nivel superestructural, una nueva división social del trabajo dentro de la esfera de la circulación que, paralelamente a la dinámica de producción industrial de los satisfactores, anule el antagonismo que se establece entre el capital invertido y el tiempo de venta de los mismos. Para ello, mediante la dedicación expresa de una porción específica de su masa de valor exce-

dente y la recuperación reconvertida de los adelantos tecnológicos, que se dan en el proceso de desarrollo de la base material (en la actualidad, especialmente de carácter electrónico), el capital crea los aparatos culturales de difusión colectiva que, apoyados en su discurso cultural, actúan como catalizadores de la última fase de la circulación: el momento de consumo.

Los aparatos de la cultura de masas emergen y operan como instituciones superestructurales que, a través de la continua y acelerada difusión de las mercancías, producen un competente sistema cultural que da a conocer colectivamente la existencia de los productos existentes en el mercado e inculca su consumo. Con esta práctica ideológica se suprime considerablemente el tiempo de venta de las mercaderías, especialmente cuando el discurso de los aparatos de masas se construye a partir de una "fetichización" de las mercancías que introduce: no por lo que encierran sus cualidades materiales sino por lo que representan socialmente. Si la industrialización del capital masifica la producción, la práctica publicitaria de los aparatos de la cultura de masas masifica el consumo.

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

Se analiza el fenómeno desde el punto de vista de la circulación, se descubre que a cada cambio sustancial que recibe el capital en su estructura económica con fines de incrementar su grado de productividad, se produce, en última instancia, su correlativo impacto superestructural en los elementos supraeconómicos que componen el proceso de circulación; para cada nueva modificación en el desarrollo de las fuerzas productivas, se suscita la creación y modernización de nuevas vías infraestructurales de co-

municación masiva. Podemos decir que, en última instancia, en la formación capitalista existe una relación de dependencia dialéctica entre el grado de desarrollo de la productividad y el tipo de surgimiento y evolución de los aparatos de la difusión colectiva.

En la fase monopólica e imperialista (1850-1920), la economía capitalista se reproduce en escala ampliada mediante la captación y el control de nuevos mercados internacionales; se crea la cultura de masas; se estandarizan las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales; en una palabra se uniforma la conciencia colectiva con objeto de armonizar el consumo del mercado mundial. Por último, en la fase de desarrollo transnacional (1920-1980), los grandes Trusts invaden el mundo y exigen la creación de un centro de comercialización planetario que les permita su reproducción en dimensiones cósmicas. A partir de este período, el modo de información capitalista entra en su fase masiva de comercialización e internacionalización cultural.

El desarrollo histórico de la transmisión de masas queda determinado por las necesidades materiales que impone el desarrollo de las fases, económicas largas y cortas por las que atraviesa la evolución del capital también en el sentido de que: "a un liberalismo económico, corresponde un estado liberal que permite que los medios y la comunicación sean manejados en forma libre tanto en el sentido jurídico (libertad de prensa, de reunión, de información), como práctica (existencia de diarios y revistas independientes, ejercicio real de la disidencia política, posibilidades de editar y distribuir materiales críticos). En cambio, una situación de desarrollo diferente, de crisis internacional e interna, precisa la intervención más directa del mismo Estado, quien se comporta respecto a los medios de comunicación de acuerdo a los diferentes estadios que recorre la economía (censura previa, represión de escritores y comentaristas de oposición, requisas de imprentas y materiales publicitarios, etc.)" (11).

Ahora bien, este proceso de creación de los aparatos de la cultura de masas en la etapa de la centralización mundial del capital no sólo aporta la reducción del antagonismo

que se atraviesa entre el capital productivo y su momento de rotación sino que estos quedan igualmente afectados por la ley capitalista del desarrollo desigual. De ello resultan tres consecuencias que afectan al proceso global de producción y a su consecuente sistema de organización social.

En primer término, desde el momento en que el capital productivo desvía cierta porción de su masa excedente de su finalidad primordial y la destina no a producir sino a realizar la plusvalía por medio de la aceleración del consumo, vía publicidad, la economía capitalista ejerce un nuevo gasto improductivo que no aumenta las cualidades de las mercancías y sí incrementa el costo de las mismas: las inversiones publicitarias y propagandísticas gastan valor sin producirlo. No podemos desconocer que "(tanto) la circulación como el comercio, no agregan nada al total de los valores producidos, sino que más bien se ocupan de la transformación de los valores ya existentes, de la forma moneda a la forma de mercancía o viceversa" (12).

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

Esto significa que la función de promoción consumista que ejercen los aparatos de difusión de masas en la fase del capital monopólico es una fuente adicional de inflación de los precios de las mercancías y de agudización de las diferencias estructurales que se establecen entre productor y consumidor, entre capital y trabajo asalariado. Contribuyen a enriquecer más al propietario de los medios de producción, fomentan la depauperización creciente del proletariado.



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

Esto implica que, a partir de este control, los aparatos de difusión masiva desarrollen como tendencia cultural dominante, la producción, distribución e inculcación de los contenidos ideológicos propios de las fracciones que administran y gozan del proceso de extracción del plusvalor. Esta situación permite que la clase propietaria de los medios de producción imponga la dinámica y la dirección que debe adoptar el consenso de masas en la sociedad civil contemporánea. Esta determinación, que en última instancia impone la base material sobre el rumbo y el ritmo que adopta el modo de comunicación colectiva coloca a los aparatos de difusión de masas en el centro de la dinámica de la lucha de clases, principalmente en los períodos de crisis económico-política.

Por último, en tercer término, derivado de lo anterior, al ser los medios de comunicación elementos fundamentales de la actual fase del desarrollo capitalista, estos tienen que funcionar prioritariamente en las áreas del consumo real y, posteriormente, en los perímetros geográficos del consumo potencial. Es por ello que los aparatos de difusión masiva, surgen inicialmente en las principales metrópolis mundiales (Inglaterra, Francia y E.U.A.) y se expanden paulatinamente a las regiones donde aparecen nuevos mercados con grandes masas asalariadas que están en condiciones de incorporarse al proceso final del ciclo de realización del valor a través del consumo colectivo.

Ya consolidada esta primera fase y conservando las características de un fenómeno netamente cosmopolita, el nuevo modo de comunicación colectivo se expande a la periferia del sistema siguiendo el ritmo y la dirección que le impone el proceso de reproducción ampliada del capital

