



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA - XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

Casa abierta al tiempo

cuadernos del

LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y
LA CONFECCION DEL ESTADO AMPLIADO

Javier Esteinou

No. 30

Enero 1984

ticom

taller de investigación en comunicación masiva

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y
LA CONFECCION DEL ESTADO AMPLIADO

Javier Esteinou

No. 30

Enero 1984

TALLER DE INVESTIGACION PARA LA COMUNICACION MASIVA.

(TICOM)

MEXICO, D.F.

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Rector: Fís. Sergio Reyes Lujan

Secretario General: Mtro. Jorge Ruíz Dueñas

UNIDAD XOCHIMILCO

Rector: Dr. Francisco J. Paoli Bolio

Secretario: Dr. Marco Antonio Díaz F.

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Director: Dr. Gilberto Guevara Niebla

DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y COMUNICACION

Jefe del Depto.: Dr. Javier Esteinou Madrid

Coordinación de Carrera: Lic. Hugo Murialdo

TALLER DE INVESTIGACION EN COMUNICACION MASIVA (TICOM)

Coordinación: Dr. Javier Esteinou Madrid

CUADERNOS DEL TICOM

Director: Dr. Javier Esteinou Madrid

Secretario: Lic. Beatriz López

Consejo Editorial:

Lic. Luis Esparza Oteo

Lic. Javier Solórzano

Lic. Jorge González

Lic. Raúl Navarro

Lic. Raymundo Mier

Dr. Héctor Schmucler

Corrección: Lic. Imelda Zamudio

Documentación: Lic. Antonio Inclán

Producción Editorial: Lic. Virginia Careaga C.

VI.- INDICE DE CUADROS

- CUADRO NO. 1 EVOLUCION DEL PENSAMIENTO CRITICO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMO PRINCIPALES APARATOS DE HEGEMONIA.
- CUADRO NO. 2 SECUENCIA DE INVERSIONES EN TELECOMUNICACIONES DE 1840 AL AÑO 2000.
- CUADRO NO. 3 COMPARACION ENTRE LA COMUNICACION DE PASAJEROS POR TRANSPORTES Y EL USO DE LAS COMUNICACIONES POR MEDIOS ELECTRICOS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE 1970 A 1975.
- CUADRO NO. 4 GRADO DE EXPANSION DE LA INFORMACION, LA POBLACION Y EL PRODUCTO NACIONAL BRUTO EN JAPON DE 1970 A 1975.
- CUADRO NO. 5 CONSUMO NORTEAMERICANO DE MEDIOS DE COMUNICACION DE 1968 A 1977.
- CUADRO NO. 6 CRECIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE 1950 A 1975.
- CUADRO NO. 7 TENDENCIAS DE EXPANSION DE LOS APARATOS DE COMUNICACION DE 1960 A 1975.
- CUADRO NO. 8 DESARROLLO MUNDIAL DEL CONJUNTO DE MEDIOS DE COMUNICACION HASTA 1977.
- CUADRO NO. 9 CONSUMO DE MEDIOS DE INFORMACION POR LOS SECTORES NO INSTRUIDOS NORTEAMERICANOS DE 1955 A 1965.
- CUADRO NO. 10 TIEMPOS DE TRANSFORMACION TECNOLOGICA DE LA PRENSA.
- CUADRO NO. 11 EVOLUCION MUNDIAL DE LA PRENSA DE 1965 A 1979.
- CUADRO NO. 12 CIRCULACION TOTAL DE LA PRENSA DIARIA, DOMINICAL, SEMANAL Y DE OTROS TIPOS EN LOS EUA DE 1940 A 1976.
- CUADRO NO. 13 TIRADA DE LOS MAYORES DIARIOS DEL MUNDO EN 1971.
- CUADRO NO. 14 EXPANSION MUNDIAL DE LA PRENSA POR REGIONES EN 1977.
- CUADRO NO. 15 CONSUMO MUNDIAL DE PAPEL PERIODICO POR REGIONES.
- CUADRO NO. 16 CONSUMO ESTIMADO DE PAPEL PERIODICO POR REGIONES DEL MUNDO DE 1976 A 1985.
- CUADRO NO. 17 PRODUCCION Y CONSUMO DE PAPEL PERIODICO EN ECONOMIAS DE MERCADO DESARROLLADAS DE 1965 A 1979.
- CUADRO NO. 18 PRODUCCION Y CONSUMO DE PAPEL PERIODICO EN LAS ECONOMIAS DE MERCADO DESARROLLADAS DE 1965 A 1979.

- CUADRO NO. 19 CONSUMO DE PAPEL PERIODICO EN LAS ECONOMIAS EN VIAS DE DESARROLLO DE 1965 A 1975.
- CUADRO NO. 20 CONCENTRACION DE LA PROPIEDAD DE LOS DIARIOS NORTE-AMERICANOS DE 1923 A 1976.
- CUADRO NO. 21 CONCENTRACION MUNDIAL DE LOS PERIODICOS POR GRUPOS DE PODER.
- CUADRO NO. 22 TASA DE CRECIMIENTO Y CIRCULACION DE LOS DIARIOS DE 1955 A 1979 POR REGIONES.
- CUADRO NO. 23 ASISTENCIA AL CINE POR HABITANTES POR GRUPOS DE PAISES DE 1955 A 1975.
- CUADRO NO. 24 ASISTENCIA ESTIMADA DE CINE POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES EN 1960-1965-1970-1975 y 1978.
- CUADRO NO. 25 NUMERO DE SALAS DE CINE Y CAPACIDAD POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES DE 1970 A 1978.
- CUADRO NO. 26 PRODUCCION MUNDIAL DE PELICULAS DE LARGO METRAJE POR GRUPOS DE PAISES DE 1955 A 1979.
- CUADRO NO. 27 DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION MUNDIAL DE PELICULAS DE LARGO METRAJE POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 28 NUMERO DE ASIENOS CINEMATOGRAFICOS POR CADA MIL HABITANTES DE CADA CONTINENTE Y LAS GRANDES REGIONES DE 1960 A 1978.
- CUADRO NO. 29 TOTAL MUNDIAL DE TRANSMISORES DE DIFUSION SONORA DE 1960 A 1977.
- CUADRO NO. 30 TOTAL DE RECEPTORES DE RADIO POR CONTINENTES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 31 CRECIMIENTO DE RECEPTORES DE RADIO EN AMERICA DEL SUR, ASIA, AFRICA Y OCEANIA DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 32 EXPANSION DE RECEPTORES DE RADIO EN AMERICA DEL NORTE Y EUROPA DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 33 NUMERO Y PORCENTAJE DE HOGARES Y AUTOMOVILES CON RECEPCION DE RADIO AM EN LOS EUA DE 1927 A 1977.
- CUADRO NO. 34 NUMERO DE RECEPTORES DE RADIO EN USO Y DE RADIO ESCUCHAS POR CADA 1000 HABITANTES POR CONTINENTES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 35 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE RECEPTORES DE RADIO POR CONTINENTES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 36 EXPANSION MUNDIAL DE LOS RECEPTORES RADIOFONICOS DE 1960 A 1979 POR CONTINENTES.

- CUADRO NO. 37 CAPACIDAD DE POTENCIA RADIAL PROMEDIO POR TRANSMISOR.
- CUADRO NO. 38 EXPANSION MUNDIAL DE LOS TRANSMISORES DE TELEVISION DE 1965 A 1977.
- CUADRO NO. 39 COSTO PROMEDIO DE LOS TELEVISORES NORTEAMERICANOS DE 1946 A 1953.
- CUADRO NO. 40 DISTRIBUCION DE LOS PAISES SEGUN EL NUMERO DE RECEPTORES DE TELEVISION POR CADA MIL HABITANTES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 41 DISTRIBUCION MUNDIAL DE LOS RECEPTORES DE T.V. POR CONTINENTES DE 1960 A 1969.
- CUADRO NO. 42 NUMERO TOTAL DE RECEPTORES DE TELEVISION POR CONTINENTES DE 1960 A 1979.
- CUADRO NO. 43 DISTRIBUCION MUNDIAL DE LA T.V. POR PAISES DE PNB MODESTO, MEDIO Y DESARROLLADO EN 1978.
- CUADRO NO. 44 CRECIMIENTO DEL SISTEMA DE CABLEVISION EN LOS E.U.A. DE 1952 A 1977.
- CUADRO NO. 45 INCREMENTO DEL NUMERO DE ABONADOS A LA TELEVISION NORTEAMERICANA DE 1950 A 1980.
- CUADRO NO. 46 CRECIMIENTO DE ABONADOS PARTICULARES A LOS SISTEMAS DE CABLEVISION DE 1950 A 1975.
- CUADRO NO. 47 LA TELEVISION POR CABLE EN LOS PAISES DESARROLLADOS.
- CUADRO NO. 48 AUDIENCIA RADIOFONICA Y TELEVISIVA DE LOS MEDIOS ITALIANOS EN 1977.
- CUADRO NO. 49 DISTRIBUCION DEL TELEFONO, CINE, PRENSA, RADIO Y TELEVISION POR PAISES DESARROLLADOS Y SUBDESARROLLADOS EN 1977.

I.- LA NUEVA TRANSFORMACION HEGEMONICA DEL ESTADO CAPITALISTA.

A.- LOS ANTECEDENTES.

(*)

Debido al retraso analítico que durante muchos años ha experimentado el materialismo histórico para elaborar una teoría sobre la superestructura cultural, los aparatos de hegemonía, y las puntas de la ideología, muchas fascetas sobre la concepción del estado ampliado han quedado relegadas de ser reflexionadas y desarrolladas. Debido a ésto, poca claridad conceptual y política (1), ha alcanzado el pensamiento materialista y las ciencias sociales críticas, para comprender cuál ha sido la nueva transformación cultural que ha provocado la emergencia de los medios de comunicación, como aparatos de hegemonía al interior de la sociedad civil del estado capitalista moderno. (2)

Sin embargo, si bien es cierto que existen multitud de trabajos que han abordado desde una perspectiva materialista el estudio de la propiedad de los medios, el universo de discursos que transmiten, la evolución tecnológica que experimentan, los efectos individuales y nacionales que provocan, los patrones de consumo cultural que imponen, la cobertura simbólica que alcanzan, las relaciones de poder que reproducen, la transnacionalización de hábitos ideológicos que fomentan, etc. (3), no existe ninguna reflexión madura que examine el lugar histórico que ocupan los medios de comunicación dentro del conjunto de aparatos de hegemonía y por consiguiente, dentro de la estructura cultural que ha construido el estado capitalista en su etapa transnacional. (4)

Incluso, podemos decir que no únicamente dentro de la - - -

concepción materialista de la comunicación se ha conservado este anacronismo teórico, sino también dentro de los postulados de las principales corrientes de análisis de la comunicación se mantiene este abandono epistemológico. Es decir, dichas escuelas tampoco han estudiado los cambios que han provocado los aparatos de información dentro de la estructura del estado y de la sociedad civil.

(5)

No obstante este vacío teórico, existen algunas contribuciones embrionarias de las ciencias sociales que nos ayudan de forma muy valiosa, pero aún insuficiente, a realizar un primer acercamiento intuitivo al problema. Todas ellas, coinciden en señalar que los medios de comunicación de masas, se han convertido en los principales aparatos hegemónicos del estado capitalista avanzado, pero no desarrollan ni profundizan los argumentos que podrían --- construir una nueva teoría de las puntas de la hegemonía.

Así, el primer germen lo volvemos a encontrar entre 1917 y 1937 en el pensamiento gramsciano. Aunque con anterioridad dicha perspectiva ha señalado que la escuela es el principal aparato -- ideológico de estado, su concepción no es rígida ni cerrada, pues reconoce el valor y la importancia de otras fuentes de socialización cultural, especialmente de los medios de comunicación. De esta forma, al delimitar la función que cumple la escuela, expresa que, "la actividad educativa directa es sólo un fragmento de la vida del alumno, que entra en contacto, ya con la sociedad humana, ya con la societas rerum. Mediante ello, se forma criterios a partir de éstas fuentes "extraescolares" que son mucho más importantes de lo que comunmente se cree". (6)

Madurando esta apreciación, Gramsci aporta un avance teórico relevante cuando adelanta una primera visión embrionaria sobre las futuras tendencias evolutivas que presentan las nuevas puntas hegemónicas, y el lugar estratégico que gradualmente conquistan al interior de la sociedad civil. Esto es, sin haber vivido la época de la gran explosión cultural que se produce con la reproducción ampliada y la maduración de las nuevas tecnologías de comunicación (radio y televisión de gran cobertura simbólica), Gramsci prevee desde principios de siglo que la prensa y la radio incipiente -- existentes en Italia, tienden a convertirse en las principales -- instituciones productoras del consenso social. Así, señala que -- "la prensa amarilla y la radio (donde están muy difundidas), tienen la posibilidad de incitar extemporáneamente motivaciones de pánico o de entusiasmo ficticio que permiten el cumplimiento de -- objetivos determinados, en las elecciones, por ejemplo. Todo esto está ligado al carácter de la soberanía popular que se ejecuta -- una vez cada 3, 4 o 5 años; basta tener el predominio ideológico (o mejor emotivo) en ese día determinado, para poseer una mayoría que dominara por 3, 4 o 5 años, incluso si pasada la emoción, la masa electoral se separa de su expresión legal". (7)

Después de esta amplia aproximación transcurren más de 30 años en que no se reflexiona críticamente sobre el nuevo espacio estratégico que gradualmente conquistan los aparatos de información de masas en el terreno de la formación del consentimiento coyuntural. Es hasta principios de la década de los años '70s que -- diversos pronunciamientos, provenientes de distintas ramas de las ciencias sociales; resuscitan este análisis sobre los medios de comunicación, e intentan devolverles hipotéticamente el nuevo rango

histórico que le corresponde en el proceso de construcción del --
consenso social.

Esta nueva tendencia adquiere forma con diversos autores e instituciones aisladas y se desarrolla cronológicamente de la siguiente manera: en 1971 aparece Ludovico Silva (9); en 1972 Fernando Carmona (10); en 1975 Maurice Duverger (11); en 1977 Rafael Roncagliolo (12); en 1978 Armand Mattelart (13), Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo (14); Enrique Guinsberg (15), Juan Samavia (16); en 1980 Norecne Janus y Rafael Roncagliolo (17), Ana María Fadul (18); Carlos Monsivais (19), la Comisión Mac.Bride de la UNESCO; y en 1982 Armando Labra y muchas otras aproximaciones periodísticas que constantemente destacan la relevancia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía (22).
(Cuadro No. 1)

Sin embargo, pese a que contamos con este conjunto de ricas aportaciones aisladas, ninguna de ellas nos permite elaborar una teoría global sobre la nueva tarea que ejercen los aparatos de comunicación como puntas de la hegemonía. Todas ellas permanecen, en mayor ó menor grado, a un nivel intuitivo o hipotético de la formulación epistemológica del problema; y por consiguiente, nos acercan de manera muy correcta, pero parcial e insuficiente a esta realidad.

De aquí, que retomando estas contribuciones teóricas y otras más provenientes de la economía política de la comunicación, intentemos construir una nueva concepción sobre la reciente transformación del estado ampliado que se realiza a través de los medios de comunicación de masas y de las modernas tecnologías de información.

CUADRO NO. 1

EVOLUCION DEL PENSAMIENTO CRITICO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMO PRINCIPALES APARATOS DE HEGEMONIA



B.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS COMO LOS PRINCIPALES APARATOS DE HEGEMONIA.

Teniendo en cuenta que la tradición marxista ha señalado que el aparato pedagógico es el principal soporte cultural creador de la hegemonía, nosotros pensamos que, si bien es cierto, que la doble función que ha desempeñado la escuela (reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo y reproducción de la ideología dominante), ha sido fundamental para la reproducción del consenso del modo de producción capitalista, en sus etapas anteriores; 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 pasar a un plano secundario de acción. De esta forma, desde 1930 en adelante, fecha en que se consolida el primer desarrollo de los medios de transmisión electrónica, la tarea de directriz cultural que ejerce el sistema de enseñanza ha sido substituida por las nuevas funciones ideológicas que reali--zan los aparatos de difusión de masas y las nuevas tecnologías de comunicación. (23)

Esto es, analizando el desarrollo y la transición de los -- principales aparatos de socialización en la historia del capitalismo, observamos que, en un primer momento, con el desarrollo -- del mercantilismo, la iglesia es la institución encargada de integrar orgánicamente a la sociedad. Dicha conformación histórica se estructura alrededor de los intereses de las clases terratenientes que mantienen la sujeción de la fuerza de trabajo servil a las -- grandes extensiones de tierra que se conservan como medios de producción feudales. Frente a esta situación generadora de antagonis

mos de clase, la iglesia construye un sistema de centralización política mediante la implantación de relaciones verticales, por medio de las cuales cada sujeto es relegado a la autoridad central.

De esta manera, "la iglesia se convierte en la institución primera que instala un proceso de homogenización religiosa al proclamar una fe que articulaba el individualismo con la sumisión -- ciega a la jerarquía. Concepción que minaba, que venía a destruir las solidaridades tradicionales en que estaba basada la cultura popular, las de la familia, de clan, etc. Así, todas las viejas relaciones son substituidas por una relación vertical, la que une cada cristiano a la divinidad por intermedio de la jerarquía eclesiástica". (24)

Con ello, la iglesia se ubica como el principal aparato hegemónico del momento que dirige a la sociedad medieval y colonial, mediante su red de educación clerical.

Sin embargo, esta situación no se conserva permanentemente, pues en un segundo momento, en la fase premonopolista, la evolución de las fuerzas productivas y de otros procesos de organización social, obligan a que los bastiones culturales del aparato religioso sean gradualmente desplazados como centros hegemónicos a un plano accesorio, por la emergencia de los modernos aparatos escolares. "Es más, puede decirse que el relajamiento de las relaciones familiares y la secularización general de la sociedad, debilitaron el poder ideológico y la función socializadora de la familia y la iglesia, desde los inicios mismos del capitalismo. De ahí, la insistencia con que se ha redundado que la pareja iglesia-familia ha sido reemplazada por la propia pareja escuela-familia.

(25)

En esta forma, la escuela emerge como el nuevo núcleo hegemónico que difunde e impone las modernas formaciones de conciencia que requiere el funcionamiento del nuevo proceso de producción y organización capitalista en las ciudades. Por consiguiente, en esta época la dinámica de la sociedad civil localiza su epicentro de acción ideológica en los aparatos pedagógicos, desde los cuales se influye sobre el resto de los aparatos de hegemonía.

Finalmente, en un tercer momento del desarrollo capitalista, en la fase monopolista o de industrialización avanzada, el nuevo desarrollo acelerado de las fuerzas productivas, el incremento -- del analfabetismo funcional, la ampliación del mercado mundial, el aumento de la población, el rápido avance de los procesos de urbanización, la descomposición de las estructuras agrarias tradicionales, y el gran avance de la revolución tecnológica, especialmente de carácter electrónico, provocan el surgimiento de un nuevo cambio radical en el ordenamiento jerárquico que ocupan los aparatos de hegemonía. Así, aparece una nueva mutación cultural que ocasiona que la escuela sea desplazada como el principal brazo del estado que contribuye a reproducir ideológicamente las condiciones sociales de producción, y paulatinamente, los medios de comunicación emergen como los nuevos aparatos de hegemonía dominante que, prioritariamente, modelan y dirigen a la sociedad civil. (26)

De esta manera, la presencia de las tecnologías de información redefinen los roles fundamentales que ejerce el sistema de enseñanza y otros aparatos de hegemonía tradicional, substituyéndolos, desplazándolos y complementándolos, especialmente, a aquellos que se encuentran en crisis institucional y social.

A partir de esta fase, las tecnologías de información se convierten en los principales aparatos de consenso, por que a través de estos se produce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana, sobre los individuos, que gradualmente reubica y reemplaza el sólido lugar estructural, que hasta el momento, ocupa el tradicional sistema de educación formal que lentamente construye la escuela. Así, emerge una nueva "escuela electrónica" que educa cotidianamente a los individuos de forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal. (27) Este proceso pedagógico se caracteriza por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en discursos culturales, los cuales a su vez se traducen en valores históricos, que cristalizan en concepciones del mundo, los que se expresan como sentidos comunes, de los cuales se derivan actitudes y conductas, que a largo plazo se convierten en posiciones políticas, que producen, para cada coyuntura específica, un determinado proyecto de transformación de la naturaleza y de la sociedad.

En esta forma, la construcción de la conciencia en el quehacer cotidiano y en el tiempo libre de los individuos y de las organizaciones sociales, queda fuertemente determinado por este nuevo proceso de educación cotidiana que surge a la par de cada nueva tecnología de información que aparece.

De esta manera, aunque desde los orígenes del capitalismo los medios de comunicación ya se encuentran inmersos, en un plano secundario y terciario, en la estructura de la sociedad civil desempeñando distintas funciones ideológicas suplentes según lo exigen las distintas necesidades de cada fase histórica por la que atra-

viesan; es hasta principios del siglo XX que la evolución tecnológica de estos, reestructura el interior de la esfera cultural de la sociedad y se instalan como los principales aparatos del consenso.

Así, se explica que, en la fase mercantilista (1500-1600) en la que se requiere capacitar masivamente a la inmensa fuerza de trabajo emergente para que se adapte al nuevo proceso industrial que la somete, el capital emplea colateralmente a la prensa manual como instrumento de alfabetización masiva del sector trabajador, y con ello homogeniza su preparación y rendimiento en función a las demandas que impone la maquinización del proceso productivo: enseña a leer y a escribir al proletariado y a efectuar las operaciones básicas que se emplean en la producción.

En la fase premonopolista (1600-1800) en la que se lucha por conquistar y saturar los mercados locales, y en la que se sustituye la producción colectiva en factorías, el capital desarrolla la prensa mecánica movida por vapor y carbón para uniformar la ideología del sector trabajador, y asegurar así las condiciones subjetivas de su futura expansión mundial. En la fase monopolística y colonialista (1850-1920), en la que la economía capitalista se reproduce a escala ampliada mediante la captación de nuevas zonas de suministro de materias primas, y a través del control de nuevos mercados internacionales; el capital dispone de la prensa telegráfica y del teléfono para conectar la dinámica de su proceso productivo con las principales regiones de aprovisionamiento y desarrollo del capitalismo mundial: se divide y reparte el mundo por zonas de información útiles para la producción de los grandes

monopolios; se crea la cultura de masas; se estandarizan las noticias, las fotografías, los editoriales y el estilo de difusión de la información con fines comerciales; en una palabra, se uniformiza la conciencia colectiva con objeto de armonizar el consumo del mercado mundial. (28) Por último, en la fase transnacional (1920-1980) donde el capitalismo se encuentra altamente desarrollado, - las exigencias estructurales de adaptación permanente a las nuevas condiciones materiales de vida por las que atraviesa la base material de la sociedad, obligan a que los viejos aparatos ideológicos (escuela, familia e iglesia), sean reemplazados del ejercicio de la función hegemónica central, para delegarla a los medios de comunicación de masas.

Esta nueva mutación superestructural, no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como son la escuela, la iglesia, la familia y otros más, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias, sino que continuen permaneciendo y colaborando en la construcción del tejido hegemónico, pero de manera reestructurada en planos secundarios o terciarios. De esta manera la conversión de un aparato ideológico o sistemas de aparatos como instancias dirigentes, no excluye, en ningún momento, la participación cultural del resto de aparatos hegemónicos secundarios, que también contribuyen a afianzar el consenso local, regional o nacional, en otras áreas más particulares, donde no penetra la tarea global de los primeros.

Ello quiere decir, que la hegemonía no se produce por la acción de un sólo aparato cultural, sino con el apoyo de un sistema complejo y amalgamado de instituciones y redes ideológicas propias

de esa formación social ó heredadas del modo de producción anterior, que determinan y modelan la conciencia y los hábitos de los individuos. Por lo tanto, la hegemonía permite la presencia de -- múltiples acciones culturales secundarias, y se basa en el conjunto de sedimentaciones ideológicas diferenciadas que producen estas, para modelarlas y refuncionalizarlas, a través del aparato ideológico principal, con objeto de construir una nueva relación consensual más amplia, más uniforme y más internalizada, que conduzca a la sociedad por los cauces que impone su proyecto geoeconómico de desarrollo social.

En este sentido, al indicar que en la fase avanzada del modo de producción capitalista los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información, se han convertido en los principales aparatos de hegemonía, no queremos privilegiar miope y arbitrariamente al aparato de información en detrimento o negación del funcionamiento de otros aparatos secundarios, sino simplemente señalar que los primeros desempeñan las funciones de punta o vanguardia cultural de la sociedad industrializada. Es decir, en la etapa del desarrollo trasnacional, los medios de comunicación --- ejercen una tarea cultural "dominante", no en el simple sentido de ser instrumentos al servicio de la clase dominante, sino en el sentido de ser las instituciones que construyen la principal conciencia colectiva que relaciona a los individuos con la realidad. Los medios, simplemente, recogen las tendencias culturales fundamentales de la sociedad y las amplifican proyectándolas de forma masiva como los referentes básicos de vinculación de los individuos con su sociedad.

En otros términos, a partir de las nuevas facultades mate--

riales que conquistan los aparatos de comunicación como modernas tecnologías culturales, se da un deslizamiento de las principales funciones ideológicas orgánicas de los viejos aparatos de consenso, hacia los nuevos medios de comunicación. Así, las principales leyes de articulación de la sociedad, como son la ley del mercado, la ley de realización del capital, la ley de dirección política, la ley de reproducción mental del sistema, la ley de cristalización de la hegemonía, etc., trasladan su foco central de realización del aparato escolar y eclesiástico, al aparato de la cultura de masas.

Pero ésto, no significa de ninguna forma que sean medios culturalmente "determinantes", esto es, que subordinen avallasadoramente todo tipo de conciencias con la información que distribuyen. Toda visión del mundo que transmiten los aparatos de comunicación, siempre es filtrada por la posición de clase, el grado de cultura, la situación económica, el origen étnico, la vida cotidiana, el equilibrio afectivo, etc., de cada persona que lo recibe. Este es en realidad el aspecto "determinante" del proceso de formación de la hegemonía.

Este aspecto, encierra dos caras del fenómeno. Por una parte, que los medios de difusión de masas se han convertido en los aparatos más capaces para crear las ideologías orgánicas más globales que articulan a los distintos grupos sociales: tejido hegemónico transclasista. Estas ideologías circulan en la mayor cobertura, con alta rapidez y con incidencia permanente sobre las conciencias, produciendo un flujo hegemónico constante que vincula a los individuos con las realidades más amplias de la sociedad. Por

otra, que los aparatos ideológicos secundarios producen las ideologías más locales que articulan más cercanamente a los individuos con sus raíces, tradiciones e historia familiar: tejido hegemónico localista. Dichas ideologías transitan en cortos radios de acción, de manera más lenta y con menos constancia sobre la conciencia de los hombres, relacionándolos con experiencias más restringidas y -proximas a ellos. De esta manera, los aparatos ideológicos secundarios continúan realizando sus funciones culturales propias, pero dentro del nuevo entorno ideológico que han producido los medios de comunicación.

En esta forma, desde la fase de la industrialización, el estado capitalista sufre una reconversión en las modalidades como realiza sus tareas hegemónicas. La escuela es reemplazada como el aparato que produce la vanguardia ideológica y los medios de comunicación ascienden como los nuevos intelectuales orgánicos de la sociedad industrial. Por ello, los modelos culturales básicos que organizan y conducen a la sociedad contemporánea, ya no nacen fundamentalmente de la escuela, sino del complejo aparato de la cultura de masas.

Por consiguiente, si bien son correctos los diagnósticos de Antonio Gramsci y José Carlos Mariátegui sobre la función que desempeña la escuela como punta hegemónica en los años 20's (29), - para la década 70-80 los planteamientos althusserianos que nuevamente sitúan al sistema pedagógico como la vanguardia institucional productora del consenso, son profundamente incorrectos. (30) Esto debido, a que en el transcurso de estos 50 años, los soportes materiales que sustentan el proceso de producción, distribu-

ción e inculcación de la ideología, han evolucionado y se han -- transformado drásticamente a partir de la introducción de la elec trónica en el campo cultural. Ello ha modificado sustancialmente la forma actual de producir la ideología y el consenso, y por lo tanto, la estructura y potencial del Estado ampliado.

Pensar lo contrario, es decir, afirmar que en la actualidad el aparato escolar sigue siendo el principal soporte cultural del proyecto de legitimación y conducción del Estado capitalista moder no, es encerrarse nuevamente en un anacronismo histórico, que -- transplanta rígida y mecánicamente, las particularidades de la su perestructura ideológica de la fase del capitalismo premonopolis ta, a la superestructura de conciencia de la etapa del capitalis mo 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 re- funcionalizados sustancialmente, por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas. Es imaginar que el Estado - capitalista nacional y multinacional ha seguido enfrentando sus constantes crisis de legitimación, de subconsumo, de acumulación, de reproducción de la calificación de fuerzas de trabajo, de di- rección política, de pauperización del proletariado, de crecien te desempleo, etc; con la mismas técnicas y estrategias consensua les que fueron empleadas a principios de siglo, sin generar nue- vos espacios y herramientas ideológicas de construcción de la he gemonía.

En suma, adoptar los postulados althusserianos para explicar

el proceso contemporáneo de producción de las crestas del consenso, es reincidir en un desfase teórico e histórico que niega el desarrollo cualitativo (especialmente tecnológico), y cuantitativo de los soportes ideológicos y su resonancia cultural en la esfera de conciencia del capitalismo avanzado. Anacrónismo conceptual, que en el fondo, llevado a sus últimas consecuencias, afirma que la estructura y dinámica de la sociedad civil capitalista del período 1970-1980, mantiene la misma conformación y movimiento de la sociedad civil de la década 1910-1920. Situación que desemboca en una perspectiva lineal y acrítica sobre la operación de los soportes culturales; que a su vez, provoca una desviación política que impide progresar en la labor estratégica de precisar qué aparato de hegemonía desempeña la función dominante al interior de la sociedad civil. Se obstruye, por lo tanto, el conocimiento correcto del bastión ideológico que ejerce la vanguardia -- cultural en el proceso de cohesión y dirección de la sociedad contemporánea.

En consecuencia, podemos decir que en la historia presente, tanto en las zonas del capitalismo central como en las áreas del capitalismo periférico, especialmente de occidente (31), los aparatos de mayor potencial socializador para realizar y consolidar cotidianamente al bloque histórico dirigente, en función a las necesidades de existencia, reproducción y transformación que presenta el capital en sus diversas coyunturas de desarrollo, no son -- los aparatos ideológicos escolares, sino los medios dominantes de difusión masivos (cine y prensa); y muy en especial, los medios -- electrónicos de transmisión colectiva (T.V., radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

II.- LA EXPANSION MUNDIAL DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION.

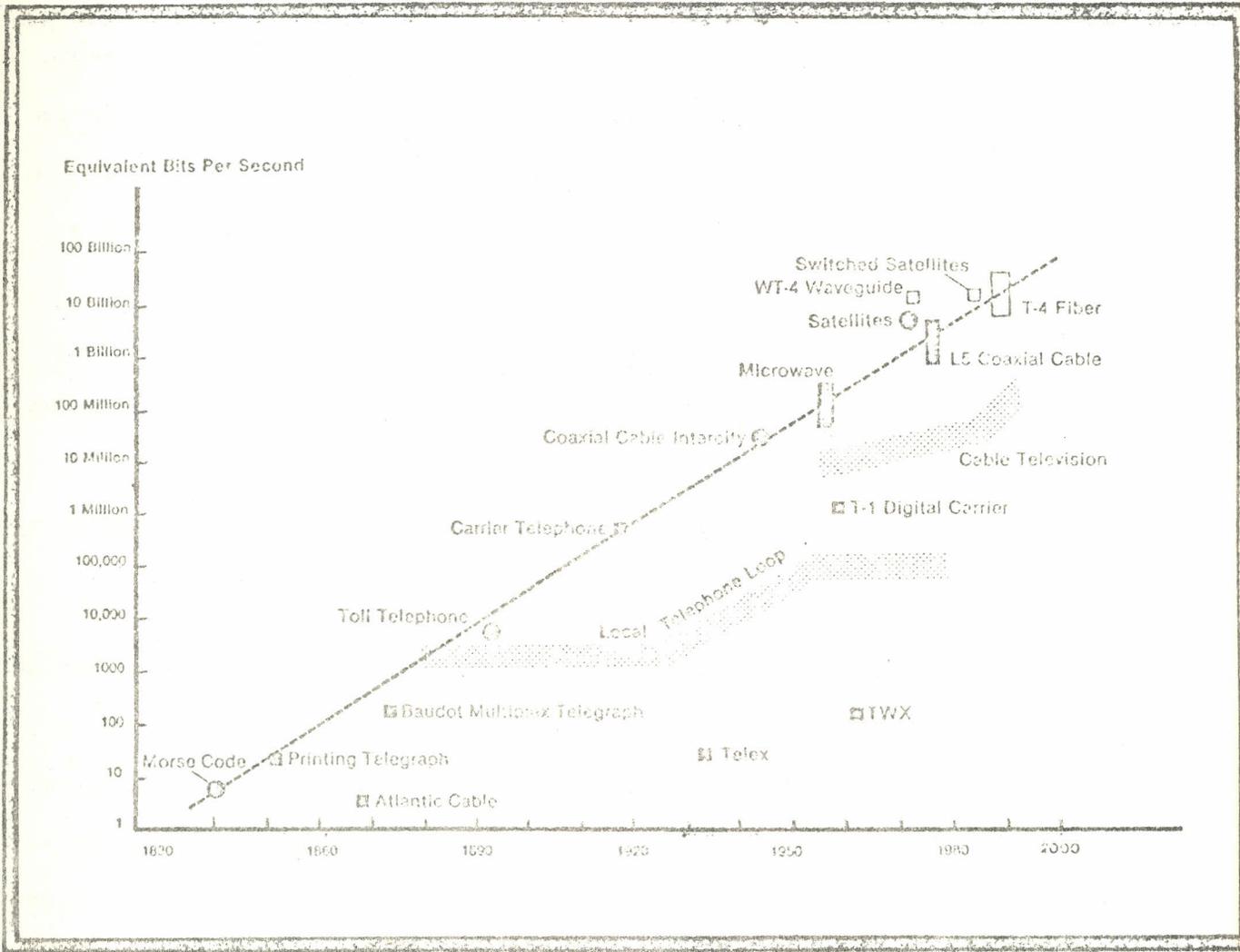
El desarrollo de los medios masivos de comunicación y de las nuevas tecnologías de información se expande en poco más de un si glo a partir de la maduración de la prensa de amplia circulación, y cada uno de ellos experimenta una curva de crecimiento de rápido ascenso, expandiéndose con mayor velocidad que su predecesor, especialmente los de introducción electrónica más reciente. De es ta manera, por ejemplo, la distancia que separa la invención de la clave morse en 1840, de la innovación del telégrafo impresor en 1854, es mucho mayor que el tiempo que separa en la actualidad la introducción del transbordador espacial Columbia en febrero de -- 1983, de la aparición del siguiente satélite Challenger a media dos del mismo año, o de la moderna computadora Nairi de la 4a. - generación, o del próximo mini-transmisor electrónico para máquinas inteligentes (Cuadro No. 2). (32)

De igual forma, la evolución de la tecnología de comunicación electrónica (correo, telégrafo, teléfono, etc.), progresa tan ver tiginosamente que de 1800 a 1975, dicha variable tiende a superar históricamente la rapidez con que se han desarrollado el uso de -- otras ramas de las comunicaciones materiales como son el intercam bio marítimo, terrestre, aéreo, etc. (Cuadro No. 3). (33)

Incluso, es fundamental reconocer que no sólo se han expandi do las tecnologías de comunicación, sino sobretudo la información que éstos transmiten. Así, por ejemplo, en el caso japonés consta tamos que comparando el crecimiento del volumen de información su ministrada a la sociedad, frente al desarrollo de la población de

CUADRO NO. 2

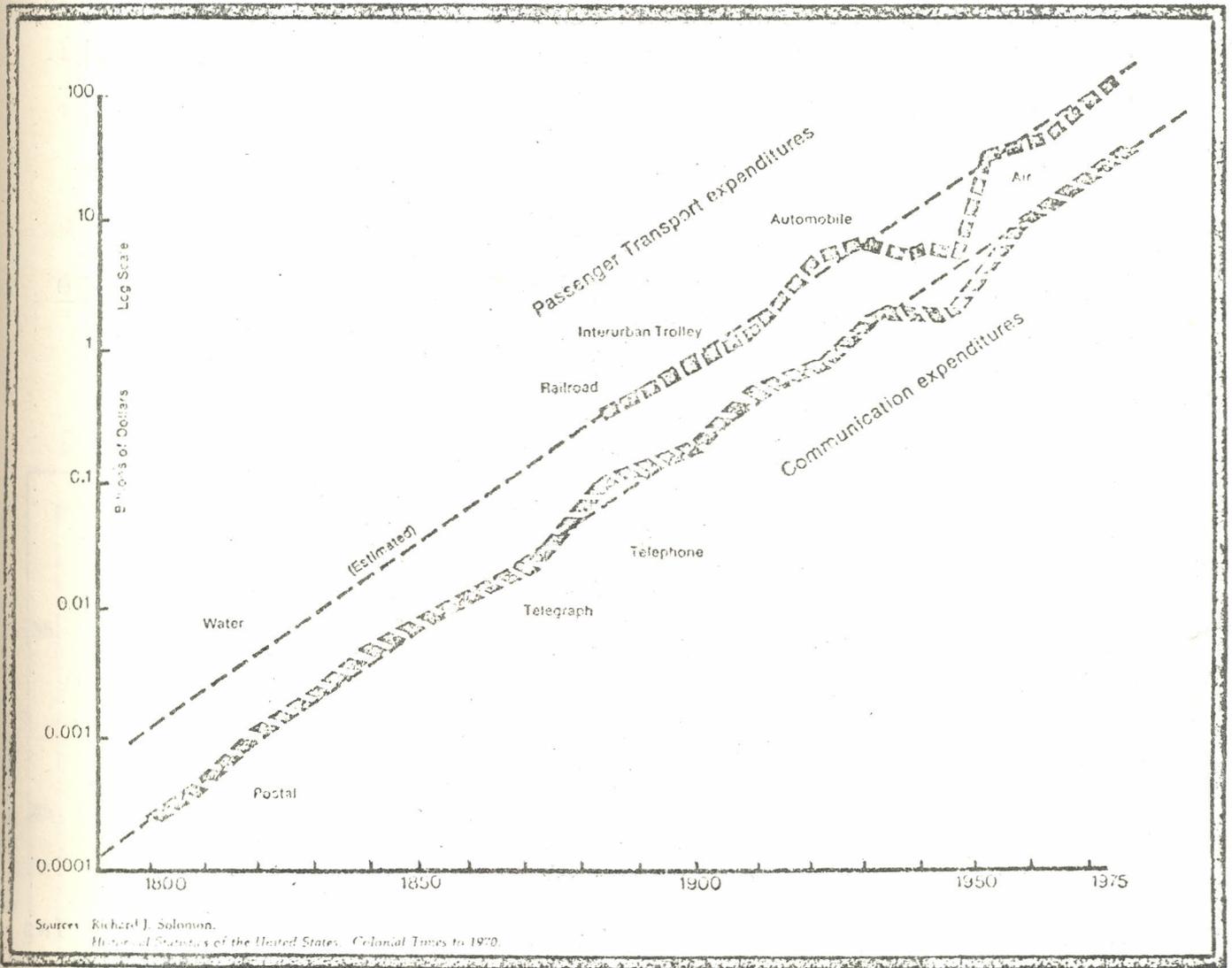
SECUENCIA DE INVENCIONES EN TELECOMUNICACIONES DE 1840 AL AÑO 2000.



CUADRO NO. 3

COMPARACION ENTRE LA COMUNICACION DE PASAJEROS POR TRANSPORTES Y
EL USO DE LAS COMUNICACIONES POR MEDIOS ELECTRONICOS EN LOS ESTA-
DOS UNIDOS DE 1800 A 1975.

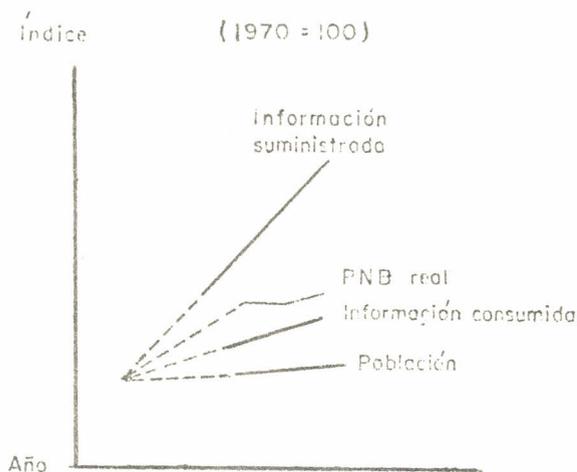
(Ventas en dólares)



1970 a 1975, esta primera aumenta 10 veces más que la segunda. Es decir, durante este período de tiempo, la población creció solamente en un 7%, al paso que el volúmen de la información producida (que procedía de 34 categorías de comunicación o información --- transmitida por diversos portadores, en particular el correo, el teléfono, la informática, la televisión, los centros docentes y los libros), aumentó casi en un 70%. Estas cifras indican también que el volúmen de información creció más rápidamente que el Producto Nacional Bruto real (PNB). (Cuadro No. 4). (34)

CUADRO NO. 4

GRADO DE EXPANSION DE LA INFORMACION, LA POBLACION Y EL PRODUCTO NACIONAL BRUTO EN JAPON DE 1970 A 1975



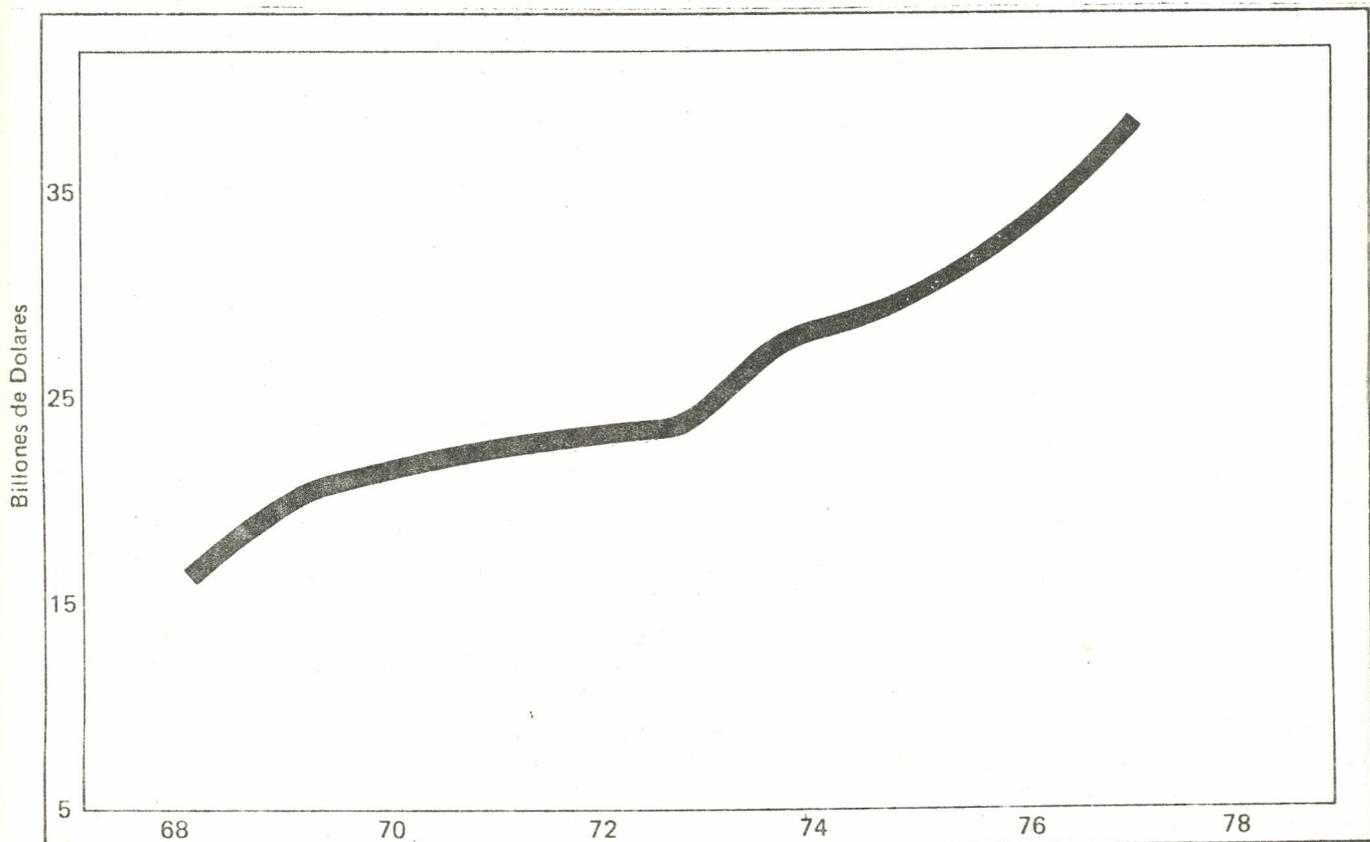
NOTA: Se trata de la información correspondiente a 34 categorías de comunicación.

FUENTE: Report on Present State of Communications in Japan, 1977, Ministerio de Correos y Telecomunicaciones del Japón. Look Japan, Ltd.

Paralelamente a este exceso de sobre oferta informativa que genera esta nueva etapa del desarrollo capitalista, la sociedad avanzada entra en una nueva etapa de consumo cultural. Así, respondiendo al principio económico que señala que todo incremento provocado en el proceso de producción afecta proporcionalmente al proceso de distribución y al consumo, los ciudadanos entran en un nuevo ciclo de rápida y abundante asimilación ideológica que marca el arribo a una nueva fase cultural de la historia capitalista. Esto se confirma con la aparición de los nuevos hábitos culturales de los países industrializados, pero en especial, en el caso de los E.U.A. donde de 1968 a 1977, el consumo de medios de comunicación se incrementa en más del 29%. (Cuadro No. 5)

CUADRO NO. 5

CONSUMO NORTEAMERICANO DE MEDIOS DE COMUNICACION DE 1968 A 1977.



FUENTE: Journal of Communications, Winter, 1980.

Este crecimiento de la economía de la información no sólo se constata en el capitalismo central, sino también en la periferia con otras proporciones. Este es el caso de México, en donde la rama de las comunicaciones ha sido la actividad más dinámica de la economía nacional en los últimos diez años. Esto es, en este período dicha actividad ha crecido a tasas promedio del 15% anual, alcanzando una acelerada evolución tecnológica. De esta forma, -- por ejemplo, la disponibilidad de papel periódico (producción más importaciones) crece a una tasa media anual de 5.9% entre 1961 y 1965 y de 1966 a 1970 aumenta a un ritmo más dinámico de 15.4% -- anual. Respecto a la radio y la televisión de 1940 a 1976 se observa un incremento notable que multiplica por siete el número de estaciones radiodifusoras, y provoca que, para principios de la década anterior México se coloque entre los diez primeros lugares internacionales con mayor cantidad de receptores de radio y televisión. Incluso, nada hace suponer que la actual crisis económica por la que atraviesa el país, que hará decrecer el conjunto de la economía en 1983 hasta en un 3%, haga decrecer el negocio televisivo, por el contrario la actividad del consorcio televisivo privado, e incluso -parcialmente- de la televisión gubernamental, -- hacen suponer que se sostendrá el éxito del medio de comunicación.

Por ello, este renglón se ha convertido en un insumo indispensable en el desarrollo de prácticamente todas las ramas de la actividad económica y social del país, aunque, en términos generales, sólo haya contribuido con el 1.5% a la elaboración del producto interno bruto (PIB) en los últimos años. Con mayor razón se confirma lo anterior para 1978 cuando observamos que la participa

ción de las actividades de comunicación social en el PIB total, -- conservadoramente es de 1.86%, cuando en este mismo período la industria química (petróleo y derivados) participó con el .88%; la extracción de petróleo y gas natural con el 2.08% y la electricidad con el 1.04%. (35)

Debido a esta marcada tendencia de desarrollo acelerado que imponen los medios electrónicos, éstos alcanzan un rápido ascenso penetrando en todos los espacios del tejido cultural de la sociedad capitalista premonopólica incipiente. Así de 1950 a 1975, la prensa obtiene un crecimiento mundial del 77%, la radio de 417 y la T.V. de 3,235% (Cuadro no. 6). Para el período de 1960 a 1975, este aumento se intensifica, alcanzando la prensa una expansión del 5% en su tirada cotidiana, la radio en 95% en su cobertura de receptores y la T.V. en 185% en su sector de influencia hogareña (Cuadro no. 7 y no. 8).

CUADRO NO. 6

CRECIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE 1950 a 1975

	Porcentaje
LIBROS (número de títulos al año)	+ 111
PRENSA (diarios:número de ejemplares)	+ 77
RADIO (número de receptores)	+ 417
TELEVISION (número de receptores)	+ 3235

Anuario estadístico de la UNESCO, 1977.

	<u>Porcentaje</u>
Población total mundial	+ 33
Libros (Títulos publicados al año por cada millón de habitantes)	+ 30
Diarios (tirada por cada mil habitantes)	+ 5
Radiodifusión (número de receptores por cada mil habitantes)	+ 95
Televisión (número de receptores por cada mil habitantes)	+ 185

Anuario estadístico de la UNESCO, 1977.

NOTA: Procede señalar que en este capítulo se han utilizado dos definiciones regionales según la interpretación de la UNESCO, a saber: el norte de América y América del Norte.

La primera comprende las Bermudas, el Canadá, los Estados Unidos de América, Groenlandia y San Pedro y Miquelón. Se agrupa así a estos países cuando es necesario tener sobre todo en cuenta la semejanza de su nivel de desarrollo.

La segunda expresión -América del Norte- comprende un conjunto geográfico de países más numerosos, que tienen diferentes niveles de desarrollo: Antigua, Antillas Neerlandesas, Bahamas, Belice, Bermudas, Islas Caimanes, Canadá, Costa Rica, Cuba, Dominica, República Dominicana, El Salvador, Estados Unidos de América, Granada, Groenlandia, Guadalupe, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Martinica, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, San Cristobal, Nieves y Anguila, Santa Lucía, San Pedro y Miguelón, San Vicente, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos, Islas Vírgenes.

DESARROLLO MUNDIAL DEL CONJUNTO DE MEDIOS DE COMUNICACION HASTA 1977

REGION	% de la población mundial.	Distribución % de los títulos de libros publicados.	Consumo de papel de imprenta y de escribir por habitante (kg. al año).	Tirada de diarios por cada 1000 habitantes.	Distribución % de los diarios.	Plazas de cine por cada 1000 habitantes.	Distribución % de los receptores de radio.	Distribución % de los transmisores de T.V.
Africa (excluidos los Estados árabes).	9.9	1.4	0.9	1.3	1.0	4.0	1.9	0.7
América del Norte	7.5	15.4	66.9	28.1	16.2	52.0	44.9	13.4
América Latina	10.5	5.2	4.3	7.0	5.6	22.0	8.8	2
Asia (excluidos los Estados Arabes).	43.8	16.4	2.6	6.5	21.8	8.6	11.2	27.3
Estados Arabes.	4.5	45.6	1.5	2.0	0.7	7.4	1.9	
Europa	15.0	0.8	23.2	24.3	28.2	39.0	16.5	49.5
Oceanía	8.1	14.2	11.0	30.5	1.7	30.0	1.5	1.3
URSS	8.1	14.2	4.9	39.6	24.8	98.0	13.3	5.6
Promedio Mundial			9.0	13.0		25.0		

Británicas. Islas Vírgenes Norteamericanas y zona del Canal de Panamá. Se ha aplicado la expresión "América Latina" al resto del continente, esto es, excluidos los países de América del Norte.

Excluidas China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista de Viet Nam.

FUENTE: Elaborado con información del Anuario Estadístico de la -- UNESCO, 1977 y La Industria Cultural en América Latina, --- CEESTEM, Obra cit, p. 261.

Sin embargo, el crecimiento acelerado de las categorías in--formativas frente a otras variables sociales en las naciones alta--mente desarrolladas, no es homogéneo, sino que tiende a marcar su punta de avance en las áreas derivadas de la industria electróni--ca. Es decir, no son todas las actividades informativas como el --telégrafo, el correo, los diarios, etc., los que mantienen un in--cremento vertiginoso frente a otros niveles del desarrollo social, sino que los que más se expanden son aquellos que están cimenta--dos en las ramas de la electrónica más desarrollada como son el --teléfono, la radio o la T.V. Esta realidad la podemos comprobar --en los E.U.A., donde de 1955 a 1965 las adquisiciones de radio y televisión, aumentan en un 48% y 64% respectivamente; mientras --que el consumo del telégrafo y de los diarios, decrecen en un -- -43% y- 8% respectivamente. (Cuadro No. 9). (36)

De esta forma, la prensa, el cine, la radio, la televisión, el cablevisión y otras nuevas tecnologías de comunicación, se expanden con enorme velocidad sobre la superestructura cultural de

CUADRO NO. 9

CONSUMO DE MEDIOS DE INFORMACION POR LOS SECTORES NO INSTRUIDOS -
NORTEAMERICANOS DE 1955 A 1965

MEDIOS	CAMBIO PORCENTUAL PER CAPITA
Telegramas enviados	- 43%
Diarios comprados	- 8%
Correspondencia aérea y de primera clase enviada.	+ 14%
Promedio de llamadas telefónicas diarias	+ 47%
Receptores de radio en uso	+ 48%
Receptores de T.V.	+ 64%
Promedio de horas por día de uso de receptores de T.V.	+ 84%

las sociedades modernas, cubriendo y transformando cada una de ellas distintas áreas de la sociedad civil.

B. - EL DESARROLLO DE LA PRENSA

En cuanto a la prensa, encontramos que esta surge con la imprenta de Johan Gutenberg en Inglaterra en 1454, y después se perfecciona y expande como tecnología de impresos hasta dar origen en Nueva York en 1833 al primer periódico de masas de difusión rápida, rentable y colectiva. Dicho progreso técnico prende tan rápido que cada vez es menor el tiempo que transcurre entre la invención de la primera imprenta mecánica y sus derivados técnicos inmediatos, que entre la introducción de la más reciente máquina impresora y las últimas innovaciones tipográficas. Así, la historia de la conversión de la palabra escrita en su reproducción --

impresa desde 1454 hasta 1967, puede resumirse en el siguiente es-
 quema de tiempos de transformación histórica de las máquinas de -
 impresión (Cuadro No. 10). (37). En gran parte, la dinámica de es-
 te fenómeno está provocada porque la generación de cada invento -
 fundamental lleva en sí el germen de la proliferación de nuevos -
 avances técnicos. Esto significa, que cada aportación técnica en-
 cierra en sí misma el embrión de su superación material.

CUADRO NO. 10

TIEMPOS DE TRANSFORMACION TECNOLOGICA DE LA PRENSA.

FECHA DE APARICION	LINEAS POR MINUTO	AÑOS REQUERIDOS PARA EL NACIMIEN TO DE LA NUEVA TECNICA.
1454	1.0	
1886	4.9	432
1932	5.6	46
1960	14.0	28
1964	80.0	4
1966	1 800.0	2
1967	15 000.0	1

De esta forma, la prensa evoluciona vertiginosamente pene---
 trando en los espacios culturales de todas las sociedades y cubre
 rápidamente todos los rincones del planeta. Así, de 1961 a 1978 -
 las estadísticas mundiales demuestran que la irradiación de la --
 prensa alcanza un importante avance en cuanto a número de diarios
 producidos, grado de circulación nacional y porcentaje de penetra-
 ción por cada mil habitantes. (Cuadro No. 11). (38)

CUADRO NO. 11

EVOLUCION MUNDIAL DE LA PRENSA DE 1965 A 1979

AÑO	NO.	CIRCULACION (millones)	CIRCULACION (por 1000 habi- tantes).
1961	=	=	=
1962	=	=	=
1963	8.100	312	97
1964	8.100	328	102
1965	8.000	341	104
1966	8.050	348	104
1967	7.980	359	105
1968	=	=	=
1969	7.680	365	130
1970	7.850	351	133
1971	8.050	389	133
1972	7.900	390	134
1973	8.112	396	134
1974	8.100	395	129
1975	7.900	400	130
1976	7.900	408	175
1977	8.210	443	136
1978	8.210	443	136
1979	8.240	453	134

Fuente: Elaborado en el Depto. de Estudios de la Comunica-
ción. Centro de Estudios Económicos, Políticos y So-
ciales del Tercer Mundo (CEESTEM). Datos de UNESCO
Statistical Yearbook 1963-1965-1968-1970-1975-1978-
1980-1981

Simplemente, por ejemplo, en el caso de los E.U.A. de 1900 a
1976 se nota un crecimiento sustancial de la prensa diaria, matu-

ina, vespertina y semanal. Los únicos períodos de excepción en los que la prensa no crece, aparecen en la depresión de 1929 y en la recesión económica de 1974-1975. El resto de los decenios son de una clara expansión acelerada. (Cuadro No. 12). (39)

Dentro de este marco de desarrollo de la prensa, en poco tiempo, los principales periódicos de cada nación alcanzan una gran cobertura informativa. Así, por ejemplo, para 1971 existen 11 diarios en el mundo que obtienen el mayor tiraje mundial, rebasando los anteriores radios de influencia cultural que ha conquistado la prensa internacional (Cuadro No. 13). (40)

CUADRO NO. 13

TIRADA DE LOS MAYORES DIARIOS DEL MUNDO EN 1971

Cabeceras	Tirada
1. La Pravda (URSS)	9.600.000
2. Les Izvestia (URSS)	8.000.000
3. Asahi Shimbun (Japón)	6.800.046
4. Yomiuri Shimbun (Japón)	5.799.000
5. Mainichi Shimbun (Japón)	4.697.600
6. Daily Mirror (Gran Bretaña)	4.388.446
7. Bildzeitung (Alemania)	3.651.647
8. Daily Express (Gran Bretaña)	3.390.049
9. The Sun (Gran Bretaña)	2.501.916
10. The New York Daily News (USA)	2.129.000
11. Le Quotidien Du Peuple (China)	2.000.000

La URSS, Japón, Gran Bretaña monopolizan los primeros lugares, pues sus diarios tienen una difusión nacional. Con una población superior a la de Gran Bretaña, Alemania Federal sólo posee un diario nacional.

CIRCULACION TOTAL DE LA PRENSA DIARIA, SEMANAL Y DE OTROS TIPOS EN LOS E.U.A. DE 1940 A 1976.

(en millones)

AÑOS	PERIODICOS DIARIOS (CENSO DE PRODUCCION).	PERIODICOS DIARIOS (EDITORES Y REDACTORES)	DIARIOS MATUTINOS (EDITORES Y REDACTORES).	DIARIOS VESPERTINOS. (EDITORES Y REDACTORES).	DIARIOS DOMINICALES (EDITORES Y REDACTORES).	DIARIOS DOMINICALES (CENSO DE PRODUCCION).	DIARIOS SEMANALES (CENSO DE PRODUCCION).	TODOS LOS PERIODICOS RESTANTES (CENSO DE PRODUCCION)	TOTAL DE TODOS LOS PERIODICOS NORTEAMERICANOS (CENSO DE PRODUCCION).
1900	15.102 ^a	--	--	--	--	N/A	N/A	N/A	N/A
1904	19.633	--	--	--	--	12.022	18.809	N/A	50.464 ^b
1909	24.212	--	--	--	--	13,347	20.946	N/A	58.505 ^b
1914	28.777	--	--	--	--	16.480	21.851	N/A	67.108 ^b
1919	33.029	--	--	--	--	19.369	20,741	N/A	73.159 ^b
1920	--	27,791	N/A	N/A	17,084	--	--	--	--
1921	33.742	28,424	10.144	18.279	19.041	20.853	20.816	N/A	75.411 ^b
1922	--	29.780	10.810	18.898	19.713	--	--	--	--
1923	35.471	31.454	11.475	19.979	21.463	24.512	16.425	N/A	76.408 ^b
1924	--	32.999	12.365	20.634	22.220	--	--	--	--
1925	37407	33.739	12.440	21.299	23.355	25.630	15.990	1.678	80.705
1926	--	36.002	13.336	22.666	24.435	--	--	--	--
1927	41.368	37.967	14.146	23.827	25.469	27.696	16.879	1.674	87.617
1928	--	37.973	14.449	24.477	26.880	29.012	18.884	1.867	91.778
1930	--	39.589	14.434	25.155	26.413	--	--	--	--
1931	41.294	38.761	14.343	24.418	25.702	27.453	16.173	1.537	86.457
1932	--	36.408	13.700	22.700	24.860	--	--	--	--
1933	37.630	35.175	13.200	22.000	24.041	25.454	12.048	1.166	76.298
1934	--	36.709	14.000	22.700	26.545	--	--	--	--
1935	40.871	38.156	14.400	23.700	28.147	29.196	15.185	1.844	87.096
1936	--	40.292	15.300	25.000	29.962	--	--	--	--
1937	43.345	41.419	15.900	25.500	30.957	32.713	17.287	1.951	95.296
1938	--	39.572	15.100	24.500	30.481	--	--	--	--
1939	42.966	39.671	15.500	24.200	31.519	31.519	18.295	2.209	96.477
1940	--	41.132	16.114	25.018	32.371	--	--	--	--
1941	--	42.080	16.519	25.561	33.436	--	--	--	--

CUADRO NO. 12

(continuación)

AÑOS	PERIODICOS DIARIOS (CEN- SO DE PRO- DUCCION).	PERIODICOS DIARIOS (EDI- TORES Y RE- DACTORES).	DIARIOS MA- TUTINOS (EDITORES Y REDACTO- RES).	DIARIOS VESPERTI- NOS. (EDI- TORES Y REDACTORES	DIARIOS DOMINICA- LES (EDITO- RES Y RE- DACTORES).	DIARIOS DOMINICA- LES (CENSO DE PRODUC- CION).	DIARIOS SEMANALES (CENSO DE PRODUCCION)	TODOS LOS PERIODICOS RESTANTES (CENSO DE PRODUCCION)	TOTAL DE TO- DOS LOS PE- RIODICOS -- NORTEAMERI- CANOS (CENSO DE PRODUC- CION.
1942	--	43.375	17.111	26.264	35.294	--	--	--	--
1943	--	44.393	17.078	27.315	17.292	--	--	--	--
1944	--	45.955	18.059	27.896	37.946	--	--	--	--
1945	--	48.384	19.240	29.144	39.680	--	--	--	--
1946	--	50.928	20.546	30.382	43.665	--	--	--	--
1947	53.287	51.673	20.762	30.911	45.151	42.736	21.408	2.137	119.568
1948	--	52.285	21.082	31.203	46.308	--	--	--	--
1949	--	52.846	21.005	31.841	46.399	--	--	--	--
1950	--	53.829	21.266	32.563	46.582	--	--	--	--
1951	--	54.018	21.223	32.795	46.279	--	--	--	--
1952	--	53.951	21.160	32.791	46.210	--	--	--	--
1953	--	54.472	21.412	33.060	45.949	--	--	--	--
1954	56.410	55.072	21.705	33.367	46.176	46.350	30.336	3.257	136.353
1955	--	56.147	22.183	33.964	46.448	--	--	--	--
1956	--	57.102	22.492	34.610	47.172	--	--	--	--
1957	--	57.805	23.171	34.635	47.044	--	--	--	--
1958	58.713	57.418	23.161	34.258	46.955	48.262	26.177	3.651	136.803
1959	--	58.300	23.547	34.753	47.848	--	--	--	--
1960	--	58.882	24.029	34.853	47.699	--	--	--	--
1961	--	59.261	24.094	35.167	48.216	--	--	--	--
1962	--	59.849	24.563	35.286	48.888	--	--	--	--
1963	63.831	58.905	23.459	35.446	46.830	51.669	17.500 ^C	3.600 ^C	136.00
1964	--	60.412	24.365	36.048	48.383	--	--	--	--
1965	--	60.358	24.107	36.251	48.600	--	--	--	--
1966	--	61.397	24.806	36.592	49.282	--	--	--	--
1967	66.527	61.561	25.282	36.279	49.224	52.129	N/A	N/A	N/A
1968	--	62.535	25.838	36.697	49.693	--	--	--	--
1969	--	62.060	25.812	36.248	49.675	--	--	--	--
1970	--	62.108	25.934	36.174	49.217	--	--	--	--
1971	--	62.231	26.116	36.115	49.665	--	--	--	--
1972	64.996	62.510	26.078	36.432	49.339	51.945	N/A	N/A	N/A
1973	--	63.147	26.524	36.623	51.717	--	--	--	--

Fuentes: All Census of Manufactures Data: 1900-1967: Historical --
Statistics of the United States. Colonial Times to 1970 --
(1975), p. 810; 1972; 1972 Census of Manufactures All Editor
and Publisher data as follows: Total daily and Sunday News
papers. 1920-1970, and morning and evening newspapers. ---
1940-1970: Historical Statistics of the United States. --
Colonial Times to 1970 (1975)p. 809. Morning and evening -
newspapers, 1921-1931: Willey and Rice (1933), p. 160.
Morning and evening newspapers, 1932-1939: Chapin (1957),
p. 9 Total, morning evening and Sunday newspapers. 1971-
1975: Statistical Abstract of the United States. 1974 and
1976. All 1976 data: 1977 Editor and Publisher Internationa
l Yearbook (1976) p. 21

Nota: a.- Incluye un pequeño número de periódicos; b.- no incluy
e otros periódicos porque no estaban disponibles hasta
1975 y c.- los datos estimados se basan en la cuota del --
año de la suscripción del periódico. Los pequeños periódicos
no fueron reportados en circulación.

De esta forma, para 1977 la tirada mundial de los periódicos
se incrementa y la impresión (*) es de más de 400 millones de ---
ejemplares al día, lo cual supone un aumento de un 20% en 20 años.
La tirada media mundial por cada 1,000 habitantes ha aumentado --
aún más, al pasar de 104 a 130. En total hay unos 8,000 periódicos.
En el plano nacional, Suecia y el Japón disponen del número
más alto de ejemplares de periódicos por cada 1,000 habitantes --
(cerca de 600). Por regiones, figura en cabeza la URSS en lo que
se refiere a la tirada (396 por cada 1,000 habitantes) y América
del Norte en lo tocante al número de periódicos (1,935).(41) (Cuadro No.14)

CUADRO NO. 14

EXPANSION MUNDIAL DE LA PRENSA POR REGIONES EN 1977

REGION	% DE LA PO BLACION -- MUNDIAL.	TIRADA DE DIARIOS POR CADA 1000 HABITANTES.	DISTRIBUCION % DE LOS DIA RIOS.	CONSUMO DE PAPEL DE - IMPRESA Y DE ESCRIBIR POR CADA 1000 HABITANTES.
Africa (excluidos los países árabes)	9.9	1.3	1.0	0.9
América del Norte	7.5	28.1	16.2	66.9
América Latina	10.5	7.0	5.6	4.3
Asia(excluidos los Estados árabes)	43.8	6.5	21.8	2.6
Estados árabes	4.5	2.0	0.7	1.5
Europa	4.5	24.3	28.2	23.2
Oceanía	15.0	30.5	1.7	11.0
URSS	-	39.6	-	4.9

Excluidas China, la República Popular Democrática y Corea y la República Socialista de Viet Nam.

NOTA: Procede señalar que en este capítulo se han utilizado dos definiciones regionales según la interpretación de la UNESCO, a saber: el norte de América y América del Norte.

La primera comprende las Bermudas, el Canadá, los Estados Unidos de América, Groenlandia y San Pedro y Miquelón. Se agrupa así a estos países cuando es necesario tener sobre todo en cuenta la semejanza de su nivel de desarrollo.

La segunda expresión -América del Norte- comprende un con-

junto geográfico de países más numerosos, que tienen diferentes niveles de desarrollo: Antigua, Antillas Neerlandesas, Bahamas, Barbados, Belice, Bermudas, Islas Caimanes, Canadá, Costa Rica, Cuba, Dominica, República Dominicana, El Salvador, Estados Unidos de América, Granada, Groenlandia, Guadalupe, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, Martinica, México, Montserrat, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, San Cristóbal, Nieves y Anguila, Santa Lucía, San Pedro y Miquelón, San Vicente, Trinidad y Tobago, Islas Turcas y Caicos, Islas Vírgenes Británicas, Islas Vírgenes Norteamericanas y Zona del Canal de Panamá. Se ha aplicado la expresión "América Latina" al resto del continente, esto es, excluidos los países de América del Norte.

FUENTE: Elaborado con información de Anuario Estadístico de la UNESCO 1977 y Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit, p. 221-222.

Paralelamente a esta gran madurez gradual que alcanza la prensa como medio de información, emerge, con ligeras variantes decrecientes, una tendencia mundial hacia el consumo ascendente de papel periódico a lo largo de la historia de los diarios, y especialmente, esto se acentua en el período de 1965-1985. Así, por ejemplo, por una parte, los países de economías de mercado desarrollados registran para el período 1965-1974 un aumento importante en el consumo de pasta de celulosa, salvo en 1967 y 1971 cuando se produjo una baja del 1% en cada caso con respecto al año anterior.

En 1966 se produjo un aumento general del consumo de los países desarrollados de un monto de 7% respecto de 1965. Los dos países de América del Norte, Canadá y Estados Unidos de América tuvieron ambos en cada caso aumentos excepcionales para el período, 33% para Canadá y 9.7% para E.U.A. El otro aumento importante para el grupo que de 9% en 1969, con aumentos individuales de 23% para la República Federal de Alemania, de 9.5% para el Reino Unido y de 6.6% para los E.U.A. Desde 1969 la tasa de crecimiento para el grupo no ha sido superior a un 3% y en 1971 fue negativa.

La baja tuvo un cariz aún más dramático en 1975, con una baja de un 12% en el consumo respecto de 1974. Los países más importantes del grupo sufrieron bajas comparativamente grandes, Canadá - 25%, el Reino Unido 24%, los E.U.A. 14%, la República Federal de Alemania 7% y Francia 34%.

La dominancia de los E.U.A. en el grupo de 26 países se verifica por el hecho de que su consumo es aproximadamente igual al de los otros 25 países. De 53.45% en 1965, la parte de los E.U.A. en el consumo del grupo bajó a 50.6% en 1974 y a 49.4% en 1975. La baja del consumo del grupo en 1975 se debe a un 60% a la baja del consumo en los E.U.A. (42) (Cuadro No. 15, No. 16, No. 17 y No. 18).

Por otra parte, el consumo de papel periódico de las economías de mercado en vías de desarrollo que fue de 1.359 millones de toneladas en 1965 aumentó rápidamente hasta alcanzar dos millones de toneladas en 1971. En 1972 el consumo bajó pero volvió a subir de nuevo hasta superar la cifra récord de dos millones de toneladas en 1974.

CONSUMO MUNDIAL DE PAPEL PERIODICO POR REGIONES DE 1965 A 1975

REGION	CONSUMO DE PAPEL DE PERIODICO (miles de toneladas métricas)											
	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	
<u>Economías de mercado Desarrolladas.</u>												
América del Norte desarrollada	8117.9	9024.5	8924.1	9072.4	9622.1	9571.7	9752.0	10161.1	10461.4	10436.0	8892.2	
Europa Occidental desarrollada	4387.5	4644.2	4466.0	4598.6	5202.1	5426.0	5126.0	5383.7	5465.7	5558.7	4842.0	
Oceanía desarrollada	470.2	448.7	469.3	479.8	507.3	544.3	558.0	485.0	554.7	597.2	626.5	
Otros países desarrollados. (Israel, Japón, Sudáfrica).	1311.5	1290.2	1472.4	1742.8	2005.3	2219.4	2191.6	2284.3	2359.9	2409.5	2384.1	
TOTAL	14287.1	15407.9	15331.8	15893.6	17336.8	17761.4	17628.9	18314.1	18841.7	19001.4	16744.6	
<u>Economías de mercado en desarrollo.</u>												
Africa	47.2	59.2	44.5	40.5	44.8	57.3	72.3	67.6	68.6	84.0	84.0	
América Latina	776.9	847.4	857.3	943.9	1040.0	1062.6	959.8	918.5	1025.9	1102.2	1101.9	
Medio Oriente de Agrica	42.3	55.7	48.8	23.2	26.8	36.4	38.8	49.1	31.3	50.3	45.8	
Medio Oriente de Asia	63.2	66.1	80.0	81.2	100.1	49.5	143.9	129.0	124.2	142.4	142.8	
Extreme Oriente (Asia)	429.6	500.8	486.2	575.1	653.3	650.0	790.5	704.2	670.1	715.3	699.7	
Otras economías de mercado en desarrollo	0.2	0.5	0.4	0.7	0.8	1.6	1.4	1.7	1.5	1.3	1.3	
TOTAL	1359.4	1527.7	1517.2	1664.6	1865.8	1857.4	2006.7	1870.1	1921.6	2101.5	2073.5	
<u>Economías de planificación Central.</u>												
Asia*	329.6	345.9	389.3	442.2	429.0	540.7	603.5	653.7	703.7	983.7	983.7	
URSS, Europa	966.4	1048.2	1146.7	1195.7	1256.4	1323.8	1359.8	1418.3	1461.9	1561.8	1570.0	
TOTAL	1296.0	1394.1	1536.0	1637.9	1748.4	1864.5	1963.3	2072.0	2165.6	2545.5	2555.7	
TOTAL MUNDIAL	16942.5	18329.7	18385.0	19196.1	20951.0	21483.3	21598.9	22256.2	22928.9	23646.4	21371.8	

* Excluida Taiwán.

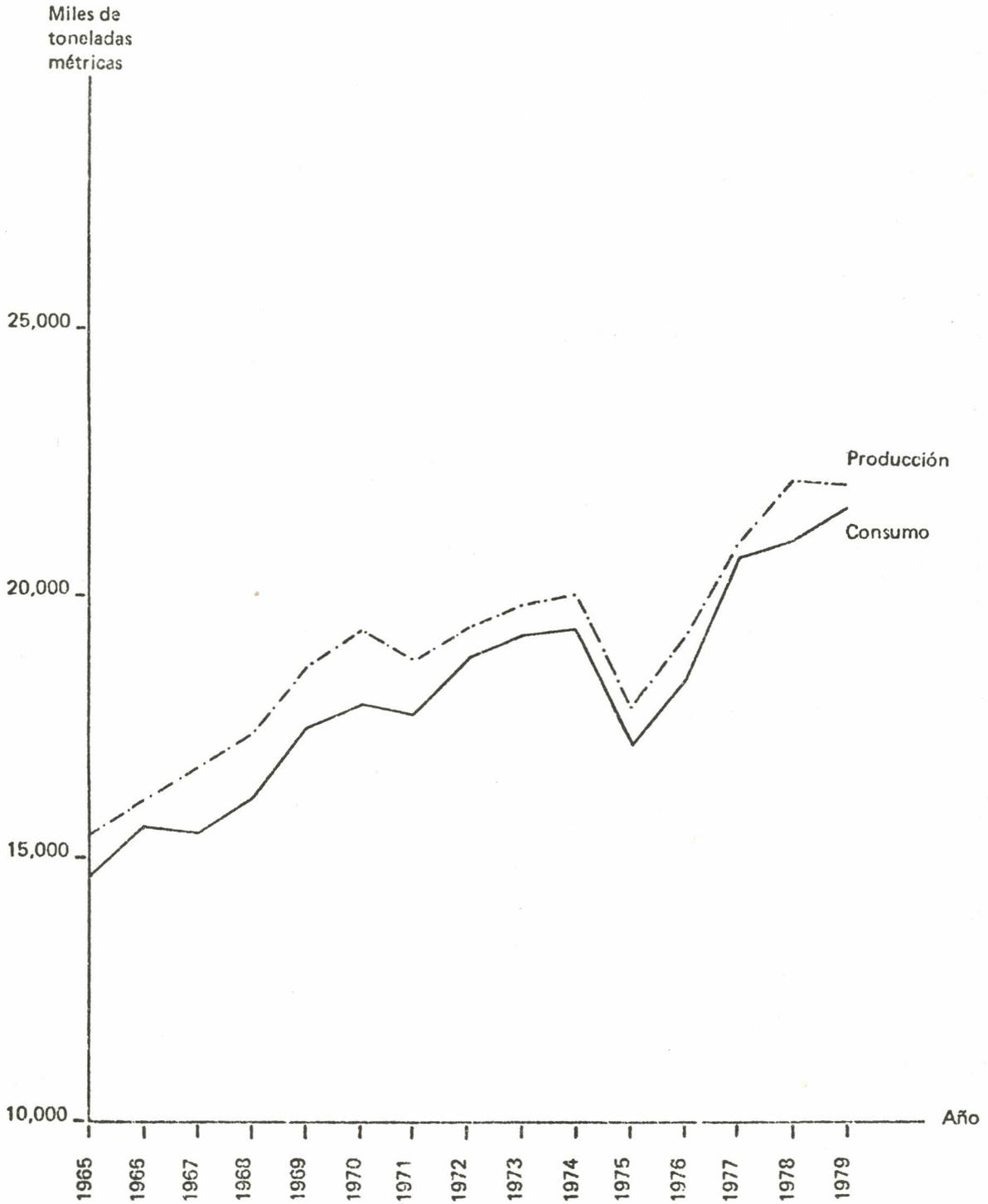
CUADRO NO. 16

CONSUMO ESTIMADO DE PAPEL PERIODICO POR REGIONES DEL MUNDO DE 1976 - 1985

	CONSUMO ESTIMADO DE PAPEL DE PERIODICO (1976-1985) (miles de toneladas métricas).									
	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
<u>Economías de Mercado Desarrolladas</u>										
Africa del Norte desarrollada	11052.55	11289.66	11526.77	11763.88	12000.99	12238.10	12475.21	12712.32	12949.42	13186.54
Europa Occidental desarrollada	5911.79	6040.86	6168.58	6295.30	6419.95	6543.49	6665.76	6786.68	6900.25	7024.16
Oceanía desarrollada	586.75	598.23	609.92	621.50	633.08	644.66	656.25	667.84	679.42	691.01
Otras economías de mercado desarrolladas (Israel, Japón, Africa)	2778.24	2908.96	3039.67	3170.38	3301.29	3431.80	3562.52	3693.23	3823.94	3954.65
T O T A L	20329.33	20837.71	21344.94	21851.06	22355.31	22858.05	23359.74	23860.07	24353.03	24856.66
<u>Economías del mercado en desarrollo</u>										
Africa	130.30	135.11	139.93	144.80	149.68	153.61	158.53	163.50	168.48	173.49
América Latina	1115.82	1141.00	1166.24	1191.45	1216.67	1241.87	1267.08	1292.28	1317.50	1342.67
Europa	1009.32	1055.46	1101.60	1147.74	1193.91	1240.08	1286.15	1332.32	1378.60	1424.77
Otras economías de mercado en desarrollo.	2.82	2.99	3.15	3.32	3.48	3.65	3.81	3.98	4.14	4.31
T O T A L	2258.26	2334.56	2410.92	2487.31	2563.74	2639.21	2715.57	2792.08	2868.72	2945.24
<u>Economías de planificación central.</u>										
Asia	1230.67	1388.29	1559.01	1742.82	1939.72	2149.73	2372.82	2609.01	2858.50	3120.67
URSS, Europa	1791.38	1831.31	1964.08	2120.84	2304.99	2518.77	2766.22	3050.12	3373.61	3739.35
T O T A L	3022.05	3219.60	3523.09	3863.66	4244.71	4668.50	5139.04	5659.13	6231.94	6860.02
M U N D I A L	25609.64	26391.87	27278.95	28202.03	29163.76	30165.76	31214.35	32311.28	33453.60	34661.92

PRODUCCION Y CONSUMO DE PAPEL PERIODICO EN LAS ECONOMIAS DE MERCADO DESARROLLADAS DE 1965 A 1979.

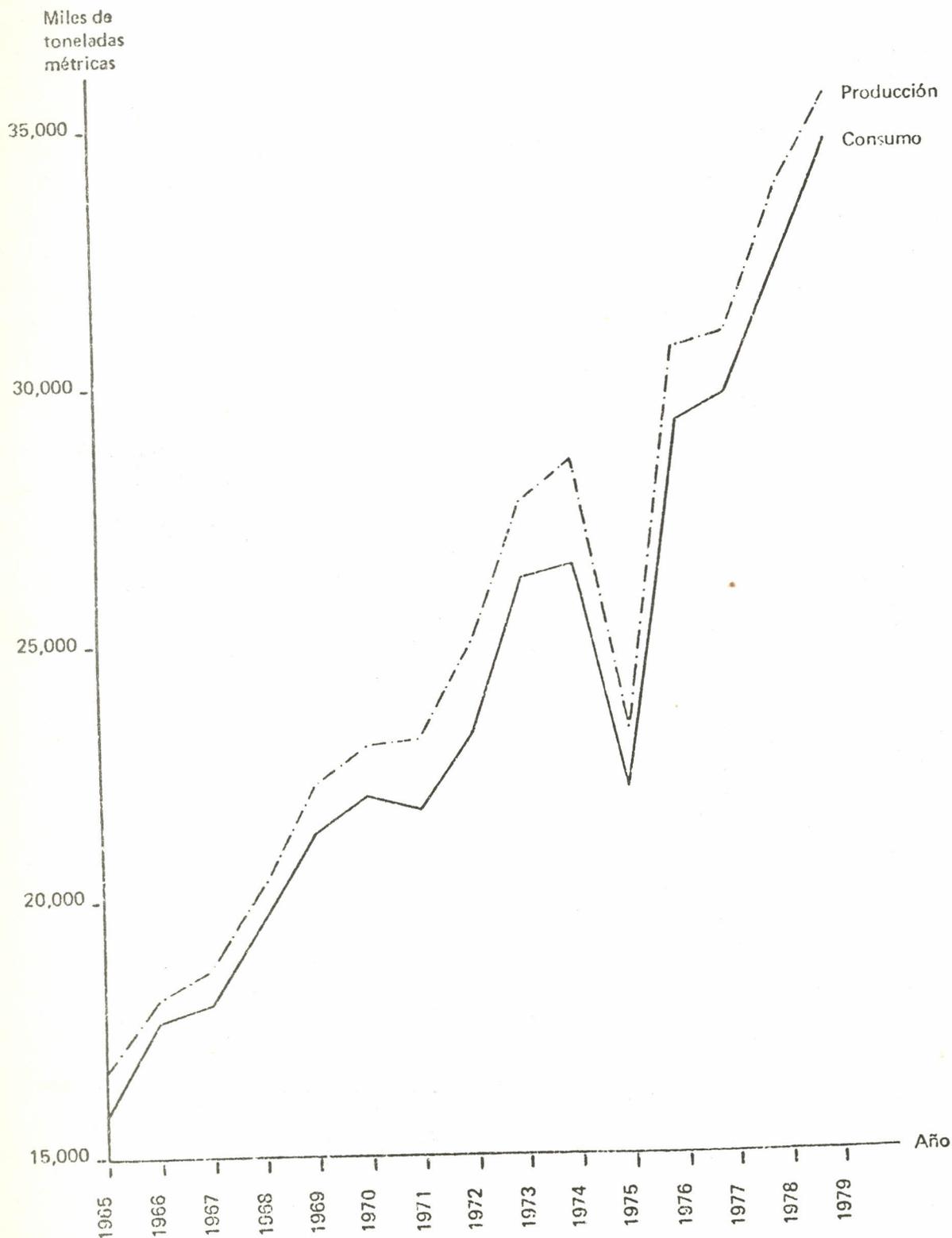
(De 10,000 a 25,000 toneladas métricas)



PRODUCCION Y CONSUMO DE PAPEL PERIODICO EN LAS ECONOMIAS DE MER-

CADO DESARROLLADAS DE 1965 A 1979.

(De 15,000 a 35,000 toneladas métricas)



En 1965 la parte de los países latinoamericanos correspondía al 57% del consumo de este grupo de países. En 1975 la parte de los países latinoamericanos bajó a un 53%. El grupo de países en vías de desarrollo del Extremo Oriente aumentó su consumo entre 1965 y 1975 a un ritmo superior en un 50% al de los países latinoamericanos. Los países de Africa en vías de desarrollo (al sur de Sahara) consumían menos del 4% del papel de periódico de los países del Tercer Mundo, a pesar de que esa parte aumentó en un 78% durante una década, lo que representa la tasa más alta de crecimiento del grupo durante ese período. (43). (Cuadro No. 15 y 16).

El Cuadro siguiente indica el consumo de papel de periódico per cápita de las Economías de Mercado en Vías de desarrollo para los años 1965-1975. (Cuadro No. 19)

CUADRO NO. 19

CONSUMO PER CAPITA DE PAPEL PERIODICO EN LAS ECONOMIAS EN VIAS DE DESARROLLO DE 1965 A 1975

REGION	KGS./CAPITA	
	1965	1975
Africa (Sub-Sahariana)	0.193	0.266
América Latina	3.141	3.399
Africa (Oriente Medio)	0.285	0.225
Asia (Oriente Medio)	0.426	0.732
Extremo Oriente.	0.471	0.604

Finalmente, las economías centralmente planificadas de Asia casi duplicaron como grupo su consumo de papel de periódico durante este período de 10 años. El grupo, que incluye a la URSS y a los otros países socialistas europeos, aumentó su consumo en más de 60% durante el mismo período. El consumo de este grupo ha aumentado regularmente durante esos años. La URSS y los países socialistas europeos han experimentado bajas respecto de los altos aumentos anuales de 1965 y 1966, y los aumentos anuales de los últimos años han tenido una media de sólo 4%. Estos países, que como grupo tienen una cierta autonomía respecto del exterior, han registrado en 1975 una leve alza del consumo de papel de periódico, de sólo 2% en 1974, lo que contrasta con la baja brutal del consumo en 1975 de las Economías de Mercado en vías de desarrollo. No se puede establecer con seguridad en qué medida ese lento incremento del consumo pueda tener las mismas causas que la baja de consumo en las Economías de Mercado en vías de desarrollo. Un factor que puede haber influido en la disminución del desarrollo del consumo en las Economías Centralmente Planificadas de Europa puede haber sido el aumento importante del consumo aparente en 1974, que puede haberse manifestado por la creación de stocks. (44). (Cuadros No. 15 y No. 16).

Este rápido florecimiento internacional de la prensa va acompañado de una tendencia general de reducción del número de periódicos. Esta concentración afecta no sólo a la prensa sino también a otros medios de comunicación social, si bien en forma diferente a veces. El crecimiento y la expansión de ciertos medios de comunicación social, la absorción de los pequeños por los más grandes, el crecimiento general de los conjuntos de medios de co-

municación social y su asociación con empresas que pertenecen a - otros sectores constituyen todos ellos una respuesta casi universal a los nuevos modelos de la economía industrial.

Así, por ejemplo, desde 1915 el número de grupos -de periódicos de 2 a 80 diarios pertenecientes a un mismo propietario- ha pasado de 60 a 165 en los Estados Unidos de América. Estos grupos poseen más del 60 por ciento de 19s 1812 diarios. Persiste la tendencia al aumento de las cadenas: en 1978, 47 de los 53 diarios que cambiaron de propietario fueron absorbidos por esos grupos. - En el Reino Unido, en 1963 solamente en 51 ciudades había propietarios de periódicos que competían entre sí: en 1968 eran 43 y en 1973 había 37. Cincuenta años antes, este número era superior a 500. Doce países de Euroa occidental tienen hoy menos diarios que hace diez años, con una reducción brusca en Bélgica, Dinamarca, Suiza (-30%) y Francia (-20%). La evolución de la tirada indica también una concentración de las fuentes de noticias, por ejemplo en el Reino Unido, país en el cual a 9 de 111 periódicos les corresponde el 60 por ciento de la tirada diaria. En la República Federal de Alemania, el número de ejemplares vendidos ha aumentado, a la vez que el de periódicos independientes pasaba de 225 en 1960 a 134 en 1973. En el Japón, tres grandes periódicos de Tokio dominan este sector, con unos periódicos satélites en otras cinco grandes ciudades, que producen en total casi 27 millones de ejemplares al día, es decir, 50 por ciento de la tirada total de los diarios japoneses. Uno de los periódicos nacionales del Japón tiene 143 ediciones locales al día. En un cierto número de países, el periódico que constituía un monopolio ha dejado de ser una excepción, y se ha convertido en la regla general (45).

Esta tendencia se pone claramente de manifiesto en los E.U.A. donde la evolución de la prensa a lo largo de más de medio siglo muestra una fuerte concentración de la propiedad de los impresos (Cuadro No. 20). Esto mismo se vuelve a constatar a nivel mundial en la década de los 70's, donde casi ningún país omite la presencia de fuertes grupos que controlan la prensa nacional (Cuadro No. 21). (46)

CUADRO NO. 20

CONCENTRACION DE LA PROPIEDAD DE LOS DIARIOS NORTEAMERICANOS DE
1923 A 1976.

AÑO	NUMERO DE DIRIOS.	NUMERO DE CADENAS.	NUMERO DE DIARIOS QUE PERTENECEN A CADENAS.
1923	2036	31	153
1930	1942	55	311
1935	1950	59	329
1940	1878	60	319
1945	1749	76	368
1953	1785	95	485
1960	1763	109	552
1966	1754	156	794
1971	1749	157	879
1976	1765	168	1 061

FUENTE: C.H. Sterling y T.R. Haight: The Mass Media: Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends, Cuadro 221-A --- (raeger, 1978).

Sin embargo, no obstante la expansión anterior de la prensa - en los ciclos largos, los indicadores también muestran que si se

CUADRO NO. 21

CONCENTRACION MUNDIAL DE PERIODICOS POR GRUPOS DE PODER.

PAIS	CUATRO GRUPOS PRINCIPALES	OCHO GRUPOS PRINCIPALES	VEINTE GRUPOS PRINCIPALES	MEDIA
Canadá	53	71	89	70
EE.UU.	18	30	43	28
Austria	82	73	97	71
Bélgica	49	71	94	69
Dinamarca	60	67	84	64
Francia	30	50	73	46
Alemania (R.F.)	42	51	62	50
Irlanda	81	91	-	100
Italia	30	51	78	47
Holanda	39	59	82	55
España	29	42	55	43
Gran Bretaña	66	77	89	77
Australia	74	87	96	90
Nueva Zelanda	58	76	94	76
Kenia	100	100	-	-
Nigeria	94	97	-	100
Rodesia	100	100	-	-
Rep. Sudafricana	72	89	100	96
Japón	56	72	90	71
Ceilán	90	95	-	100
India	29	43	67	43
Corea	62	82	99	85
Malasia	58	73	92	70
Pakistán	17	25	33	24
Filipinas	73	85	100	82
Singapur	88	96	100	99
Irán	59	74	100	64
Líbano	38	-	-	53
Turquía	75	-	-	90
Chile	68	89	100	91
México	26	37	49	36
Panamá	70	90	100	99

Fuente: R.B. Nixon: "Concentration of Press Ownership", en Journalism Quarterly.

exceptua Asia, ha habido pocos progresos durante los 2 últimos años en la ampliación de la prensa en las distintas regiones del mundo. Incluso, en varias naciones de Europa existen en la actualidad menos diarios que hace 25 años. En algunos casos, incluso, esta dis-

minución es realmente considerable: en Bélgica, de 57 se descendió a 27; Dinamarca, de 126 pasó a 49; Finlandia, de 101 a 60; Francia de 130 a 96; Italia, de 109 a 72; Suiza, de 120 a 91; Suecia, de 139 a 112, etc. Si bien en España y Turquía se manifestó un cierto incremento, los restantes países han apenas mantenido sus posiciones. Contando la Unión Soviética, el aumento total para Europa en el número de diarios de "interés general" está por debajo del 1%. Si se considera Africa en su totalidad, en el período de 1971-1972 hubo menos periódicos que diez años antes. En 1979 la situación se mejoró levemente, contándose 179 periódicos con relación a los 167 entre 1955 y 1977. En cuanto a América del Norte y del Sur consideradas conjuntamente, el aumento ha sido, para el mismo período, de la mitad del 1%. En Asia, en cambio, se registró un progreso importante en el número de periódicos (de 1.427 en 1955-1957, pasó a -- 2.420 en 1979). (47). Cuadro No. 22)

De esta forma, las cifras disponibles indican que, pese a un aumento constante de la tirada, el total mundial de diarios sigue siendo prácticamente el mismo desde hace años. Esta estabilización se debe esencialmente a la concentración de la prensa y a la desaparición de los pequeños periódicos locales, así como a la competencia de la radio y la televisión, que es particularmente sensible en América del Norte y en Europa occidental.

Está menguando la importancia de los periódicos en la difusión de la información, al paso que la de la radio, y sobre todo de la televisión, en los países desarrollados, crece constantemente y ejerce una atracción cada vez mayor como fuente de información. Pero la prensa tiene un cometido creciente cuando se trata de expli

CUADRO NO. 22

TASA DE CRECIMIENTO Y CIRCULACION DE LOS DIARIOS DE 1955 A 1979

POR REGIONES

CONTINENTES ZONAS PRINCIPALES Y GRUPOS DE PAISES.	NUMERO DE DIARIOS		CALCULO DE LA CIRCULACION	
	1955/57	1979	TOTAL EN MILLONES (1979)	POR 1,000 HABITANTES. (1979)
TOTAL MUNDIAL	6936	8240	453	134
AFRICA	167	170	9	20
AMERICA	2957	3120	97	61
ASIA	1427	2420	110	70
EUROPA (incluyendo la URSS)	2282	2420	231	310
OCEANIA	103	110	6	272
PAISES DESARROLLADOS	4471	4660	374	324
PAISES EN DESARROLLO	2465	3580	79	35
AFRICA (excluyendo los estados árabes)	110	140	5	14
ASIA (excluyendo los estados árabes)	1410	2340	109	72
ESTADOS ARABES	74	110	5	33
AMERICA DEL NORTE	1918	1910	63	258
AMERICA LATINA	1037	1210	34	95

Nota General: Los datos relativos al Total Mundial, países en desarrollo y Asia, (con exclusión de los Estados Arabes) para 1979, no incluyen la República Popular de China.

En 1955/57, los datos incluyen tanto la República Popular de China, como Taiwan.

car, interpretar y comentar los acontecimientos, sobre todo cuando se discuten los grandes objetivos de la sociedad o los asuntos internacionales que requieren un análisis serio de la actualidad, lo cual no ocurre en el caso del simple reportaje. En tales condiciones, cabe formular ciertas preguntas sobre el cometido de la prensa, y sobre la necesidad de precisar mejor los diversos tipos de responsabilidad de los periodistas. (48)

B.- LA PRESENCIA DEL CINE.

En cuanto a la industria cinematográfica, observamos que después de surgir el cine como una nueva tecnología audiovisual con el descubrimiento del proyector cinematográfico de Thomas Alva Edison en 1890, este se perfecciona y se expande internacionalmente, a bajo costo, desde París y Nueva York al resto del mundo, cubriendo rápidamente todo el orbe.- De esta manera, para el período 1950-1970 la industria cinematográfica penetra en todos los continentes y alcanza uno de sus principales momentos de madurez cuando la asistencia al cine por habitante arrojó el mayor rango histórico que este haya alcanzado en todas las otras fases de su desarrollo (Cuadro No. 23 y No. 24). (49)

De igual forma, este panorama se consolida por la década de los 70's cuando el número de salas de cine y su correspondiente capacidad de atención masiva también se incrementa significativamente, aunque ya para esta época se asoma un anuncio de la crisis que está por rodearlo (Cuadro No. 25).

Continuando esta trayectoria de rápido ascenso, encontramos que hasta 1975 la organización mundial de la industria cinemato--

CUADRO NO. 23

ASISTENCIA AL CINE POR HABITANTE POR GRUPOS DE PAISES (1955-1975).

GRUPOS DE PAISES	1955	1960	1965	1970	1975
Africa (excluye estados árabes)	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4
América del Norte	14.2	11.7	11.2	4.4	5.7
América Latina	4.9	5.1	4.0	3.5	2.8
Asia (excluye estados árabes)	3.5	3.2	3.0	3.3	2.6
Europa (excluye Europa Oriental)	13.3	9.9	7.8	5.3	4.3
Europa Oriental (incluye Rusia)	11.9	15.1	15.5	15.5	14.3
Oceanía	2.0	7.8	3.8	2.5	2.1
Estados Arabes	1.9	1.9	1.8	2.0	2.1
Total Mundial	6.9	6.3	5.7	4.8	4.2

Fuente: "Statistics on film and cinema" UNESCO.

gráfica es muy distinta a la de los demás medios de comunicación social. Figura a la cabeza Asia en 1960 películas, de una producción total mundial de 3,800, en 1975, es decir, más que todas las demás regiones juntas; la India es el primer productor mundial -- (510), seguida del Japón (330). Europa es la segunda región por su producción (1.120), encabezada por Italia (230) y Francia (220). Tanto los Estados Unidos de América como la URSS produjeron 180 películas, en 1975. Así pues, la producción no está dominada por América del Norte y Europa, como ocurre con la mayoría de los demás medios de comunicación social. Menos importante pero también significativa es la reducción que indican las estadísticas generales del número de cines en América del Norte y en Europa en los diez años últimos, mientras que han aumentado en el resto del mundo, muy de prisa en la Unión Soviética y más lentamente en otros -

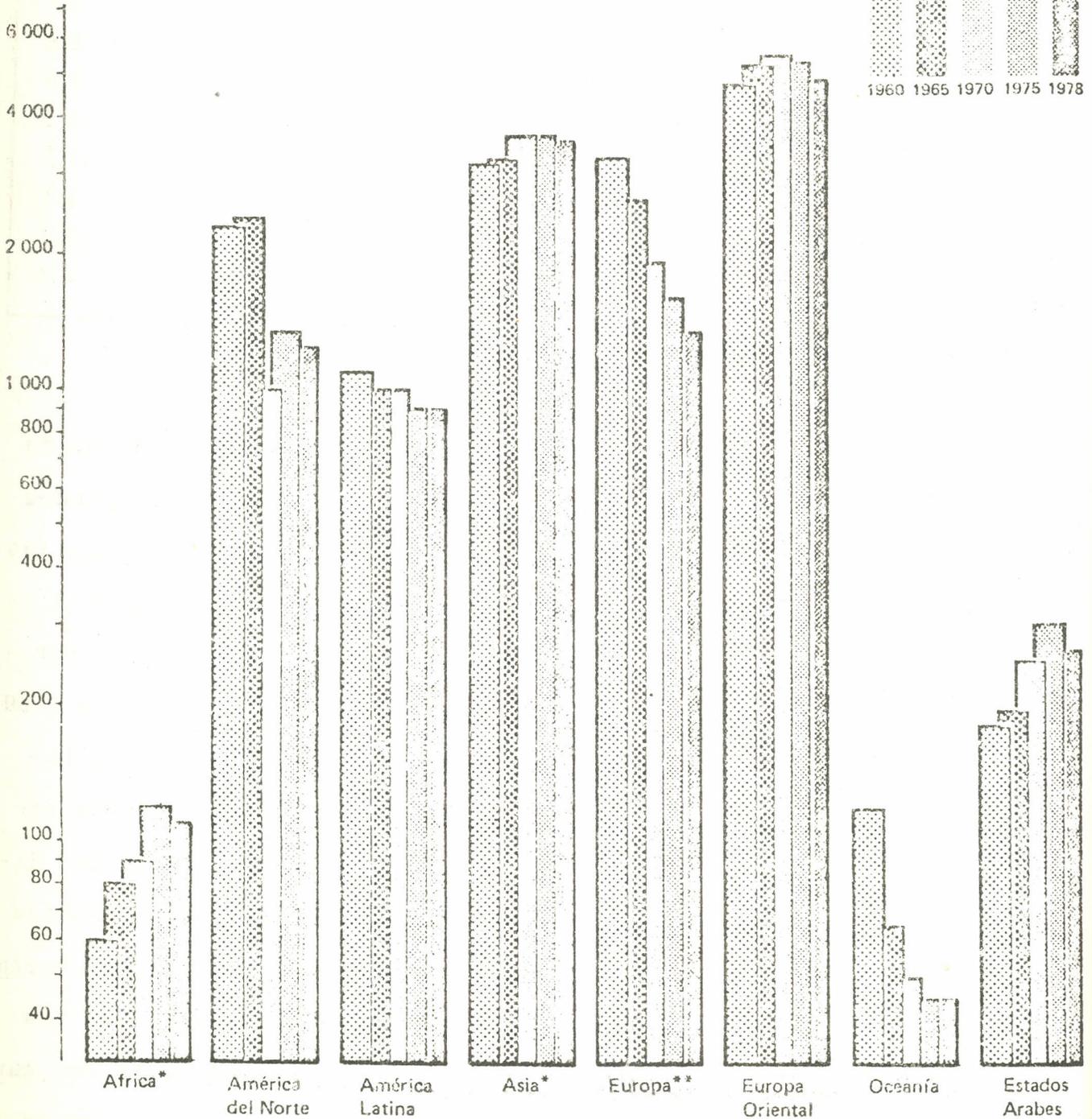
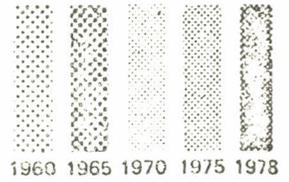
ASISTENCIA ESTIMADA AL CINE POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES EN

1960, 1965, 1970, 1975 y 1978

Escala
logarítmica

* Excluyendo los Estados Arabes

** Excluyendo Europa Oriental



NUMERO DE SALAS DE CINE Y CAPACIDAD POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES 1970 - 1978

	Salas de cine			Capacidad (en número de butacas)					
	Números(en millares)			Total (en millones)			Por 1,000 habitantes		
	1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)	1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)	1970 (A)	1972 (B)	1978 (A)
TOTAL MUNDIAL (1)	261	265	247	72	77	72	26	25	22
AFRICA	3.0	3.1	3.0	1.9	2	2.0	6	6	5
AMERICA	28	27	28	18	18	19	36	33	32
ASIA (1)	15	20	18	9.7	12	11	8	9	8
EUROPA	65	59	197	42	19	39	61	40	52
OCEANIA	1.5	1.4	1.2	0.8	1	0.6	41	34	27
PAISES DESARROLLADOS.	235	23	219	56	62	53	48	56	46
PAISES EN DESARROLLO. (1)	26	34	28	16	15	19	9	8	9
AFRICA(excluyendo Estados Arabes).	1.8	2.1	2.1	1.2	1.3	1.2	5	4	4
ASIA (excluyendo Estados Arabes)	14	20	17	9.4	11.7	11	8	9	8
ESTADOS ARABES	1.6	1.4	1.6	0.9	1	1.1	7	7	8
AMERICA DEL NORTE	16	16	18	11	11	13	50	46	53
AMERICA LATINA	12	11	10	7.1	7	6.7	25	21	19

(1) No incluye China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista del Viet-Nam.

FUENTES: (A) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, División de Estadísticas de la Cultura y de la Comunicación, Oficina de Estadísticas, UNESCO, 1979, París; p. 36

(B) Statistical Yearbook, UNESCO, 1979, París, p. 972

países. (50) Hacia 1979 esta tendencia de producción mundial de cintas se mantiene con las mismas características de liderazgo mundial, aunque ya se refleja un primer indicio de la crisis cinematográfica que se avecina. (Cuadros No. 26 y No. 27) (51)

No obstante lo anterior, el número de películas producidas por cada país no es el principal factor de circulación y del impacto que tienen en los modelos culturales en el plano mundial. La circulación de las películas se rige por intereses comerciales y a veces culturales. El principal país exportador es los Estados Unidos de América, seguido de Italia, Francia, el Reino Unido, la India y la URSS. Se observa también en este caso el desequilibrio ya conocido, puesto que los países industrializados son los principales exportadores, aunque no sean al mismo tiempo los primeros productores. La distribución mundial de las películas se rige también ampliamente por las afinidades de lengua y de cultura. Así por ejemplo, las películas en chino son objeto de una amplia difusión en los países que tienen una población china numerosa y, en cambio, las películas producidas en las demás lenguas de Asia no salen prácticamente de su país de origen.

La industria de las películas largas sigue siendo una actividad comercial privada, salvo en los países socialistas y en un pequeño número de países de otras partes del mundo. Sin embargo, los gobiernos estiman cada vez más que el interés general exige una participación pública. Se fomentan ciertos aspectos de la producción de películas y ciertos temas concretos, mediante la concesión de subvenciones y diversas formas de ayuda. En los últimos años, unos doce gobiernos, la mayoría de ellos de Europa occidental, han concedido subvenciones a productores comerciales, por razones

culturales o económicas. En la mayoría de los países, la intervención principal del Estado se reduce a la censura de las películas o a su clasificación en función de las distintas categorías de público.

Junto a las películas largas, la industria se dedica a -- otros tipos de producción: actualidades, películas y dibujos animados, documentales, películas educativas, etc. A las dos primeras -- categorías les cuesta mucho llegar a un público amplio; en cambio, los documentales y las películas educativas están progresando gracias a la televisión y a las sesiones organizadas en los centros -- docentes; son producidas no solamente por empresas comerciales sino también por organismos estatales, consejos cinematográficos, sociedades de radiodifusión, o con la ayuda financiera de estas entidades. (52)

Si embargo, pese al auge notorio que registra la industria cinematográfica, desde la década de los 70's inicia una fase de crisis prolongada provocada por el surgimiento de otros medios de comunicación más modernos como la televisión y cablevisión. Ello genera gradualmente un serio decremento mundial en su crecimiento que la desplaza a un nuevo plano cultural con nuevas funciones ideológicas. (Ver cuadro No. 28). (23)

De esta manera, por ejemplo, en Asia, considerada en su conjunto, el número de cines aumentó de 1965 a 1973 y disminuyó a partir de entonces hasta 1971. La asistencia aumentó también hasta -- 1971, y la baja ha sido más acusada desde entonces. Pero a este -- respecto hay grandes diferencias en esa región. Tan sólo en 11 de los 41 países de Asia ha aumentado el número de cines durante ese

CUADRO NO. 26

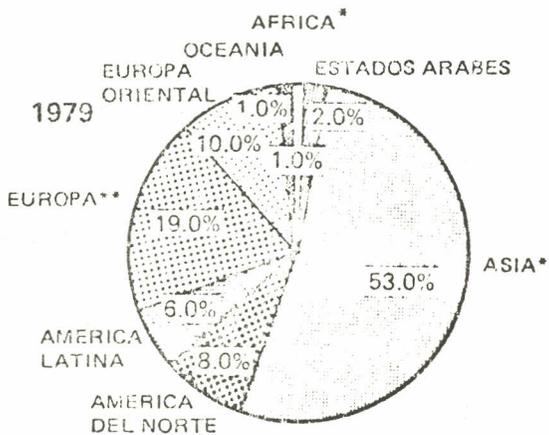
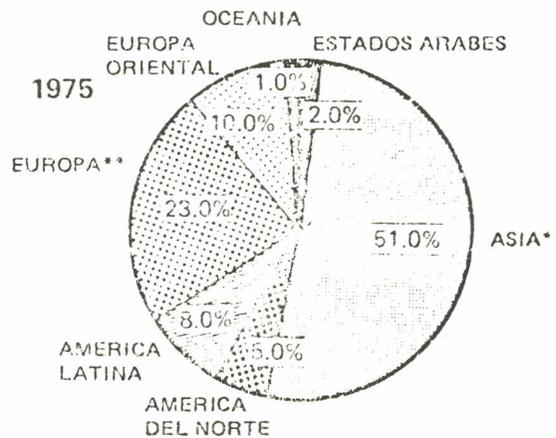
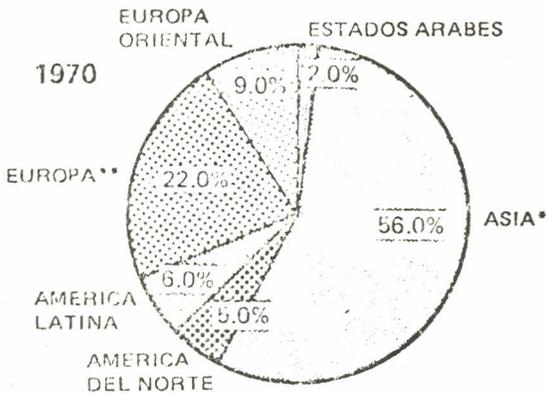
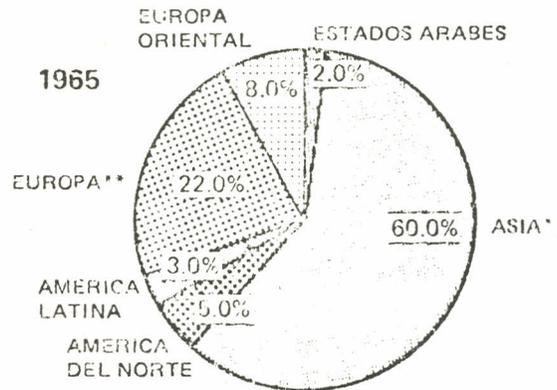
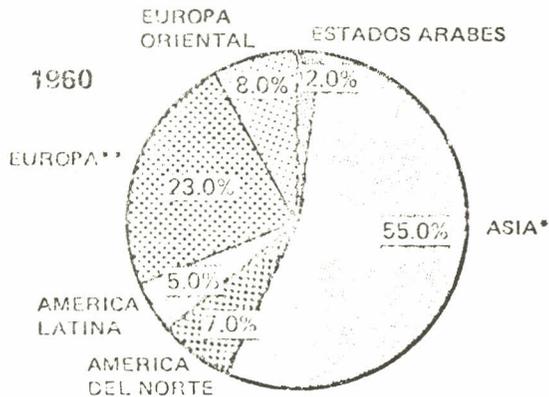
PRODUCCION MUNDIAL DE PELICULAS DE LARGO METRAJE POR GRUPOS DE
PAISES DE 1955-1979.

GRUPOS DE PAISES	1955	1960	1965	1970	1975	1979
1. Africa (excluyendo los Estados Arabes).	*	*	*	*	*	15
2. América del Norte	310	230	190	200	200	290
3. América Latina	170	170	110	250	310	230
4. Asia (excluyendo los Estados Arabes)	1.430	1.180	2.280	2.300	1.990	1.890
5. Europa (excluyendo los Europa Oriental)	680	780	840	920	890	670
6. Europa Oriental (incluyendo la URSS)	170	260	300	370	390	380
7. Oceanía	*	*	*	*	40	40
8. Estados Arabes	60	70	80	80	80	65
Producción mundial estimada.	2.800	3.300	3.800	4.100	3.900	3.580

* insignificante.

período. Pero su crecimiento masivo en la India ha compensado sobradamente la disminución en otros 30 países de la región. La asistencia a espectáculos cinematográficos en la India creció en un 23% de 1966 a 1975, pero en Asia, considerada globalmente, hubo una disminución del 5%, debido sobre todo a una reducción espectacular en el japon: de 373 millones, en 1965, pasó a 165 millones de espectadores en 1977. En la URSS, el número de cines y locales de proyección normales ha aumentado en los diez últimos años en un 50%, a la vez que el número de espectadores crecía en un 30% (*). Pero

DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION MUNDIAL DE PELICULAS DE LARGO METRAJE
 POR CONTINENTES Y GRANDES REGIONES 1960-1979



* Excluyendo los Estados Arabes

** Excluyendo Europa Oriental

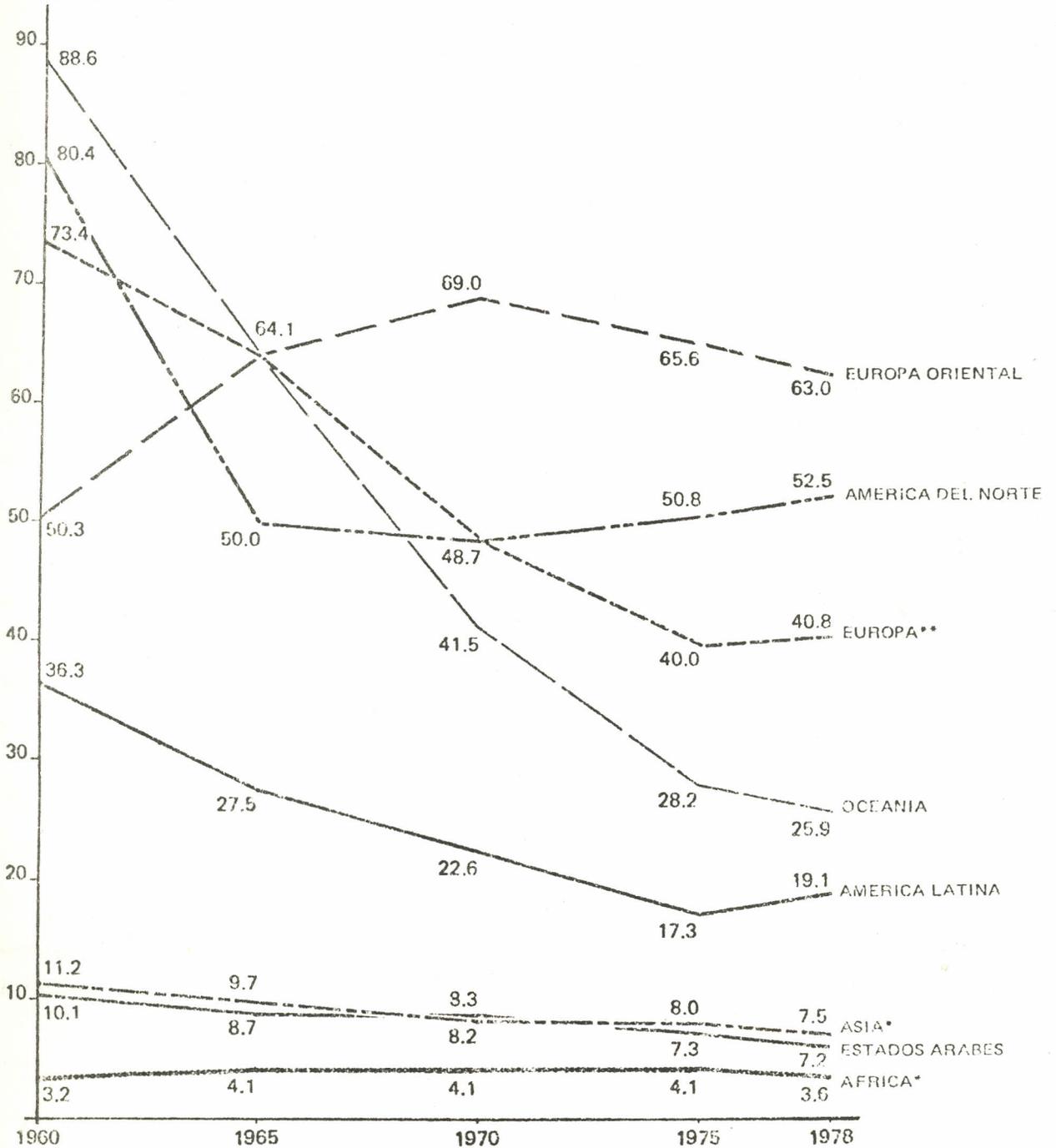
CUADRO NO. 28

NUMERO DE ASIENTOS CINEMATOGRAFICOS POR CADA MIL HABITANTES DE CADA CONTINENTE Y LAS GRANDES REGIONES DE 1960 A 1978.

*Excluyendo Estados Arabes

**Excluyendo Europa Oriental

Número de asientos por 1.000 habitantes



hoy en día, en una gran parte del mundo, prescindiendo de Africa, el número de espectadores parece haberse estabilizado más o menos actualmente en un nivel mucho menor que el de hace diez años. En todo caso, todavía hay países en los cuales el cine sigue siendo uno de los principales medios de comunicación y una de las fuentes de distracción preferidas.

Ahora bien, la menor asistencia a los espectáculos cinematográficos no quiere decir que la función del cine sea un modo alguno menos importante. La impresionante reducción de la asistencia cinematográfica, que ha afectado a todos los países occidentales industrializados (aproximadamente a un 27% de los países de la Comisión Económica Europea en un plazo de 20 años) ha quedado compensada por la rápida expansión de la televisión, que transmite en todos los países un número enorme de películas. En otras palabras, si bien en la mayoría de los países occidentales, ha habido una sensible disminución del número de personas que van al cine, gracias a la televisión un público mucho más numeroso sigue viendo películas. (**)

Los vínculos entre el cine y la televisión se estrechan a medida que un número creciente de productores hacen películas destinadas especialmente al público de la televisión (***) ; además la floreciente industria del video cassette proporcionará un número creciente de películas para la televisión ó el hogar. Así pues, el nuevo medio de comunicación da una nueva vida al antiguo, y el cine sigue siendo uno de los principales recursos con fines de información, educación, esparcimiento y cultura (54)

C.- EL CRECIMIENTO DE LA RADIO.

Después del surgimiento de la prensa y del cine como nuevas tecnologías productoras de información, el impacto de la segunda revolución industrial en el campo de la cultura propicia el desarrollo de la radio como la siguiente tecnología intelectual, que junto con las anteriores, organiza de forma nueva la conciencia y conducta de la sociedad. Así, emerge la radio en 1907 con el perfeccionamiento del Audiión de De Forest y madura rápidamente cuando en 1920 el naciente monopolio de la Westinhouse transmite desde Pittsburh su primera difusión comercial a través de su estación KDKA.

A partir de este momento, la radio se comercializa como "moderna máquina cultural" y en poco tiempo se extiende por todo el mundo creando nuevos fenómenos ideológicos. Así, en los últimos 25 años su capacidad de emisión se triplica sobradamente. Por ejemplo, en 1950 sólo existían 50 países en todo el mundo, 23 de ellos africanos, que no tenían emisoras de radio. Todos los demás ya estaban cubiertos. Hacia 1960, este número se había reducido a 12, siete de ellos nuevamente en Africa. En 1972, según un estudio mundial referente a 187 países y territorios sólo quedaban tres países sin emisoras: Bhután, Lieditenstein y San Marino. Actualmente, se calcula la presencia de más de 1,000 millones de receptores de radio en todo el mundo, es decir un promedio de uno por cada cuatro personas. (Cuadro No. 29). (55)

La creación de este nuevo sistema nervioso de comunicación radiofónica, genera rápidamente un nuevo auditorio masivo. Esta nueva colectividad radioreceptora se incrementa, especialmente, con -

CUADRO NO. 29

TOTAL MUNDIAL DE TRANSMISORES DE DIFUSION SONORA DE 1960 A 1977.

	1960	1965	1970	1974	1977
AFRICA (Exluyendo a Africa del Sur).	305	390	520	567) 790
ÁFRICA DEL SUR	45	102	177	182)
AMERICA DEL NORTE	5.700	7.359	8.256	10.432	11.409
AMERICA DEL SUR	1.900	2.217	2.653	2.802	1.991
ASIA	1.200	1.420	1.965	2.752	3.740
EUROPA	2.600	4.171	5.209	6.568	6.190
OCEANIA	250	290	308	343	380
URSS	407		3.034	(3.034)	3.500

FUENTE: Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, UNESCO, Obra cit, p.16.

la invención de los transistores en 1948, que anulan la necesidad del corrector el aparato a la red eléctrica, usar engorrosas baterías, ocupar un espacio voluminoso, reposición constante de las válvulas o tubos eléctricos, etc., y dan origen a un nuevo sistema radiofónico barato, resistente, portátil y que no requiere una fuente externa de energía.

Con esta transformación de la radio aumenta notoriamente su público, particularmente en los últimos 20 años. Así, por ejemplo, entre 1960 y 1970 se ha cuadruplicado el número de receptores en Arica y entre 1960 y 1979 se ha multiplicado por ocho. Para América del Norte el incremento entre 1960 y 1970 fue de cerca del 77% y para el período 1970-1979 de 58%. América del Sur ha registrado un aumento del 130% para el período 1960-1970, pero el número de receptores se ha duplicado entre 1970 y 1979. Asia ha tenido un incremento de 170% para el período 1960-1970, pero ha casi triplicado su número de receptores entre 1970 y 1979. Para Europa el aumento durante el primer período (1960-1970) fue de 70% y para el segundo (1970-1979) de sólo 44%. Para este segundo período (1970-

1979) el aumento para Europa fue menor que para el otro continente con muchos receptores -América del Norte- que registró un incremento de 58%. A pesar de los incrementos más altos en los otros continentes, la brecha respecto de América del Norte y Europa, donde están situados logran mayoría de los países desarrollados, se está acumulando muy lentamente. (Cuadro No. 30, 31 y 32). (56)

La modificación transistorizada de este sistema de información permite capturar radiofónicamente a nuevos sectores de la población que antes se encontraban descuidados. De esta forma por ejemplo, desde la década de los años 30's y con especial énfasis desde los 40's; los automovilistas interamericanos se incorporan a la masa de radioreceptores del país. Así, de 1930 a 1975 el volumen de radioescuchas que reciben la señal en su automóvil aumenta del 1% al 95%. (Cuadro No. 33). (57)

Sin embargo, dicho crecimiento internacional no ha sido homogéneo sino que ha presentado las disponibilidades naturales de la ley del desarrollo desigual que se da entre países industrializados, semi-industrializados y no industrializados. Así observamos, que de 1960 a 1979, América del Norte y Europa poseían más del -- 88% del número total de receptores en el mundo. Esta cifra había bajado a un 75% en 1979. América del Sur, Asia y Oceanía han duplicado sus porcentajes en un período de 20 años. Africa ha triplicado su parte pasando de 1% en 1960 a más del 3% en 1979, etc. (Cuadro No. 34, 35, y 36). (58)

Como es lógico estos desequilibrios mundiales no sólo se presentan en la distribución desigual de los canales radiofónicos en el planeta, sino que también sobresalen en la inequitativa organi-

TOTAL DE RECEPTORES DE RADIO POR CONTINENTE DE 1960 A 1979

(en millones)

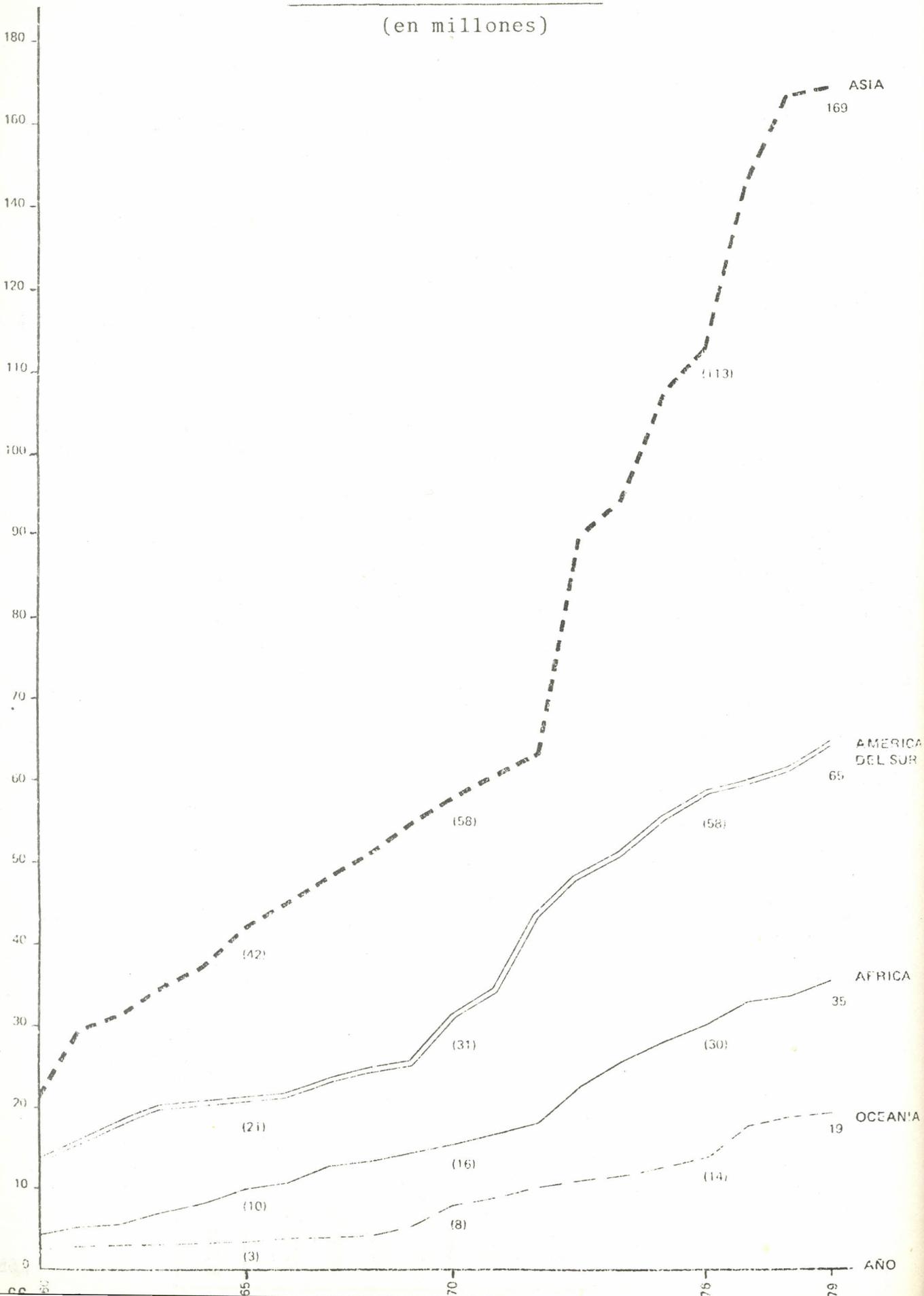
CONTINENTES	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1979
AFRICA	4	5	6	7	8	10	12	13	14	15	16	17	19	23	27	28	30	35
AMERICA DEL NORTE	184	193	201	211	246	265	288	312	317	322	326	374	395	411	447	450	454	517
AMERICA DEL SUR	14	16	18	19	20	21	21	23	24	25	31	34	44	48	51	55	58	65
ASIA	22	29	32	35	37	42	45	48	52	55	58	61	64	90	94	108	113	169
EUROPA	136	152	167	174	179	184	190	197	203	210	233	240	250	259	268	277	284	335
OCEANIA	3	3	3	3	3	3	3	4	4	6	8	9	11	11	12	13	14	19
TOTAL	363	398	428	449	493	525	559	597	614	633	672	735	783	842	899	931	953	1,140

CRECIMIENTO DE RECEPTORES DE RADIO EN AMERICA DEL SUR, ASIA, AFRICA

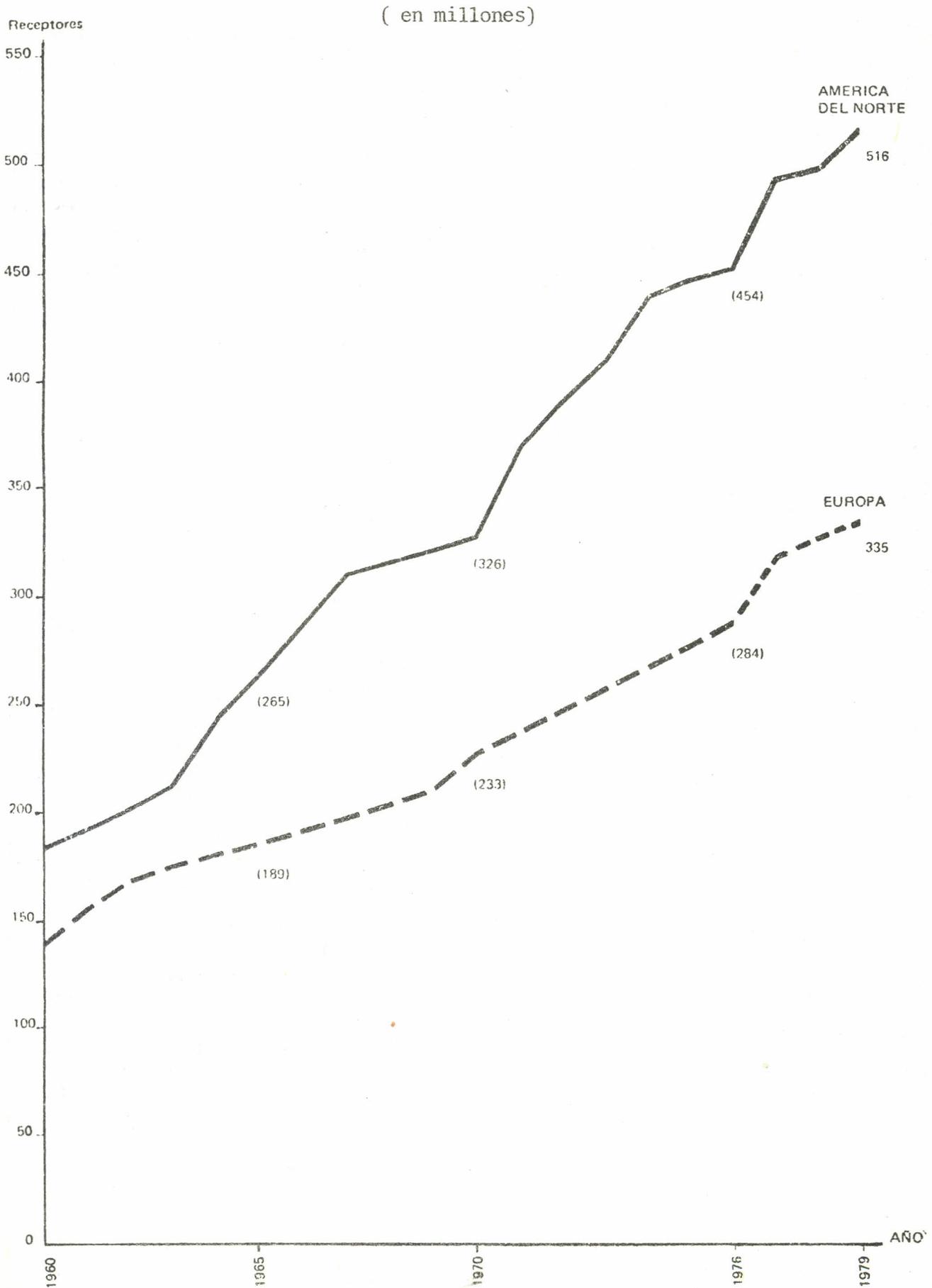
Y OCEANIA DE 1960 A 1979

(en millones)

Receptores



EXPANSION DE RECEPTORES DE RADIO EN AMERICA DEL NORTE Y EUROPA DE 1960 A 1979.



CUADRO NO. 33

NUMERO Y PORCENTAJE DE HOGARES Y AUTOMOBILES CON RECEPCION DE RADIO A.M. EN LOS
E.U.A. DE 1927 A 1977

AÑO	HOGARES CON RADIORECEPTORES	PORCIENTO DE TODOS LOS HO GARES AMERI- CANOS.	COSTO PRO MEDIO DE LOS RECEP TORES DO- MESTICOS.	AUTOMOVILES CON RADIORE CEPTORES.	PORCIENTO DE TODOS LOS AUTO- MOVILES - AMERICANOS
1922 ^a	60.000	0.2%	\$50	--	--
1923	400.000	1.5	N/A	--	--
1924	1,250.000	4.7	N/A	--	--
1925	2,750.000	10.1	83	--	--
1926	4,500.000	16.0	N/A	--	--
1927	6,750.000	23.6	N/A	--	--
1928	8,000.000	27.3	N/A	--	--
1929	10,250.000	34.6	N/A	--	--
1930	13,750.000	45.8	78	80.000	.1/
1931	16,700.000	55.2	N/A	100.000	.4
1932	18,450.000	60.6	N/A	250.000	1.2
1933	19,250.000	62.5	N/A	500.000	2.4
1934	20,400.000	65.2	N/A	1,250.000	5.8
1935	21,456.000	67.3	55	2,000.000	8.9
1936	22,869.000	68.4	N/A	3,500.000	14.5
1937	24,500.000	74.0	N/A	5,000.000	19.7
1938	26,667.000	79.2	N/A	6,000.000	23.8
1939	27,500.000	79.9	N/A	6,500.000	24.9
1940	28,500.000	81.1	38	7,500.000	27.4
1941	29,300.000	81.5	N/A	8,750.000	29.6
1942	30,600.000	84.0	N/A	9,000.000	32.3
1943	30,800.000	83.6	N/A	8,000.000	30.9
1944	32,500.000	87.6	N/A	7,000.000	27.5
1945	33,100.000	88.0	40	6,000.000	23.4
1946	33,998.000	89.9	N/A	7,000.000	24.9
1947	35,900.000	93.1	N/A	9,000.000	29.3
1948	37,623.000	94.2	N/A	11,000.000	33.1
1949	39,300.000	94.8	N/A	14,000.000	38.6
1950	40,700.000	94.7	26	18,000.000	49.6
1951	41,900.000	95.5	N/A	21,000.000	52.3
1952	42,800.000	95.6	N/A	23,500.000	55.3
1953	44,800.000	98.2	N/A	25,000.000	57.3
1954	45,100.000	96.7	N/A	26,100.000	56.4

cont. #

CUADRO NO. 33

(continuación)

NUMERO Y PORCENTAJE DE HOGARES Y AUTOMOVILES CON RECEPCION DE RADIO A.M. EN LOS

E.U.A. DE 1972 A 1977.

AÑO	HOGARES CON RADIORECEPTORES	PORCIENTO DE TODOS LOS HO GARES AMERI- CANOS.	COSTO PRO- MEDIO DE LOS RECEP TORES DO- MESTICOS.	AUTOMOVILES CON RADIORE CEPTORES.	PORCIENTO DE TODOS LOS AUTO- MOVILES AMERICA- NOS.
1955	45,900.000	96.4%	\$20	29,000.000	60.0%
1956	46,800.000	96.3	N/A	30,100.000	57.9
1957	47,600.000	96.2	N/A	35,000.000	64.6
1958	48,500.000	96.3	N/A	36,500.000	65.5
1959	49,450.000	96.7	N/A	37,200.000	65.7
1960	50,193.000	95.6	20	40,387.000	68.1
1961	50,695.000	95.3	N/A	42,616.000	69.5
1962	51,305.000	94.5	N/A	46,900.000	74.4
1963	52,300.000	94.9	N/A	49,948.000	75.9
1964	54,000.000	96.6	N/A	58,308.000	77.7
1965	55,200.000	98.6	10	56,871.000	79.1
1966	57,000.000	98.6	N/A	60,000.000	79.9
1967	57,500.000	98.6	N/A	64,500.000	83.0
1968	58,500.000	98.6	N/A	69,000.000	85.8
1969	60,600.000	98.6	N/A	73,500.000	89.3
1970	62,000.000	98.6	11	80,500.000	92.5
1971	62,600.000	98.6	N/A	85,400.000	94.8
1972	64,100.000	98.6	N/A	91,700.000	95.0
1973	67,400.000	98.6	N/A	92,700.000	95.0
1974	68,500.000	98.6	N/A	94,500.000	95.0
1975	70,400.000	98.6	N/A	100,400.000	95.0
1976	71,400.000	98.6	N/A	N/A	N/A
1977	72,900.000	98.6	N/A	N/A	N/A

FUENTE: Radio Households data: 1922-1950: National Broadcasting Company; 1951-1977: U.S. Bureau of the Census, as reissued by the Radio Advertising Bureau. Average cost data: Lichty and Topping (1975), p.521, table 4.

NOTE: (a) Data as of January 1 of each year.

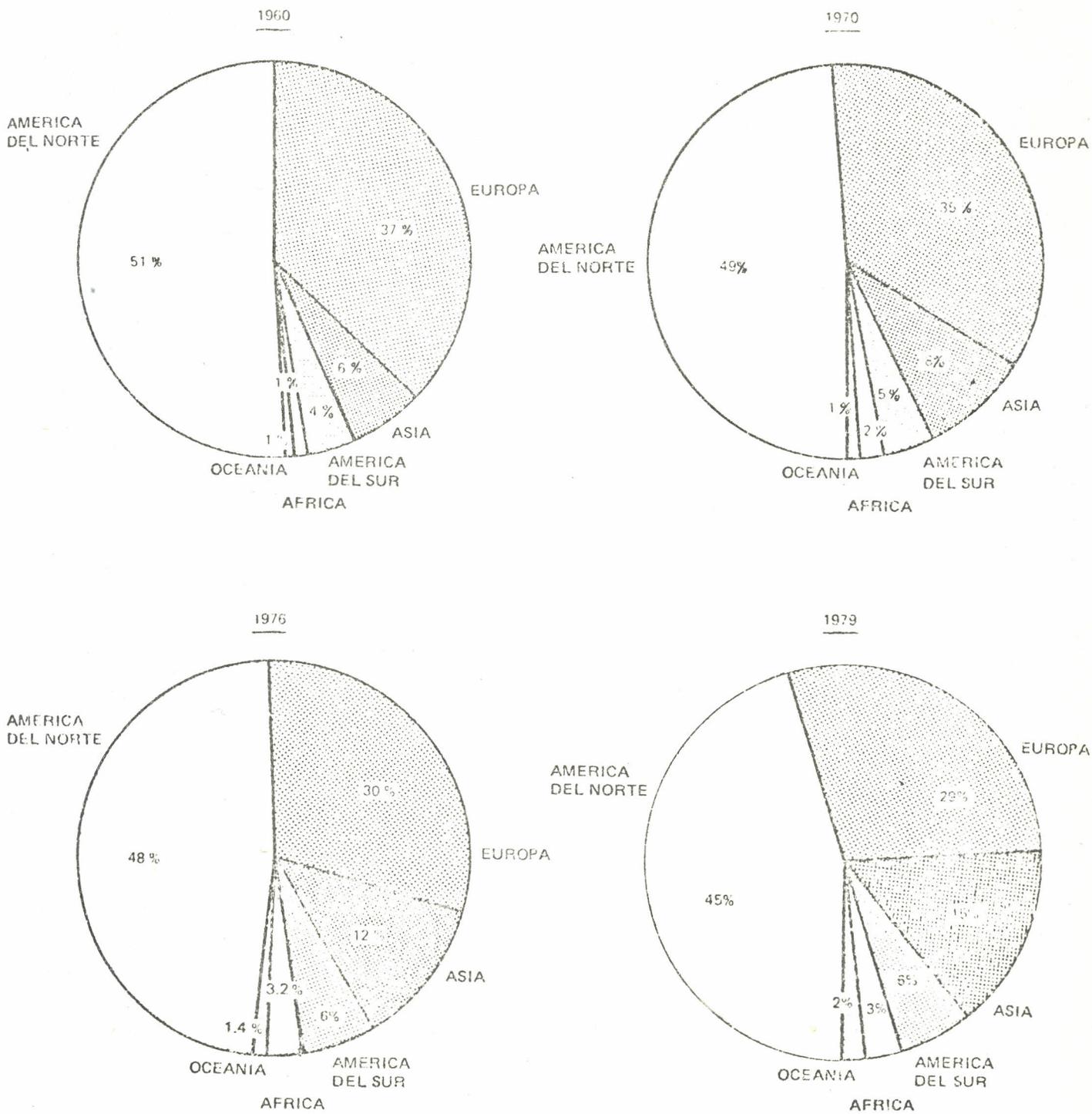
CUADRO NO. 34

NUMERO DE RECEPTORES DE RADIO EN USO Y DE RADIOESCUCHAS POR CADA
1000 HABITANTES POR CONTINENTES DE 1960 A 1979.

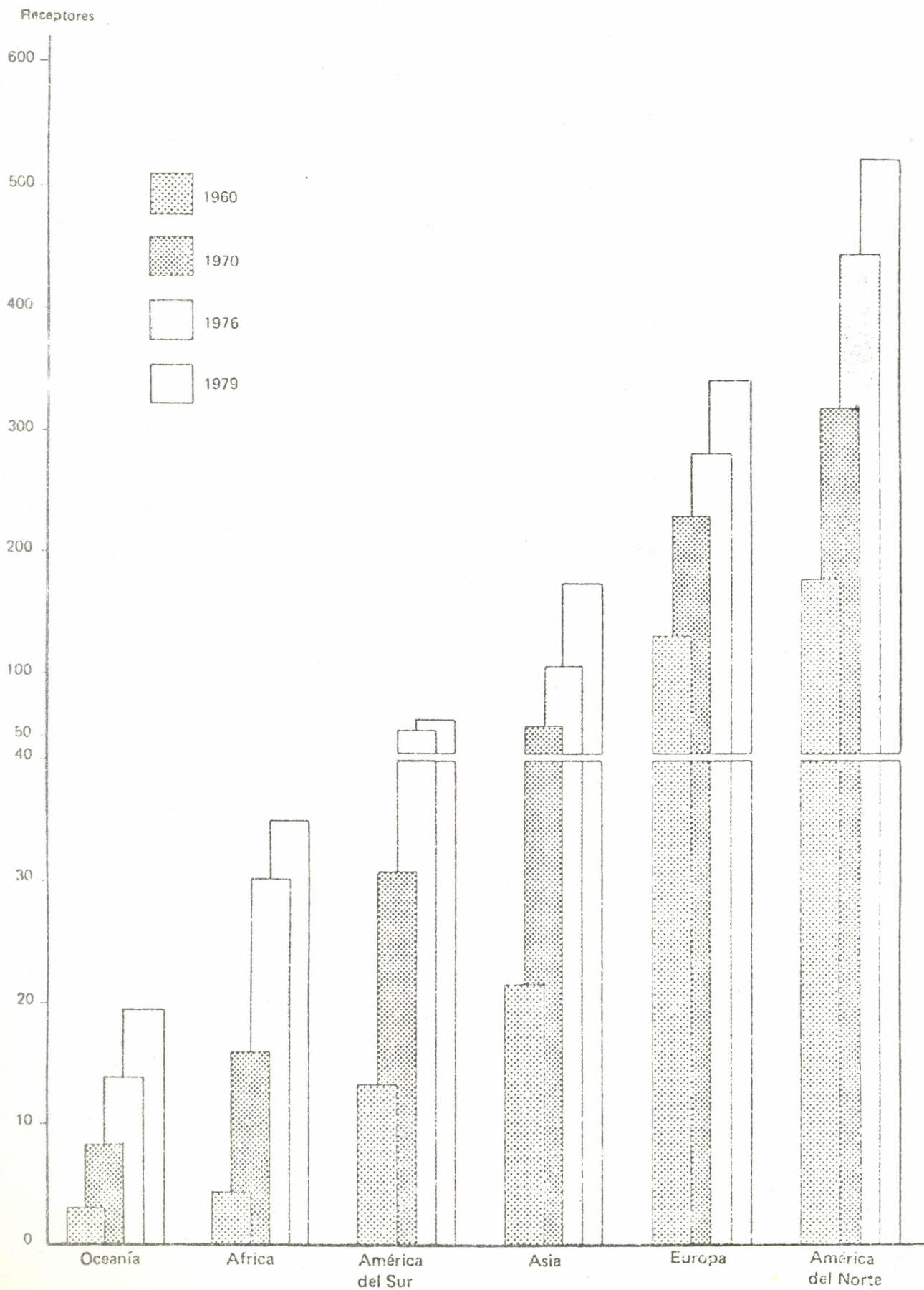
CONTINENTE	AÑO	TOTAL NUMERO (MILLONES)	PORCENTAJE DEL TOTAL MUNDIAL	NUMERO DE RE- CEPTORES POR 1000 HABITAN- TES.
Africa	circa 1960	4	1.1	15
	1970	16	2.4	45
	1976	30	3.1	72
	1979	35	3.1	77
América del Norte	circa 1960	184	50.7	688
	1970	326	48.5	1,027
	1976	454	47.7	1,310
	1979	506	44.4	1,372
América del Sur.	circa 1960	14	3.8	93
	1970	31	4.6	164
	1976	58	6.0	259
	1979	75	6.6	320
Asia	circa 1960	22	6.1	23
	1970	58	8.1	48
	1976	113	11.8	81
	1979	170	14.9	108
Europa	circa 1960	136	37.5	213
	1970	233	34.7	332
	1976	284	30.0	387
	1979	335	29.3	450
Oceanía	circa 1960	3	0.8	184
	1970	8	1.2	428
	1976	14	1.4	632
	1979	19	1.7	863
Total mundial	circa 1960	363		122
	1970	672		241
	1976	953		305
	1979	1.140		336

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS RECEPTORES DE RADIO POR CONTINENTES DE 1960 A 1979

(porcentajes estimados)



EXPANSION MUNDIAL DE LOS RECEPTORES RADIOFONICOS DE 1960 A 1979 POR CONTINENTES



zación del potencial físico de transmisión electrónica. Así observamos, que por ejemplo, a pesar de contar América Latina con mayor número de transmisores de radio que Asia, Africa y Oceanía, la capacidad de emisión de ellos, en promedio, está muy por debajo de las existentes en las demás regiones. (Cuadro No. 37). (59)

CUADRO NO. 37

CAPACIDAD DE POTENCIA RADIAL PROMEDIO POR TRANSMISOR*

REGION	POTENCIA DE TRANSMISORES DE BAJA Y MEDIA FRECUENCIA (KW)	POTENCIA DE TRANSMISORES DE BAJA Y MEDIA FRECUENCIA (KW)	POTENCIA DE TRANSMISORES DE MUY ALTA Y SUPER ALTA FRECUENCIA (ERP)**
Africa	57	44.23	5.6
América Latina	3.8	8.6	1.2
Asia (con Japón)	25.7	49.2	1.4
Asia (sin Japón)	39.3	50	8.2
Europa	37.6	100	8.3
Oceanía (con Australia)	6.5	8.6	10
Oceanía (sin Australia)	7.4	6.5	0.8

* Elaborado en el área de Estudios de la Comunicación, CEESTEM, con base en información aparecida en el Anuario Estadístico, UNESCO, 1980.

** Potencia efectiva radiada máxima.

De esta forma, en menos de 60 años la radio construye un nuevo tejido cultural que penetra con enorme eficacia en todos los sectores de conciencia de las naciones. Con la presencia de este moderno aparato ideológico, el estado entra en una nueva etapa superior de organización ideológica de la sociedad.

II.- LA EXPANSION DE LA TELEVISION.

Después de muchas experiencias acumuladas y del logro de --- grandes pasos ascendentes con la evolución de la prensa, el cine y la radio, la revolución de las tecnologías culturales llega a su madurez cuando aparece la televisión. Así, en 1929 la televi-- sión despunta como medio de comunicación en las superestructuras ideológicas del capitalismo avanzado con las inovaciones de Henry de France y René Barthélemy en Francia. rápidamente, se extiende por el mundo con las primeras transmisiones lucrativas de la BBC inglesa en 1936.

De esta manera, la televisión obtiene el crecimiento más es-- pectacular que ningún otro medio de comunicación social haya al-- canzado. Pero su impresionante desarrollo no sólomente es cuanti-- tativo sino también cualitativo, pues, por una parte, multiplica inmensamente la cantidad de información y esparcimientos visuales que ofrece al público; y por otra, proporciona sensaciones nue-- vas al hacer posible participar a los individuos como espectadores en los acontecimientos distantes de su experiencia personal. Por ello, más que ningún otro medio de comunicación, la televisión es la síntesis de los cambios que ha experimentado el mundo de la co-- municación desde hace un cuarto de siglo.

Así, en 1950 había en 5 países servicios fijos de televisión. Cinco años más tarde, este número subió a 17 y en 1960 se había multiplicado por cuatro. Diez años más tarde, más de cien países, tenían servicios audiovisuales. Hoy en día, con excepción de algu-- nos países de Africa y Asia, existe en todo el mundo: en más de 133 países, en comparación con 103 de hace diez años. (Cuadro No.39)

EXPANSION MUNDIAL DE LOS TRANSMISORES DE TELEVISION DE 1965 A 1977

REGIONES	1965	%	1970	%	1975	%	1977	%
TOTAL MUNDIAL	8550	100	17700	100	29000	100	32900	100
AMERICA DEL NORTE	2820	33	3850	21.7	4360	15	4420	13.4
EUROPA	3550	41.5	7900	44.6	14900	51.3	16300	49.5
ASIA	1100	12.9	3780	21.3	6700	23.1	9000	27.3
AMERICA LATINA	250	3	460	2.6	640	2.2	650	2
AFRICA	100	1.2	140	0.8	230	0.8	250	0.7
URSS	650	7.6	1340	7.6	1800	6.2	1840	5.6
OCEANIA	80	0.9	230	1.3	370	1.3	440	1.3

Cuadro elaborado con base en los datos apreciados en el Anuario Estadístico, UNESCO, 1980.

FUENTE: La Industria en América Latina, CEESTEM, obra cit. p. 261.

La causa de este rápido desarrollo fue provocado por las necesidades de modernización cultural, los intensos programas de comercialización de la tecnología audiovisual, el aumento del ingreso familiar, el perfeccionamiento electrónico del producto, etc., pero sobre todo por el descenso significativo del precio promedio de los aparatos receptores, generado por la producción en serie de los mismos, como se constata en el caso norteamericano. (Cuadro No. 39).

CUADRO NO. 39

COSTO PROMEDIO DE LOS TELEVISORES NORTEAMERICANOS DE 1946 a 1953.

AÑO	COSTO PROMEDIO
1946	500 Dls.
1947	400
1948	350
1949	320
1950	360
1951	370
1952	370
1953	230

Además de lo anterior hay que considerar que los televisores que en 1952 se vendían en los E.U.A. a 370 dólares tenían pantallas mayores y eran de mejor calidad que los vendidos a 500 dólares en 1946. Por añadidura, entre 1946 y 1952, el ingreso medio por familia se había elevado de 3940 a 5122, de modo que el televisor de 1952 no sólo era mayor, más barato y superior en eficiencia, sino que, en lugar de significar el 13% del ingreso anual familiar medio, como ocurría en 1946, sólo representaba el 7%. En

1976, el precio medio al pormenor de un televisor de color era de 525 dólares, y el ingreso familiar medio para esa época había aumentado a 8700 dólares, lo que significaba que un aparato medio más complicado costaba menos del 7% de dicho ingreso. (61)

Paralelamente a la expansión de esta tecnología audiovisual, surge un nuevo auditorio masivo, que se forma básicamente, por el desplazamiento de los viejos auditorios de las anteriores tecnologías de información. De esta forma, en este mismo período de tiempo, el número de receptores de T.V. se multiplica por dos, y crece a 366 millones, esto es, 117 por cada 1,000 habitantes. La distribución de estas cifras por regiones indica que existe un televidente por cada dos personas en América del Norte, 4 en Europa y en la URSS, 12 en América Latina, 40 en los países árabes y en Asia, y por último, 500 en Africa. En la actualidad el total mundial de receptores de televisión asciende a más de 400 millones. (62) (Cuadro No. 40, No. 41 y No. 42).

No obstante este gran desarrollo que ha alcanzado la televisión, solamente en los países que están por encima de un cierto nivel de desarrollo, puede considerarsele como un medio de comunicación de masas. Esto debido a que en los grupos de naciones menos privilegiadas hay todavía un gran número de países que no tienen televisión ó cuya televisión atiende únicamente a los centros urbanos y no suele llegar más que a las clases socioeconómicas más altas de la población. Por ello, casi la mitad de los países en desarrollo tienen un sólo estudio de televisión. En América Latina, hay dos países que carecen de ella. En Asia existe en las tres cuartas partes del continente, y en Africa sólomente un 60%

CUADRO NO. 40

DISTRIBUCION DE LOS PAISES SEGUN EL NUMERO DE RECEPTORES DE T.V. POR CADA MIL HABITANTES DE 1960 A 1979

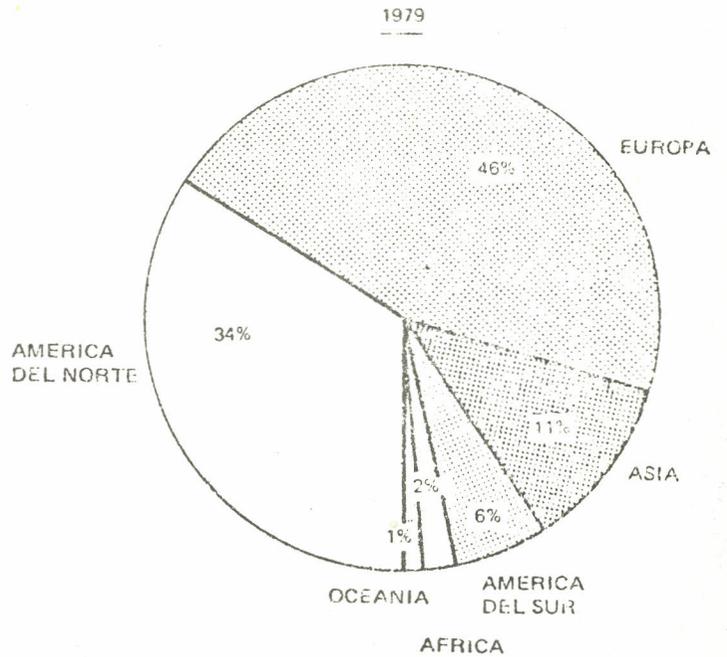
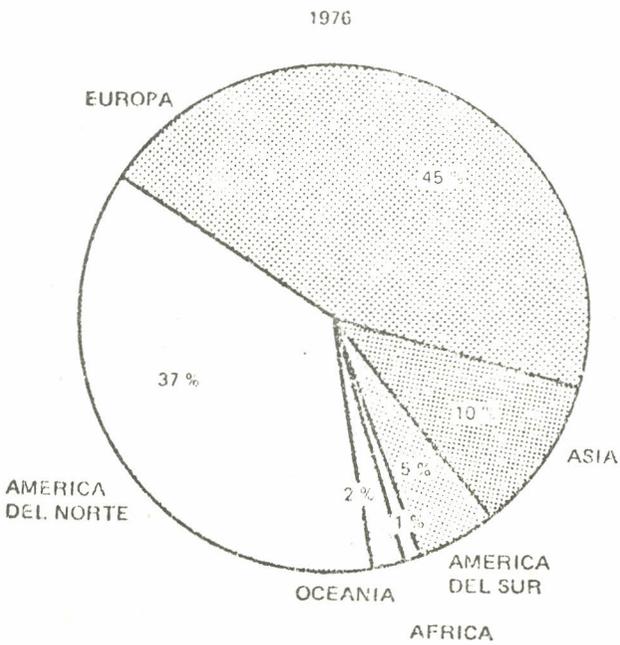
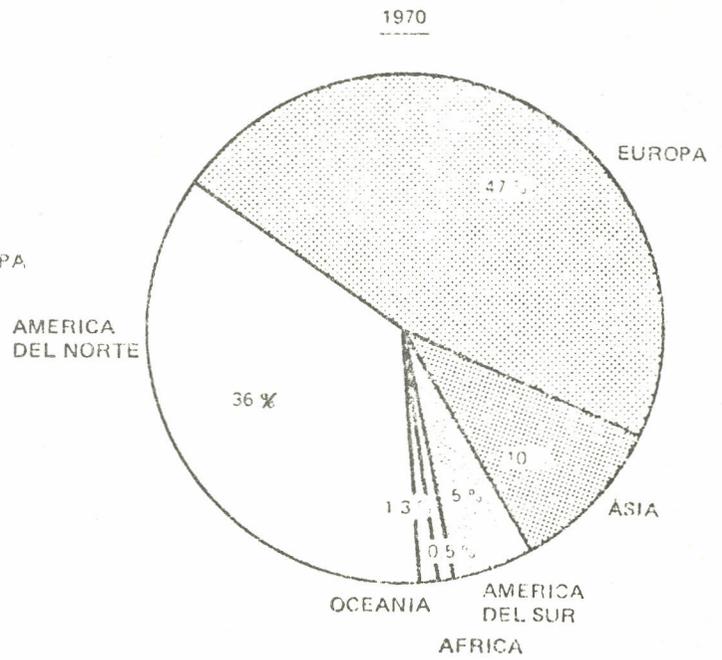
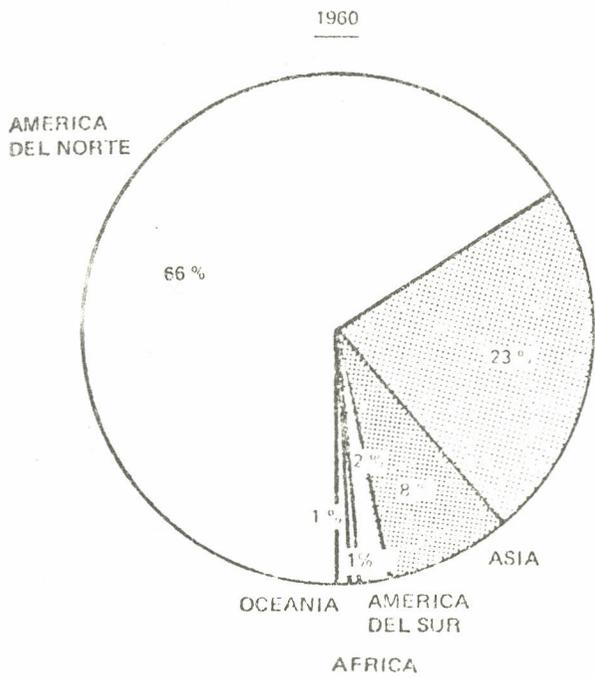
CONTINENTE	AÑO	NUMERO TOTAL DE PAISES	NUMERO DE PAISES CON EL NUMERO SIGUIENTE DE RECEPTORES, POR 1000 HABITANTES.						
			AL MENOS 1	2 a 10	11 a 20	21 a 50	51 a 100	101 a 200	más de 200
AFRICA	1960	5	3	2	-	-	-	-	-
	1976	31	11	9	3	6	2	-	-
	1979	36(9) ¹	1	9	4	5	3	1	-
AMERICA DEL NORTE	1960	14	2	6	3	-	1	-	2
	1976	27	-	3	2	4	6	4	8
	1979	29	-	1	1	-	6	8	10
AMERICA DEL SUR	1960	8	2	2	2	2	-	-	-
	1976	12	-	1	1	2	5	3	-
	1979	12	-	-	2	2	1	7	-
ASIA	1960	17	7	9	-	-	1	-	-
	1976	30	2	6	4	6	4	7	2
	1979	30(3) ¹	1	3	2	4	4	5	5
EUROPA	1960	24	-	5	3	8	5	2	1
	1976	32	-	1	-	-	1	9	21
	1979	33	1	-	-	1	-	6	24
OCEANIA	1960	2	1	-	-	-	-	1	-
	1976	6	-	-	-	-	1	2	3
	1979	8	-	-	1	1	-	3	3
TOTALES MUNDIALES	1960	70	15	24	8	10	7	3	3
	1976	138	13	19	10	18	19	25	34
	1979	148	8	13	10	13	14	30	42

1. El número entre paréntesis es el número de países que disponían de menos de un receptor por 1,000 habitantes.

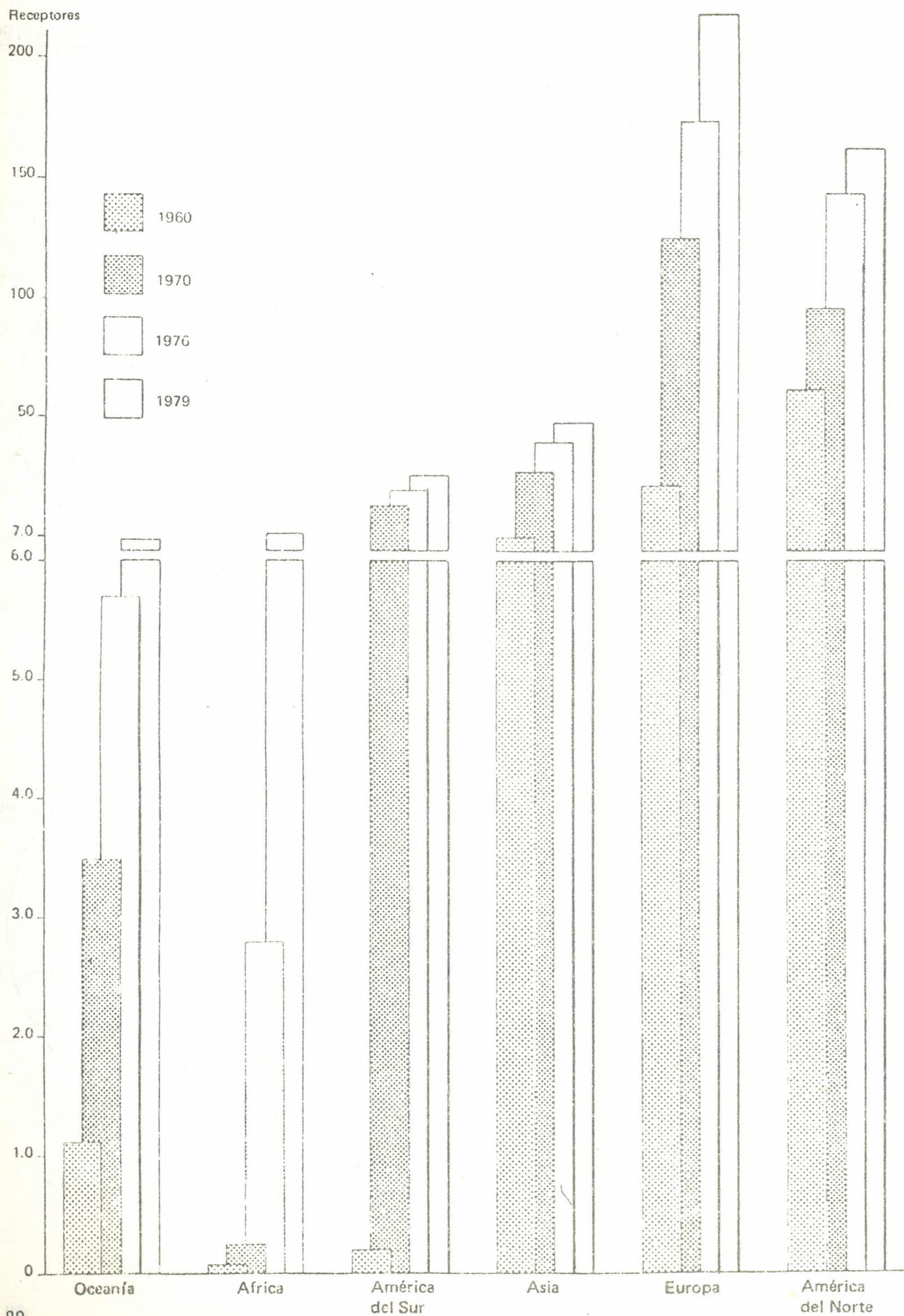
En 1979, no se disponía de información acerca de 4 países de Africa de un total de 40; de 3 países de América del Norte de un total de 32; de 3 países de Asia de un total de 33; de 1 país de Europa de un total de 34.

CUADRO NO. 41

DISTRIBUCION MUNDIAL DE LOS RECEPTORES DE T.V. POR CONTINENTES DE 1960 A 1969



NUMERO TOTAL DE RECEPTORES DE TELEVISION POR CONTINENTE DE 1960 A 1979



de los países tienen servicio de televisión. En cierta medida, es to es deliberado pues ciertos países han decidido que la televi-- sión, tanto en blanco y negro como en color, es un gasto injusti- ficado, por existir otras necesidades más prioritarias (Cuadro No. 43). (63)

CUADRO NO. 43

DISTRIBUCION MUNDIAL DE LA T.V. POR PAISES DE PNB MODESTO; MEDIO Y DESARROLLADO EN 1978

PAIS	NUMERO DE PAISES	PAISES QUE TIENEN TELEVISION.	PAISES QUE TIENEN LA TELEVISION EN COLOR.
A. PNB MODESTO	45	28	3 (6% de los países)
B. PNB MEDIO	56	56	33 (59% de los países)
C. PAISES DESA RROLLADOS	27	27	24 (89% de los países)

FUENTE: World Radio and T.V. Handbook, 1979.

En esta forma, el nuevo tejido cultural que produce la tecno- logía televisiva, gradualmente altera la posición que ocupan las redes tradicionales de información y modifica los anteriores há- bitos culturales que relacionan macrosocialmente a los ciudada- nos, creando una nueva vinculación audiovisual entre los indivi- duos. De esta manera, la televisión se consagra como el aparato cultural más perfeccionado en el capitalismo avanzado.

E. - LA PENETRACION DE CABLEVISION

Finalmente, el acelerado desarrollo que alcanza la T.V. como moderno aparato cultural, es rápidamente complementado a principios de la década de los años 50's, por la introducción de un nuevo sistema de televisión: el cablevisión. Así, gradualmente aparece una novedosa red de comunicación de aspectos múltiples que mediante una antena colectiva, cables coaxiales, fibras ópticas, y otros materiales eléctricos perfeccionados, transmite en banda ancha -- (30 ó 40 canales) una gran variedad de informaciones y atiende a las demandas individualizadas en sentido duplex.

Comparado con la multiplicación de otros medios de comunicación, la curva de crecimiento de cablevisión mantiene ciertas semejanzas con la de la expansión de la T.V.: un comienzo lento y un repentino salto ascendente en lo que parece ser el fenómeno de autoaceleración que caracteriza la rápida expansión de los medios de información de masas más modernas. En esta forma, encontramos que, por ejemplo en los E.U.A. esta novedosa tecnología crece de 1952 a 1977, más de un 25% (Cuadro No. 44 y No. 45), y que en Canadá de 1950 a 1973 esta nueva infraestructura de teledistribución de imágenes penetra en más del 16% de los hogares del país. (Cuadro No. 46).

Hacia 1978 dicho sistema madura enormemente y propicia que los principales países desarrollados implementen ampliamente este nuevo complejo informativo a través de distintos modelos de organización. De esta manera, para estas fechas, en los E.U.A. existían casi 4,000 sistemas de cable que atendían a 19 millones de abonados, es decir, a un hogar americano de cada cinco; y es pro-

CUADRO NO. 44

CRECIMIENTO DEL SISTEMA DE CABLEVISION EN LOS E.U.A. DE 1952 A 1977

<p>AÑO</p>	<p>NUMERO DE SISTEMA</p>	<p>NUMERO DE SUSCRIPTORES (AGREGAR 000)</p>	<p>PORCIENTO DE T.V. HOGARES CON CABLE.</p>	<p>PROMEDIO DE SUSCRIPTORES POR SISTEMA.</p>
1952	70	14	0.1%	200
1953	150	30	0.2	200
1954	300	65	0.3	217
1955	400	150	0.5	375
1956	450	300	0.9	667
1957	500	350	0.9	700
1958	525	450	1.1	857
1959	560	550	1.3	982
1960	640	650	1.4	1,016
1961	700	725	1.5	1,036
1962	800	850	1.7	1,063
1963	1,000	950	1.9	950
1964	1,200	1,085	2.1	904
1965	1,325	1,275	2.4	962
1966	1,570	1,575	2.9	1,003
1967	1,770	2,100	3.8	1,186
1968	2,000	2,800	4.4	1,400
1969	2,260	3,600	6.1	1,593
1970	2,490	4,500	7.6	1,807
1971	2,639	5,300	8.8	2,008
1972	2,841	6,000	9.6	2,112
1973	2,991	7,300	11.1	2,441
1974	3,158	8,700	13.0	2,755
1975	3,506	9,800	14.3	2,795
1976	3,651	10,800	15.5	2,958
1977	3,800	11,900	17.3	3,132

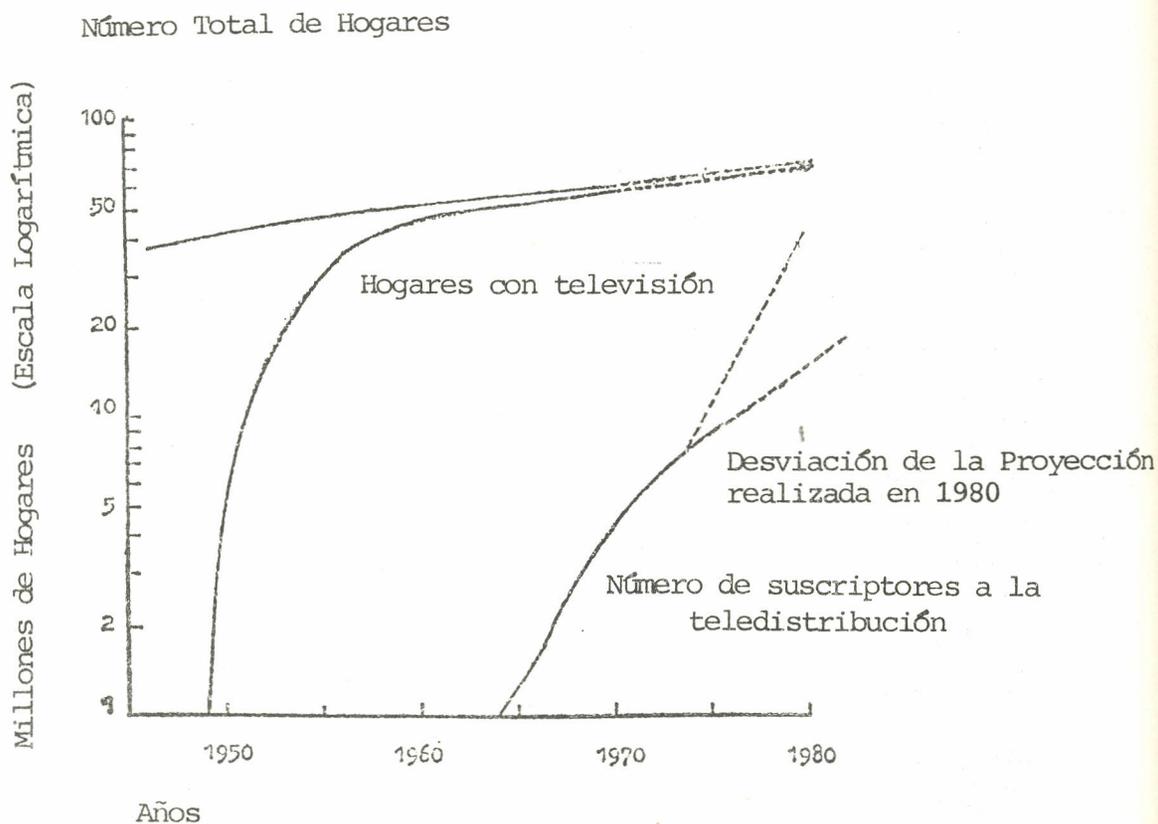
SOURCES: Data originated by Television Digest, reprinted in annual issues of Television Factbook and in Statistical Trends in Broadcasting annual.

NOTE: All figures are estimates and are as of January 1 each year.

FUENTE: The Mass Media: Aspen Institute Guide to Communication Industry Trends, Obra cit, p. 56

CUADRO NO. 45

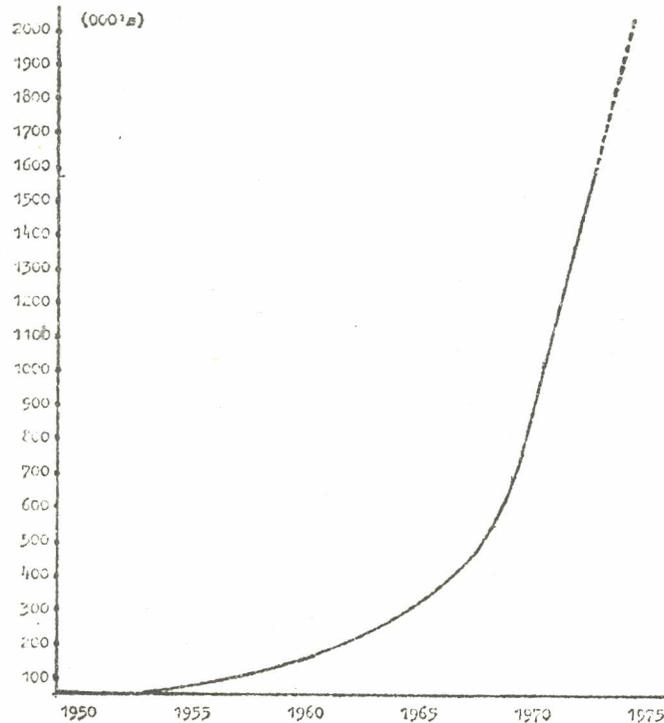
INCREMENTO DEL NUMERO DE ABONADOS A LA TELEDISTRIBUCION NORTEAMERICANA DE 1950 A 1980.



FUENTE: Walter S. Baer, Les Récents Developpements de la Teledistribution Aux Etats Unis, en: Rev. Communications No. 21, Ecole Practiques Hautes Etudes. Centre De Etudes Transdisciplinaires, Ed. Seuil, París, Francis 1974, p.157

CUADRO NO. 46

CRECIMIENTO DE ABONADOS PARTICULARES A LOS SISTEMAS CANADIENSES
DE CABLEVISION DE 1950 A 1975



FUENTE: James R. Taylor, Le Fédéralisme et la Cablodiffusion.
L' Expérience Canadienne, en : Rev. Communications No.21,
Ecole Pratiques Hautes Etudes, Centre De Etudes Transdi-
ciplinaires, Ed. Seuil, Paris, France, 1974, p. 170.

bable que para 1985 la televisión por cable llegue a más del 30% del auditorio norteamericano. Canadá cubre el 48.5% de los hogares, Bélgica el 60% aproximadamente, Dinamarca el 50%, Suiza el 25%, El Reino Unido 20% con carácter experimental, y Austria el 2.5% en proyecto. (Cuadro No. 47)

CUADRO NO. 47

LA TELEVISION POR CABLE EN LOS PAISES DESARROLLADOS

Países	Número de receptores de cable (en miles de unidades).	% de receptores,	Programas locales independientes.
Estados Unidos de América ^a .	19,397	17.1%	Sí
Canadá ^b	3,144	48.5% de los hogares.	Sí
Bélgica ^d	1,674	60% aprox.	Algunos experimentos
Reino Unido ^c	2,000 en 1974 4,000 en 1979	20%	Con carácter experimental
Suiza ^c	445	25%	No
Austria ^c	50	2.5%	En proyecto
Dinamarca ^c	730	50%	Algunos experimentos.

FUENTES: a Statistical Abstracts of the United States 1979.

b Centre Cultural Canadien, París.

c Le financements des canaux communautaires et des canaux d'accès public des réseaux de télévision par câble dans les pays membres du Conseil de l'Europe -Publication du Conseil de l'Europe- 1977.

d Embajada de Bélgica en París.

REFERENCIA: Un sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 160.

Ante el despertar de esta nueva tecnología de información, - podemos pensar que el desarrollo de la televisión por cable, que se explota ya intensivamente en varios países y que constituye -- una posible solución a este problema, brinda la ocasión de utilizar un número prácticamente ilimitado de canales con múltiples fi nes: programas muy diversificados de esparcimiento y cultura; mayor variedad de programas comerciales y públicos en el plano local; canales bidireccionales para los servicios comerciales, educativos y personales, y un gran número de otras operaciones, que comprendan la búsqueda y transmisión de información almacenada en la memoria de una computadora. Estos servicios, distribuidos por cable ofrecen a los telespectadores un gran número de nuevas apli caciones de sus televisores: periódicos electrónicos, servicios de biblioteca, servicios postales y bancarios. La introducción de estas nuevas posibilidades, adaptables a la terminal video del telespectador, trae consigo nuevas formas de recepción individualizada, en vez de dirigirse a un público de masas. En ciertas --- circunstancias, esto puede traer consigo un peligro de fragmentación del auditorio. (64)

Ahora, si bien parece posible que el desarrollo intenso de los servicios de teledistribución por cable pueda revolucionar la índole y la estructura de los sistemas de comunicación, dando nuevas dimensiones a la libertad de recibir y difundir información, también es cierto, que la televisión por cable plantea diversos - problemas jurídicos, financieros, económicos y sociológicos que em piezan apenas a entereverse y resolverse. Por ello, el sistema del cable puede ser un buen ejemplo de la aplicación de un axioma relativo al desarrollo de la comunicación, según el cual hay que --

adaptar minuciosamente las innovaciones técnicas a las condiciones propias de la sociedad y del sector del que se trate.

En suma, podemos pensar que con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que alcanzan todas las tecnologías de comunicación, el estado capitalista estrena un nuevo sistema nervioso cultural que transforma el interior de la estructura de la sociedad civil tradicional. Con ello, el estado entra en una nueva etapa cultural que modifica todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales, y coloca a los medios de comunicación como los principales aparatos ideológicos del capitalismo avanzado.

III.- LA METAMORFOSIS DE LA SOCIEDAD CIVIL.

Con el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación, se genera un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias y ya no primarias de la sociedad civil. Sin embargo, no obstante este interesante corrimiento ideológico que se crea, el fenómeno más importante que se produce, ante todo, implica una radical transformación del interior de la estructura de la sociedad civil.

Esto significa, que antes de la emergencia de los medios de comunicación, la esfera cultural de las sociedades industrializadas poseían una sólida infraestructura material de producción, circulación e inculcación de las ideologías, basadas fundamentalmente, en procedimientos mecánicos y grupales de elaboración de la cultura. Dichos apoyos técnicos fueron eficientes para formar

una red de canales productores y distribuidores de las significacio nes, y con ello, mantener adecuadamente cohesionada la dirección de la opinión pública de las sociedades pre-monopólicas, vía la acción hegemónica.

Sin embargo, con el advenimiento de la sociedad de masas a principios del siglo XX, la organización de la población en grandes centros urbanos, la necesidad de ampliar el mercado mundial, el requerimiento de alfabetizar y educar a los enormes conglomerados sociales, la necesidad de incrementar el patrón de concentración de capital, la obligación del estado de regular y conducir ideológicamente a los enormes grupos sociales, y la gran acumulación de conocimientos y experiencias tecnológicas que se heredan con la Primera y Segunda Guerra Mundial, dan origen a los medios de comu nicación y a su correspondiente cultura de masas.

Estos nuevos mediadores tecnológicos de formación de la con ciencia penetran primero en el escenario cultural de los países centrales a través del circuito comercial, y posteriormente, se irradian al espacio ideológico de las sociedades periféricas a través del mismo proceso. La introducción de estas modernas tecno logías productoras e insemadoras de símbolos en la esfera super estructural, convulciona la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalecientes. Esto es con el surgimiento de los medios de comunicación, se revoluciona paulatinamente la base cul tural y el conjunto de soportes institucionales de la sociedad ci vil, al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucha perfec ción el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores. Con su incursión y operación se alteran

radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido, en una idea de elaboración de la conciencia social. Su presencia representa el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se enclava, a tal grado, en las víceras de la sociedad civil, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapa premonopolista, da origen a un nuevo "modo de comunicación" que se distingue por la forma ampliada de elaborar y distribuir las ideologías.

Es a partir de este instante que la sociedad civil experimenta un sustancial salto cualitativo, al construir las tecnologías de comunicación una nueva relación macro social entre los hombres: la mediación informativa entre grupos e individuos. Desde este momento, la elaboración de la conciencia histórica de las personas y organizaciones sociales pasa a depender en un alto grado de esta mediación cultural. Por ello, desde el instante en que se modifica esta relación informativa que se da entre las máquinas de producción de la conciencia y los individuos, se genera un cambio en la esfera ideológica. En resumen, podemos decir que -- existe una relación de reciprocidad histórica entre los cambios operados en las tecnologías productoras del sentido y los cambios que se dan en la sociedad civil: a mayor revolución de las tecnologías de información, mayor transformación de la sociedad civil; y a menor modificación de las tecnologías de comunicación, menor alteración del equilibrio de la sociedad civil.

Ahora bien, si consideramos, por una parte, que a mayor mo-

dernización de las tecnologías de información se da una mayor convulsión de la sociedad civil, y por otra, que la línea de evolución tecnológica de los medios de comunicación muestra cada vez más, un rápido y sostenido perfeccionamiento material como lo comprueba la aparición de la prensa (1450), el cine (1880), la radio (1910), la televisión (1920), la cablevisión (1940), las computadoras (1950), los satélites (1960), el rayo laser (1970), el teletetexto (1975) y la macro y micro electrónica (1980); concluimos -- que la presencia de cada nueva tecnología cultural está cambiando la relación de esta mediación, y por lo tanto, la estructura de la sociedad civil con mayor fuerza y rapidez está entrando en etapas de profunda revolución interna.

Pero lo más importante en la creación de esta mediación cultural, no es la rápida renovación ó superación que logra cada reciente tecnología informativa que nace, sino que detrás de la aparición de cada una de estas máquinas de producción del conocimiento, se inicia un nuevo proceso de educación hegemónica sobre la sociedad que reestructura los anteriores procesos de instrucción colectiva que se heredan de antaño. Es decir, la incorporación de toda tecnología de información a un contexto ó mapa ideológico, conlleva implícitamente la introducción de un nuevo proceso de aculturación cotidiana de los usuarios, que organiza socialmente su conciencia y hábitos diarios según sean las necesidades económicas y políticas del sector que los administra.

Por ello, observamos que esta mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímbolas, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noción. Así -

por ejemplo, los aparatos de comunicación vinculan la conciencia del campesino monolingüe con las conquistas espaciales de la nave Columbia, la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del estado nacional, la religión del indígena con el consumo multinacional, la visión del niño latinoamericano con los conflictos militares de Asia, la sensibilidad de la mujer del tercer mundo con los movimientos de liberación femenina de los países altamente industrializados, etc.

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

Esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación electrónicas y espaciales, han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el motor principal de esta transformación proviene del desarrollo extremadamente intenso de las tecnologías de las comunicaciones. La generalización de la radiodifusión, el surgimiento avallador de la televisión, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el

perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, y la gran capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la tecnología de computación y de informática, han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea. (65)

Esta nueva línea de desarrollo de la tecnología cultural alcanza su esplendor en la actualidad, cuando la tecnología electrónica crea la comunicación por semiconductores. Con estos dispositivos de estado sólido y de enorme potencia, se desplaza el empleo de diversas técnicas informativas que durante muchas décadas estuvieron dominadas por los tubos electrónicos. Esto abre el camino al fomento de novedosos sistemas de comunicación de doble sentido mucho más eficaces que todos los anteriores, y en particular, a un material de comunicaciones y de control más ligero y menos voluminoso para los sectores de desarrollo estratégico y en los técnicos más adelantados.

Este trascendental progreso avanza más cuando se utilizan circuitos integrados perfeccionados que condensan muchas funciones electrónicas en pequeños fragmentos microscópicos de silicio u otras materias y que se prefabrican en serie para muchos tipos de productos electrónicos que oscilan desde las computadoras hasta las cámaras de T.V. espacial. Dichos circuitos aportan gran flexibilidad a la tecnología numérica que, hoy día, está incurriendo en el mundo de los sonidos y de las imágenes (análisis numérico). Este nuevo desarrollo tecnológico se está perfeccionando rápidamente por las exigencias que impone la carrera armamentista, la industria informática y la exploración espacial, abriéndose,

cada vez más, un inmenso campo de aplicación para el sector de la comunicación, y generándose repercusiones insospechadas para la transformación del estado y la sociedad. (66)

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más perfeccionados de las sociedades altamente industrializadas y en vías de desarrollo, que retoman la dirección y el ensamble ideológico de la sociedad avanzada.

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

La proliferación y acumulación de estas redes, crea un nuevo sistema nervioso informativo que cristaliza en la producción de un nuevo tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad civil. Este tejido cohesionada de manera distinta a la sociedad y produce una nueva cultura: la cultura de masas. Dicha cultura modifica sustancialmente el modo de vida imperante y produce un nuevo prototipo de ver, de sentir y de actuar colectivo,

como nunca antes lo había registrado la historia mundial. (67)

Esta profunda transformación de las entrañas de la sociedad civil, no se da con la sólo reproducción esponjosa y acelerada de estos vasos comunicantes, sino básicamente se logra por las nuevas conquistas físicas que estos alcanzan sobre la infraestructura heredada por los anteriores aparatos de hegemonía. Es decir, el gran cambio que se gesta al interior de la sociedad civil, no se produce por la mera multiplicación tecnológica que experimentan como inventos modernos, sino por las siguientes cinco nuevas capacidades culturales que edifican sobre las facultades mecánicas que poseían los antiguos sistemas de hegemonía: a.- su amplia cobertura de penetración ideológica; b.- su constante habilidad para multisocializar la conciencia de manera temprana; c.- su enorme poder de homogenización cultural, d.- su aguda energía para movilizar aceleradamente el auditorio, y e.- finalmente su gran potencia de legitimación continua sobre los receptores.

La conquista material de estas nuevas facultades sobre el tejido ideológico de la sociedad contemporánea, altera sustancialmente el torrente cotidiano de producción y distribución de la conciencia. Esto modifica los hábitos, apetitos y conductas culturales tradicionales e introduce la presencia de otros nuevos. Con ello, se inicia una nueva etapa histórica de la construcción transclasista de la conciencia de los individuos, desde el momento en que el corazón de la opinión pública cotidiana y de sus comportamientos prácticos derivados, cada vez más, son elaborados por las mediaciones simbólicas que producen las tecnologías de comunicación avanzadas y no por los procesos ideológicos de otros aparatos

de socialización.

Con la expansión y la consolidación gradual de los medios de comunicación y de su correlativa cultura de masas como nuevas -- fuentes de conocimientos, se relegan ó substituyen paulatinamente a las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad tradicional (68). Este fenómeno prende a tal grado que el avance tecnológico de los medios desencadena una mutación en la estructura cultural. Este cambio tiene distintas facetas, -- pero descolla con toda energía cuando por influencia de los medios, la sociedad civil pasa a ser un ámbito de formación de la hegemonía a través de acciones grupales, gremiales ó de lenta cobertura institucional, a ser un espacio construido por un nuevo tejido -- tecnológico que produce un novedoso ecosistema cultural de la sociedad civil.

De esta manera, en el período más breve de toda la historia universal, los medios de información de masas desplazan las vías convencionales de comunicación que integran a la comunidad contemporánea, y se convierten rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica, con que cuentan las sociedades -- presentes. Es a través de éstas que crea el nuevo sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del estado moderno. Es por mediación de ellos, que la sociedad avanzada integra su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Este fenómeno fabrica un nuevo entorno ideológico que altera el mapa cultural existente hasta el momento en las sociedades industrializadas y ubica a las técnicas de información como las -- principales instituciones que articulan culturalmente la base --

económica con la superestructura social. Esta presencia incisiva de los medios de comunicación corrige profundamente la división del trabajo cultural que ha creado el estado monopolista en el -- centro y el estado de industrialización tardía en la periferia. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soportan al estado, y esto, genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan al interior de la esfera cultural de -- las sociedades presentes.

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

De esta forma, desde este momento, los medios de comunica--- ción modifican la estructura de la sociedad civil heredada por la sociedad capitalista del siglo XIX, y pasan a constituir la ins-- tancia ideológica principal, desde la que se subordina, y en gran parte se reemplaza, a la familia, la iglesia, la escuela y otros aparatos de socialización cultural. A partir de este momento, los aparatos de comunicación se convierten en el epicentro cultural

que dirige y esculpe los marcos ó referentes fundamentales de la sociedad civil.

IV.- LAS TECNOLOGIAS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DEL NUEVO ESTADO AMPLIADO.

La emergencia de los medios de comunicación dentro de las su perestructuras ideológicas de las sociedades capitalistas, no sólo representa la radical transformación del interior de la sociedad civil, sino que, básicamente, el fenómeno más relevante que produce, es la creación de una nueva dimensión ideológica de la sociedad. Esto es, en términos generales, puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad en su conjunto sufre una gran dilatación cultural, desde el momento en que todos los individuos ó grupos sociales pueden extender la realiza ción de sus tareas ó funciones específicas a través de las técnicas de información. (69)

La sociedad entra entonces, en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas. Sin embargo, debido a que los medios de comunicación, no son entidades "autónomas" ó "neutrales" como lo presentan las versiones funcionalistas de la comunicación (70), sino que son in termediarios técnico-industriales de las relaciones sociales que se dan al interior de la sociedad, sóloamente pueden participar a través de estos aquellos grupos que tienen acceso al control y di rección de los mismos.

Por consiguiente, siendo que en la sociedad capitalista, las grandes tecnologías de información (prensa, cine, radio, televisión, cablevisión, satélites, computadoras, redes de datos, etc.) están subordinados por las fracciones gobernantes mediante factores primarios (propiedad de los medios, desempeño como industrias culturales, financiamiento institucional y marco jurídico) y factores secundarios de poder (control de la producción, circulación e infusión del sentido), únicamente pueden actuar por medio de estos los estratos dirigentes (71). Estas funciones dominantes son quienes forman en esencia al estado en sentido amplio. En consecuencia, quien puede intervenir socialmente vía estos aparatos de información, no son todos los sectores de la sociedad, sino el estado en sentido extenso.

Es por ello, que con la presencia de los medios de comunicación lo que se transforma a corto plazo es el esqueleto ideológico del estado, y a largo plazo, el de toda la sociedad en su conjunto. De esta manera, con la acción de las tecnologías de información el estado experimenta una gran transformación al interior de su estructura cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una nueva fasceta del poder: el moderno estado ampliado. (72)

Históricamente esta dilatación del estado no se inicia con la presencia de las tecnologías de información, sino con la aparición de las primeras instituciones ideológicas como la familia, la iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etc., que posibilitan las primeras expansiones culturales del gobierno. Sin

embargo, con el desarrollo de estas nuevas herramientas intelectuales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufren un desplazamiento sustancial del lugar central -- que ocupan, para dar paso al surgimiento de una nueva ampliación del bloque en el poder, vía las modernas tecnologías de comunicación. (73)

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del estado ampliado se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del estado ampliado; y a menor desarrollo de las -- tecnologías de comunicación, menor ampliación del estado. Así, observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de información, provoca una nueva transformación ó desdoblamiento del estado ampliado y de la sociedad. En efecto, analizando a groso modo, la expansión de los medios electrónicos, encontramos tres grandes -- razgos de evolución que ha presentado el estado ampliado, según ha sido el grado de perfeccionamiento tecnológico y social que ha alcanzado cada uno de éstos.

Con el germinar de la primera generación de aparatos de comunicación entre 1907 y 1920 (T.V. en blanco y negro, radio de amplitud modulada, reducida cobertura radiofónica, bajo consumo televisivo del auditorio, etc.), aparece una primera cara embrionaria del estado ampliado que se caracteriza por el refuerzo aislado y burocrático de las principales instituciones privadas y gubernamentales a través de éstas. En este período los medios son empleados como meros portavoces de las tareas que ejerce cada aparato

estatal, sin cristalizar en la elaboración de proyectos de cohesión nacional, sino simplemente de unión y extensión ministerial.

Con la presencia de la segunda generación de medios de comunicación electrónicos entre 1920 y 1950 (T.V. color, aparatos portátiles, radio en frecuencia modulada, mayor cobertura radiodifusora, aumento del tiempo de exposición a los medios, etc.), surge un segundo rostro del estado ampliado que se distingue por producir programas de integración y conducción nacional a través de estos. Con ello, se amplía la base social de los regímenes democráticos ó de otro corte, al proveer de mayor difusión de información a todos los sectores sociales, lo que se traduce en una mayor participación social. En esta etapa las tecnologías de información entran en estrecha coordinación con las industrias nacionales, a fin de consolidar sus proyectos de concentración y acumulación de capital. Así, se elabora una nueva identidad del estado basada en los proyectos de homogenización y masificación cultural de la población.

Finalmente, con el nacimiento de la tercera generación de medios de comunicación de 1950 a 1985 (cablevisión, satélites, videodisco, teletexto, computadoras, con enorme cobertura y gran rating de audiencia, rápido flujo de programación, gran versatilidad de ubicación, etc.), aparece una nueva faceta del estado ampliado nacional que entra en oposición con el estado ampliado transnacional. Se da así una cara híbrida del estado provocada por la lucha y yuxtaposición cultural que libra el proyecto multinacional y el proyecto nacional, a través de los medios de comunicación.

La especificidad de este flamante estado ampliado, se caracteriza porque, a través del nuevo tejido tecnológico que construyen los medios de comunicación en la superestructura social, estas alcanzan una nueva inserción orgánica más profunda que la que obtiene la iglesia, la escuela, los partidos políticos, etc. como aparatos de hegemonía. Con estas nuevas herramientas culturales el estado riega, abona y cultiva permanentemente el tejido social con las ideologías coyunturales que cotidianamente

produce desde su base material. Con ello, en algunos casos fortalece y vitamina las células económicas y políticas que le dan vida, y en otros, "cura" ó "restituye" aquellos órganos que entran en fase de "putrefacción social".

Esta nueva articulación estructural se efectúa de manera más integrada con los aparatos de comunicación que con las tradicionales instituciones de hegemonía, debido a las nuevas capacidades orgánicas que estos conquistan para cohesionar a la población, y que son: su alto grado de penetración ideológica, su contacto permanente que establecen con el auditorio, y la saturación constante que alcanzan sobre los campos de conciencia de la mayoría de los grupos sociales.

De esta forma, mediante los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, el estado conquista una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Es decir, las funciones ideológicas que antaño ejercía el estado a través de pesados y burocráticos aparatos administrativos, jurídicos, fiscales, pedagógicos, económicos, etc., ahora son realizados con mayor ligereza ó suavidad por medio de las tecnologías de información, sin que por ello, la infraestructura organizativa de los primeros desaparezca, sino que simplemente se reforma.

Dichas funciones son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos por los que atraviesan, e impactan, dependiendo de lo anterior, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, por un lado, a través de sus prácticas ideológicas las tecnologías de información, influyen en las áreas políticas,

económicas, morales, psíquicas, sexuales, etc., etc., del cuerpo social. Por otro, mediante éstas realizan operaciones financieras, de modernización cultural, de reproducción de la energía laboral, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de secularización o desecularización masiva de la cultura, de participación ó marcotización social, de organización económica, de concentración de valor, etc., etc.

Dentro de esta última gama, destacan por su importancia la realización de las siguientes 10 actividades ideológicas básicas para la reproducción de la sociedad, que a través de las tecnologías de información, se llevan a cabo de manera más rápida, extensa y continua:

a.- La socialización e internalización de los valores y normas que fundamentan y posibilitan la producción y reproducción de el sistema y el cambio del mismo.

b.- La conservación y transmisión del acervo histórico (tradicción, cultura, formas organizativas y operativas), como factor de cohesión, equilibrio y continuidad de la sociedad.

c.- La incorporación de las nuevas generaciones a la sociedad establecida por medio de la asimilación colectiva de la tradición heredada, de sistemas de valores predominantes, de la enseñanza de solidaridades entre individuos y grupos, y de éstos con la sociedad y el estado.

d.- La integración y cohesión cultural de la población alrededor de un programa de identificación nacional.

e.- La educación y organización política de la sociedad según los requerimientos de cada coyuntura social.

f.- La regulación ideológica de los conflictos que amenazan la renovación hegemónica de la sociedad.

g.- La elevación de la gran masa de la población a un determinado nivel de educación técnico, cultural y moral que corresponda a las necesidades de desarrollo del sistema y a los intereses de la fracción hegemónica.

h.- La movilización colectiva de la sociedad en función a las necesidades económicas, políticas y culturales que exige cada coyuntura social.

i.- La creación y consolidación del conformismo general, como modo de refuerzo de la legitimidad y del consenso en favor del estado, y de la aceptación de la hegemonía de ciertas fracciones y clases sobre otras.

j.- Contribución a la emergencia y mantenimiento de un prototipo de personalidad básica. (74)

A través de la ejecución de estas actividades ideológicas, el estado efectúa distintas tareas culturales de carácter orgánico y no orgánico con el conjunto de la población. Dentro de las misiones orgánicas, es decir, aquellas que contribuyen a reproducir la estructura principal del proyecto de desarrollo establecido, figuran, entre otras, la contribución al proceso de acumulación de capital, la renovación de la capacitación de la mano de obra, la producción cultural de la identidad nacional, la exten-

sión del código lingüístico de relación básica entre los habitantes, la centralización del poder de la federación sobre las regiones y municipios, la reproducción psíquica de la fuerza de trabajo, la planificación de la natalidad, la educación política cotidiana, etc.

Dentro de las funciones no orgánicas, es decir, aquellas que no inciden relevantemente en la reproducción del esqueleto del -- proyecto histórico de sociedad, sino que simplemente contribuyen a resolver problemas aislados y coyunturales de la convivencia social, destacan, los servicios urbanos de información múltiple, la asistencia civil para urgencias, la orientación vial, las campañas de prevención médica, los programas de racionalización del uso -- del agua y la energía, etc. etc.

De esta manera a través de la realización más eficiente de -- estas tareas, las tecnologías de información se convierten en las principales instituciones productoras de hegemonía. Esta nueva posición estructural que conquistan la obtienen a partir de las actividades sociales que ejercen por vía de las ideologías que producen, circulan e inculcan.

Sin embargo, la primacía de las tecnologías de información en la articulación y consolidación de esta relación estructural, básicamente la observamos, entre otras, por la múltiple inserción orgánica que efectúan estas en el proceso de reproducción fundamental de la formación capitalista. Es decir, a través de las --- prácticas simbólico culturales que operan las instituciones de difusión de masas, se realizan simultáneamente, entre otras, las --

siguientes cinco funciones vertebrales que requiere la estructura global del sistema capitalista, para existir y reinstalarse como relación dominante dentro del conjunto de relaciones sociales que comprenden la formación económico-social.

a.- La aceleración del proceso de circulación material de las mercancías, b.- La inculcación de la ideología dominante, --- c.- Su contribución a la reproducción de la cualificación de la fuerza de trabajo, d.- La formación cultural del estado nación, y e.- la expansión de la lengua; y otras más.

Con la realización amplificada de estas tareas culturales a través de las más modernas tecnologías de información, el estado queda facultado para organizar y cohesionar a la población en función al proyecto de desarrollo que instaura desde sus relaciones sociales de producción. Mediante ello, se amplían sus bases de legalidad y se incrementa su poder para coordinar y cohesionar coyunturalmente a la población. Con esto, se obtiene la forma más segura el consentimiento activo ó pasivo que requiere la conducción del conjunto social. Así, reduce la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales orgánicos y masa de individuos, lo que a su vez, repercute en la creación de un estado más sólido. En una idea, conquista la dirección intelectual y moral del conjunto social.

De esta forma, con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el estado ampliado alcanza una nueva capacidad para ordenar y restaurar permanentemente el tejido social. Así, realiza de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación consensual de la base econó

mica de la formación histórica, con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social. Por otra, cohesiona culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil, es decir, vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales, etc.), con los aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.) y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del estado se distinguen porque a diferencia de la conducción represiva que es clara y brutalmente coercitiva, estas nuevas direcciones son sutilmente pedagógicas.

A partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama "privada de la sociedad" y se dá la expansión molecular de la clase dominante sobre el conjunto de la vida social. (75)

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

Por ello, podemos decir que en las formaciones capitalistas contemporáneas, y en particular, en las formaciones dependientes de América Latina, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos, se han convertido

do en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológicamente al sistema.

De aquí, la enorme importancia de descubrir de donde parte - la lógica de producción y expansión de las tecnologías de información. Determinarlo, será comprender el punto de partida que da vida a este nuevo estado ampliado contemporáneo.

V.- NOTAS:

- (*) Agradezco al Ing. Jaime Pontones, Director del CSPS de la Universidad Iberoamericana (UIA) la autorización para la publicación de este trabajo.
- (1) Provocado por la ausencia de una teoría crítica de los medios de comunicación, los movimientos de cambio social de izquierda, no han sabido canalizar adecuadamente el nuevo uso político de estos, como lo demuestran las experiencias de Chile, Argentina y otros países del tercer mundo. Sobre el caso consultar, Jean Baudrillard, "Requiem por los Media", en Crítica a la Economía Política del Signo, Ed. Siglo XXI, México D.F., 1ª. Ed., 1974, p. 198-202; J. Martín Barbero, Apuntes para una Historia de las Matrices Culturales de la Massmediación, Primer Foro Internacional de la Comunicación Social: Comunicación y Poder; Lima, Perú, 7 de junio de 1982, mimeografiada, p. 1 a 3; Heberto Castillo, Un Partido Revolucionario Mexicano, Revista Proceso No. 295, 19 de octubre de 1981, p. 32; Armand Mattelart, La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. 952, 14 de septiembre de 1980, p. 9; Hernán Uribe O., Los Medios: Armas de la Guerra Encubierta, en: Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación No. 4, UNAM, México D.F., 1979, p. 60 a 64; Alicia Gordon Strasser, Chile: Comunicación Masiva y Coyuntura Política (Comentario) en: Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos, obra cit., p. 71 a 75; Armand Mattelart, Los Medios de Comunicación Masiva en una Situación Prerrevolucionaria, en: Rev. Arte, Sociedad e Ideología No. 2, Agosto-Septiembre de 1977, México D.F., p. 86; Franz Hinkelammert, Dialéctica del Desarrollo Desigual, Ed. Universitarias de Valparaíso, Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, 1972, p. 125; Armand Mattelart, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina, 1973, p. 11 a 13; Armand Mattelart, Fuentes Culturales y Movilización de Masas, Ed. Anagrama, Colección Elementos Críticos No. 3, Barcelona, España, 1977, p. 28 y 29 y Armand Mattelart, Transnacionales y Mercaderías Cultural, Uno Mas Uno, 8 de julio de 1981, p. 17.
- (2) Existe un amplio consenso dentro de la incipiente teoría materialista y crítica de la comunicación de masas, que hasta 1983, ésta se encuentra en un grado elemental de desarrollo. Al respecto consultar, Hugo Assman, las Necesidades Emotivo-Utópicas de las Masas y la Comunicación Masiva, en: Teología desde la Praxis de la Liberación, Ed. Sígueme, Segunda Edición, Salamanca, España, 1976, p. 247-248; Armand Mattelart, La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, Obra cit., p. 9; Mabel Piccini, Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México D.F., 1981, mimeografiado, p. 24-26; Jesús Martín Barbero; Comunicación Masiva: Discurso y Poder, Editorial Epoca, Colección Intélgan No. 7, Quito Ecuador, 1978, p. 13 a 15 y 37 a 39; Ana María Fodul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Satero, Comunicacao, Hegemonia e Contra-Informação. (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares Da Comunicacao), Cortez Editoria, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982,

p. 10-12; Jean Baudrillard, "Requiem por los Media", Obra cit. p. 194-197; Daniel Prieto Castillo, Elementos para una Teoría de la Comunicación, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México D.F., 1978, p. 6 y 7; Mabel Piccini, La Investigación sobre Medios de Comunicación en América Latina, Simposium Nacional de Comunicación: La Experiencia de América Latina, frente a la Experiencia Norteamericana, Universidad Iberoamericana, abril de 1978, México D.F., p. 10 a 16; Eliseo Veron, Ideología y Comunicación de Masas: La Semantización de la Violencia Política, en: Lenguaje y Comunicación Social, Editorial Nueva Visión, Argentina, 1977, p. 134 y 140; Armand Mattelart, Comunicación y Cultura de Masas, en: Comunicación Masiva y Revolución Socialista, A. Mattelart, P. Biedma y S. Funes, Ed. Diógenes, México 1972, 1a. ed., p. 11 a 13; J.M. Martínez, Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, en Ideología y Medios de Comunicación, Autores Varios, Ed. Amorrortu, Argentina, 1974, p. 126-128; Mabel Piccini, La Situación de los Medios de Comunicación en Argentina, Simposium: Comunicación y Dependencia en América Latina, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., 1978, p. 13 y 14; Hans Magnus Enzensberger, Integrantes de una Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, en: Los Medios de Comunicación Colectiva, Jaime Goded (compilador), UNAM, FCPS, serie Lecturas No. 1, 1976, p. 60, 72 a 75 y 85 a 88; Hugo Assman, El Cristianismo, su Plusvalía Ideológica y el Costo Social de la Revolución Socialista, en: Teología desde la Praxis de la Liberación, Obra cit., p. 172; Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, Comisión MacBride, Fondo de Cultura Económica, México 1980, p. 40-44; y La Izquierda no ha considerado Prioritario el Tema de la Comunicación Social: Monsivais, Excel-sior, 8 -mayo- 1983.

- (3) Para una visión panorámica sobre algunos de los principales tópicos que el marxismo ha estudiado referente a los medios de comunicación, consultar Marxism and the Mass Media: Towards a Basic Bibliography, No. 1, 2, 3, 4, 5 y 6, International Mass Media Research Center, International General, New York; y Armand Mattelart y Seth Siegelanb, Communication and Class Struggle, Vol. 1, International Mass Media Research Center, International General, New York.
- (4) Incluso, podemos pensar que es poco lo que se sabe en torno al tema de la información y la sociedad civil, y que raras veces se ha tratado la significación de la comunicación dentro y como parte de la sociedad civil. Menos aún ha sido estudiado en relación con el estado y en vinculación con las nuevas tecnologías de información. Por ello, creemos que, a pesar de que en América Latina apenas empieza una actividad de investigación y reflexión tal, existe una larga tradición en la región sobre los temas tomados por separados, o sea, sobre la comunicación y sobre la sociedad. Los puentes entre las dos áreas de análisis están por construir. Esta tarea significa por un lado, acabar con muchos de los estereotipos que existen sobre los procesos de comunicación de la sociedad, y por otro, empezar a formular nuevos interrogantes acerca de ello.

Elizabeth Fox, Comunicación y Sociedad Civil: Una Temática Incipiente, en Revista Comunicación y Sociedad No. 7, Telemática y Sociedad, Buenos Aires, Argentina, 1982, p. 44.

- (5) Nos referimos a los principales textos clásicos de la comunicación, que en ninguno de sus apartados examinan esta realidad. Consultar Mr. G. Thoveron, Sociologie des Moyens de Communication Sociale, Presses Universitaires de Bruxelles, 1a. ed., Paris, 1972; A. Romero Rubio, Teoría General de la Información y de la Comunicación, Ed. Pirámide, S.A., Madrid, España; G. Maléztke, Sicología de la Comunicación Social, Ed. Epoca, Colección INTIYAN-CIESPAL, Quito, Ecuador, 1976; David K. Berlo, El Proceso de la Comunicación, Ed. EL ATENEIO, Buenos Aires, Argentina, 5a. reimpresión, 1974; Sandra Hybels y Richard L. Weaver, La Comunicación, Ed. Litton Educational Publishing, Inc., México D.F., 1976; Horacio Guajardo, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Demoscopia, México D.F., 1970; Erich Feldmann, Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, Ed. Kapellusz, Buenos Aires, 1977; Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, 1a. ed., México, 1980; Denis Mc Quail, Sociología de los Medios Masivos de Comunicación, Ed. Paidós, Argentina, 1972; Jorge H. Pole, Comunicación Social, Ed. PROLAM, Argentina, 1974; Horst Halzer, Sociología de la Comunicación, Ed. Akal, Madrid, España, 1978; Antonio García, ¿Comunicación para la Dependencia o para el Desarrollo?, CIESPAL, Colección INTIYAN, Quito, Ecuador, 1980; y muchos otros más.
- (6) Antonio Gramsci, Problemas Escolares y Organización de la Cultura, en: Los Intelectuales y la Organización de la Cultura, - obras de Antonio Gramsci, Tomo 2, Ed. Juan Pablos, México D.F. 1975, p. 125-126.
- (7) Antonio Gramsci, La Opinión Pública, en: Pasado y Presente, - Ed. Granica, Buenos Aires, Argentina, 1a. ed., 1974, p. 203.

Este pronóstico, se confirma plenamente cuando en la actualidad observamos, que los aparatos de difusión de masas, particularmente la radio y la televisión, se convierten en los principales centros productores, recolectores y distribuidores de la ideología italiana. Esto es, después de surgir la radio italiana en 1924 y la televisión en 1954, estos se reproducen vertiginosamente a escala ampliada por todo el país, hasta alcanzar en 1978 la cifra de 2,275 estaciones de radio y de 503 de televisión.

Inclusive, no sólo se irradian por toda la geografía de la nación, sino que para estas fechas, Italia desplaza a los E.U.A. como la nación vanguardista que más impacto logra en la población con sus redes radiodifusoras de inculcación ideológica - (8,240 estaciones de radio y 984 de televisión); para convertirse en el primer país del mundo, con la mayor densidad y penetración cultural propiciada por la acción discursiva de los aparatos de difusión colectiva. Es decir, si consideramos la relación existente entre el número de habitantes y en número de estaciones emisoras, encontramos que para estas fechas, en

Los Estados Unidos existe una estación de radio por cada - 25,826 habitantes, y una estación de TV por cada 216,260 habi- tantes; mientras que en Italia existe una estación de radio - por cada 24,747 habitantes y una estación de televisión por - cada 111,930 habitantes. Visto de otra forma, en Estados Uni- dos existe una estación de radio por cada 1,170 km² y una es- tación de TV por cada 9,808 km²; mientras que en Italia tene- mos una estación de radio por cada 132 km², y una estación de TV por cada 595 km². Giuseppe Richeri, Experiences Alternati- ves I: Les Stations Locales de Radio Television en Italie; Co- mision Internationale d'Etude des Problemes de la Comunica- - tion, No. 67, Paris, Francia, 1978, p. 2. Esta inercia de de- sarrollo de los nuevos soportes hegemónicos, se incrementa no- tablemente hacia 1981, cuando las estaciones de radio y tele- visión se multiplican hasta sumar en total la cifra de 6,500 emisoras, sin considerar las radios libres, que oscilan entre 1,800 y 2,000 estaciones.

Este moderno fenómeno cultural, impacta profunda y sustancial- mente la convencional estructura de conciencia de la sociedad italiana, y crea un nuevo campo ideológico donde cotidianamen- te se reproduce una porción importante de las relaciones hege- mónicas. Dicho campo cultural evoluciona al ritmo de expan- - sión de los nuevos soportes ideológicos. Así, por ejemplo, pa- ra 1954 la televisión italiana abarca a 88 mil abonados; en - 1960, a 500 mil; en 1972, rebasa los 10 millones; en 1973, cu- bre a más de 12 millones; en 1977, incide sobre 34 millones; y finalmente, en la actualidad, afecta a casi el 100% de la - población italiana.

Dicha superioridad de internalización cultural de los medios radiotelevisores, se constata empíricamente en los análisis - de audiencia realizados por la Radio y Televisión Italiana. - Revisando el espectro de consumo ideológico provocado por los aparatos de masas, encontramos, por ejemplo, que estos son- - deos muestran en 1976, que el 30% de la población adulta lee libros; el 31% asiste a los cinematógrafos, el 53% lee periód- icos; el 63% sigue las transmisiones televisivas y el 70% es - cucha radio. La RAI y sus Cincuenta y dos años de Vida, El - Día, 24 junio de 1976, p. 26. Del contacto con la televisión en 1961, la población recibe más de 25 horas a la semana de - información compuesta de la siguiente forma: noticias e infor- mación (36%), entretenimiento (19%), radiodifusión educativa y escolar (17%), programas para audiencias especiales (14%), anuncios (10%) y programas culturales (9%). World Communica- - tions. A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and - Film, Gower Press, Unipub, The Unesco Press, 1975, p. 412-416.

Para 1977, el espectro de consumo ideológico radio televisivo, avanza en forma importante componiéndose de la siguiente mane- ra (Cuadro No. 48).

AUDIENCIA RADIOFONICA Y TELEVISIVA DE LOS MEDIOS ITALIANOS

EN 1977

ESTACIONES	AUDIENCIA	ESTACIONES	AUDIENCIA
Radio de Estado (Los 3 Programas de la - RAI)	17,803.000	Televisión de Estado (Los 3 canales de la RAI)	31,103.000
Radios Locales Privados	7,615.000	Televisiones Locales Privadas	2,100.000
Radios "Extranjeros" (Monte-Carlo, Capo - D'Istria, etc)	2,438,000	Televisiones "Extranjeras" (Capo D'Istria Monte Carlo, - etc.)	1,193.000
AUDIENCIA TOTAL	27,856.000	AUDIENCIA TOTAL	34,396.000

Para 1983 este desfase cultural se acentúa a tal grado, que la actividad cultural y recreativa del país es arrasada - por la competencia de la televisión, especialmente, por las - cadenas privadas y por la crisis económica. De esta forma, du - rante este año el teatro sólo captura 10 millones de especta - dores, la música 7 millones, el cine 190 millones (264 millo - nes menos que en 1976) y la televisión 8,000 millones de per - sonas, lo cual le aporta multimillonarios beneficios a esta - industria en detrimento de las demás. La TV Perjudicó a los - Espectáculos Italianos, Excelsior, 31 de diciembre de 1983.

Incluso, la superioridad de exposición de la población a los medios radiofónicos, especialmente televisivos, ha provocado en Italia el mismo fenómeno de desplazamiento de medios que - se observa como tendencia en todo el mundo industrializado. - Este es el caso del cine y del teatro que desde 1977 hasta - 1981, por la feroz competencia que le representa la televi - sión, 1,500 salas de cine y el 50% de los teatros son obliga - dos a cerrar. Privatização da TV Italiana, GERAES, No. 31, De partamento de Comunicación Social de la Universidad Federal - de Minas Geraes, Brasil: Septiembre de 1981, p. 5-10

De esta forma, se confirma que el surgimiento y desarrollo de los medios electrónicos de transmisión de masas, ha operado - una profunda transformación al interior de la sociedad civil italiana. Esto ha significado, que sin dejar de funcionar el resto de aparatos hegemónicos del estado italiano (escuela-fa - milia, organizaciones culturales informales, aparatos de rela - ciones públicas, iglesia, rama jurídica, partidos políticos),

éstas han sido desplazadas, y refuncionalizadas, para legar - la tarea principal de construcción de la hegemonía a los aparatos de difusión colectiva. Este fenómeno, se comprueba claramente con muchos ejemplos, pero uno de los más destacados, en sentido positivo, aparece en 1954 cuando después de muchos años de labor continua y sistemática, el aparato educativo italiano sólo logra que el 18% de la población emplee el italiano como lengua oficial y el 81% restante utiliza diversos dialectos, empleando el idioma oficial sólo cuando tiene que comunicarse por escrito. Sin embargo, a partir del surgimiento y rápido desarrollo de la TV en esta fecha, el uso del italiano se extiende velozmente por todo el país, logrando algunos años después que más del 70% de la nación quede integrada culturalmente por la utilización de la lengua oficial. Sobre la Comunicación Radiotelevisiva, El Día, 27 de febrero de 1971, p. 14.

Otro caso aparece, en sentido negativo, cuando después de 23 años de impartición de programas televisivos estadounidenses por las estaciones italianas públicas y privadas, se produce un notable coloniaje norteamericano via la televisión. Esto se da a tal grado que el mayor porcentaje de audiencia lo ocupan las películas, telenovelas, campañas publicitarias y programas de entretenimiento norteamericanos. Dicho fenómeno ha avanzado en tal proporción que la vedette o figura principal, la que más agrado despierta en el público de la TV y la mejor pagada es, para frustración de algunas decenas de chicas italianas, una rubia de 23 años, originaria de Sacramento, California: Heather Parisi, la protagonista de "Fantástico 4".

Incluso la asimilación de este retroceso cultural penetra a tal grado en los sectores disidentes del país, que el propio Walter Velteroni, responsable del sector de medios de comunicación del Partido Comunista Italiano, confiesa "cuando estoy con mi mujer en casa en las tardes y prendemos el televisor para ver Dinastía y no Casa Cecilia, me siento bien. Casa Cecilia es producida en Italia. Lo mismo sucede cuando vamos al cine. Prefiero lo de importación y en especial lo estadounidense. Pero yo mismo me pregunto: Nosotros, los italianos, los que hemos inventado el teatro y la comedia a la italiana, los "spaghetti-western" y tantos otros géneros cinematográficos y que en cierto sentido hemos sido los primeros de las series, ¿por qué aceptamos de tan buena gana las películas extranjeras y no las nacionales?". Italia Bajo Coloniaje Televisivo, Excelsior, 27 de diciembre de 1983; Series Estadounidenses Invaden Italia, Excelsior, 28 de diciembre de 1983 y TV na Italia: A Briga pela Farmacao de Redes Nacionales, Boletín INTERCOM, No. 28, marzo de 1981.

Para ampliar este panorama del caso italiano, consultar La Experiencia Italiana en Radiodifusión; Raúl Cremoux, Excelsior, 17 de agosto de 1981, p. 15-B; Invaden las Ondas de Europa las Radiodifusoras "Libres", Uno Mas Uno, 22 de febrero de 1981; Hay 1,500 Emisoras de Radio y TV en Italia, Excelsior, 15 de febrero de 1981, p. 6-B; La Radio Libre Invade Europa, 23 de febrero de 1981, p. 5; En Italia hay 6,500 -

Difusoras de Radio y TV, Excelsior, 30 de marzo de 1981, p. - 2-A; Supremacía de la TV privada en Italia, El Universal, 12 de abril de 1981, p. 2; ACCESS: Some Western Models of Community Media, Paris, UNESCO, 1973, p. 202 a 204.

- (8) Por aparatos de difusión de masas (ADM) entendemos al conjunto de instituciones e instrumentos culturales, que derivados del acelerado desarrollo que alcanzan las fuerzas productivas con la primera, segunda y tercera revolución industrial (tecnologías, especialmente de carácter electrónico); son capaces de producir, distribuir e inculcar las ideologías de la clase o 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.

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, cablevisión, etc.

- (9) Ludovico Silva, Teoría y Práctica de la Ideología, Ed. Nuestro Tiempo, 1971, México D.F., p. 153 y 181.
- (10) Fernando Carmona, El Subdesarrollo y la Apertura, en: Reforma Educativa y Apertura Democrática, Ed. Nuestro Tiempo, Varios Autores, México D.F., 1972, p. 17 a 25.
- (11) Maurice Duverger, Carta Abierta a los Socialistas, tomado de Neocapitalismo Contaminante, Excelsior, 22 de abril de 1981, p. 6.
- (12) Rafael Roncagliolo, Comunicación: Cambio Social y Necesidad de Un Nuevo Marco Conceptual, Documentos ILET, Dic-D-29, septiembre de 1977, México D.F., p. 1 a 4 y 19; y Comunicación y Culturas Transnacionales: Propositiones Críticas, Seminario "Comunicación y Cultura Transnacionales", Universidad de Texas e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Austin, Texas, 2 a 5 de junio de 1982, mimeografiado, p. 12 y 13.
- (13) Armand Mattelart, La Comunicación de la Crisis, Primer Encuentro Latinoamericano sobre la Enseñanza de la Comunicación, - Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, Depto. de Educación y Comunicación, México D.F., 1978, mimeografiada, - p. 22 y 23; Comunicación y Nueva Hegemonía, Ed. Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima Perú, 1981, p. 40; y La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. - 952, 14 de septiembre de 1980, p. 8.
- (14) Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo, Iglesia, Prensa y Militares: El Caso Riobamba y los Obispos Latinoamericanos, - Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET),

- (15) Enrique Guinsberg, Los Medios Masivos de Comunicación y la - Formación Psicosocial, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., septiembre de 1978, mimeografiado, p. 8 a 17 y 48 a 51.
- (16) Juan Somavia, La Comunicación y el Modelo Transnacional de - Desarrollo, Revista Nueva Sociedad No. 38, septiembre-octubre de 1978, Venezuela, p. 33 a 36.
- (17) Noreene Janus y Rafael Roncagliolo, Publicidad Transnacional, Medios de Comunicación y Educación en los Países de Desarrollo, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., 1980, p. 2-5.
- (18) Anamaría Faduī, O Futuro No Presente. Perspectivas para una - Teoría dos Meios de Comunicacao de Massa, Tese de Doutaramento, Departamento de Filosofia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidad de Sao Paulo, Brasil, 1980, - p. 27 a 30; Hegemonía e Contra-Infomacão: Por una Nova Praxis de Comunicacao, en: Comunicacao, Hegemonía e Contra-informacao, Carlos Eduardo Lins da Silva, coordinador, Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, p. 33 y 34; y Meios de Comunicacao de Massa e Educacao ne Brasil: Una Perspectiva Critica, Cuadernos INTERCOM, No. 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicacao, Cortez Editora, outubro, 1982, Sao Paulo, Brasil, p. 39.
- (19) Carlos Monsivais, Los de Atrás se Quedarán (Notas sobre la - Cultura y Sociedad de Masas en los Setentas), Revista Nexos - No. 26, febrero de 1980.
- (20) Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación, Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la - Sociedad Moderna, UNESCO, Paris, 1978, p. 23, 49, 53 y 54; y Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Ed. Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1980, p. 76 y 172.
- (21) Raúl Cremoux, La Legislación Mexicana de Radio y TV, Prólogo de Armando Labra, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1982, p. 7.

Además de estos investigadores que colocan a los medios de comunicación como los principales aparatos de hegemonía, existen algunos otros, que sin privilegiarlos en la misma posición, los ubican como uno de los aparatos de hegemonía más importantes de la sociedad contemporánea. Consultar, Xiomira Villasmil, Difusión Masiva y Hegemonía Ideológica, Editorial Vadell Hnos.-Valencia, 1980, p. 15; Maurice Levitas, Marxismo y Educación, Editorial Siglo XXI, México D.F., 1980, p. 44; - Víctor Ramos, El Periódico como Propagador, Agitador y Organizador Colectivo: La Prensa Floresmagonista 1900-1911, Tesis de Licenciatura, Depto. de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México D.F., 1979, p. 48. También existe publicado en

el No. 5 de los Cuadernos del TICOM, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM), Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1980; y J. Antonio Crespo Mendoza, El Papel de los Medios de Socialización en la Transformación de la Cultura Política Japonesa: Panorama Histórico, Tesis de Licenciatura, Depto. de Relaciones Internacionales, El Colegio de México, México D.F., p. 66, 77 a 79 y 108 a 110.

- (22) Nos referimos a los artículos, La Comunicación Sistema Nervioso de la Sociedad, El Sol de México, 22 de octubre de 1974; - La Información y la Opinión, Excelsior, 12 de julio de 1976; La Guerra de la Información, Uno Mas Uno, 7 de noviembre de 1978, p. 18; El Nuevo Orden Mundial de la Información, El Día, 23 de noviembre de 1980; Incomunicación Social, Excelsior, 3 de febrero de 1981; La Comunicación Colectiva, El Nacional, 8 de junio de 1981; El Periódico Misil del Siglo XXI, El Heraldo, 10 de junio de 1981; Cultura y Comunicación, La Semana de Bellas Artes, No. 198, 16 de septiembre de 1981; Efectos de la Comunicación Social, El Día, 22 de abril de 1982; Comunicación y Control, 21 de febrero de 1983.
- (23) Por nuevas tecnologías de comunicación comprendemos aquellos - fenómenos tecnológico comunicativos que han aparecido recientemente, y que se engloban en los siguientes con sus respectivas características:
- a.- El Cable: la fibra óptica le permitirá distribuir una amplia gama de comunicaciones.
 - b.- El Satélite: utilizado conjuntamente con el cable y la TV como lo ejemplifica el caso norteamericano.
 - c.- El Videocassette y el Videodisco.
 - d.- La Minicomputadora: es muy probable que en poco tiempo que la terminal de la computadora y el televisor formen un sólo y único aparato.
 - e.- La Telemática: el teletexto (por televisión; el videodisco (por teléfono); el cabletexto (por cable), etc.
 - f.- La Gran Informática: las computadoras de la industria, del comercio, de la investigación, las grandes redes transnacionales, los bancos de datos, etc.
 - g.- La Radio Local: no es propiamente hablando un nuevo medio, pero la utilización que se hace es nueva (sobre todo, si la radio local es una radio comunitaria o radio popular).
 - h.- La Televisión Comunitaria: (idem).
- Boletín ENLACE, Organo Informativo de la Asociación Católica - Latinoamericana para Radio y la Televisión No. 2 y 3, julio-septiembre 1983, Quito, Ecuador, p. 12.
- (24) Citado por Jesús Martín Barbero de R. Muchembled, Culture Populaire et Culture des Elites, Paris, 1978, en: Apuntes para una Historia de las Matrices Culturales de la Masmediación, Primer Foro Internacional de Comunicación Social, Comunicación y Poder, Lima, Perú, 7-11 julio 1982, p. 3-10. Para ampliar este panorama en México, consultar de Tzhaal Pazos y Natividad Viveira R., La Iglesia como Aparato Ideológico de Estado en la Nueva España (1800-1815), Cuadernos del TICOM No. 17, -

- (25) Rafael Roncagliolo, Comunicación y Cultura Transnacionales: - Proposiciones Críticas, obra cit., p. 12. Complementando este aspecto, Roncagliolo y Reyes Matta señalan que, "la importancia de la iglesia como aparato ideológico dominante se ha visto desplazada, primero por el desarrollo del aparato de educación formal (y por el crecimiento de la educación laica), y - más recientemente por la expansión de los medios de comunicación colectiva. Al lado del aparato escolar y de los medios - de comunicación, la influencia ideológica de la iglesia se ha minimizado. Piénsese por ejemplo, en los magros resultados de sus campañas contra el control de la natalidad. Rafael Roncagliolo y Fernando Reyes Matta, Iglesia, Prensa y Militares, - obra cit., p. 80.
- (26) Es muy importante aclarar que cuando afirmamos que las tecnologías de información se han convertido en los principales - aparatos de hegemonía, en ningún momento queremos reproducir la visión idealista de la hegemonía que postula que ésta se - produce sólo y desde la esfera cultural, desvinculada de las principales exigencias y procesos económicos y políticos de - la sociedad. Al contrario, en todo momento reconocemos que el consenso que se produce via medios de comunicación no se redu - ce solamente al momento superestructural del fenómeno, sino - que como toda relación de fuerza que es surge desde el cora-- zón de la infraestructura y de sus contradicciones materiales.
- Sin embargo, por necesidades metodológicas de recorte de nues - tro objeto de estudio, no examinaremos todo el recorrido ma-- cro social que acompaña a los procesos de construcción de la hegemonía. En esta ocasión, sólo analizaremos las vías de sa - lida de este reflejo ideológico a través de las tecnologías - de comunicación.
- (27) Para ampliar las características de la nueva educación que se da a través de las tecnologías de información, consultar de - Alberto Montoya Martín del C. y Ma. Antonieta Rebeil, El Im-- pacto Educativo de la Televisión Comercial en los Estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria, en Televisión y Ense-- ñanza Media en México: El Sistema Nacional de Telesecundaria, Vol. II, SEP, SHCP, SPP, México D.F., 1981, p. 170 y sig.; y Javier Esteinou Madrid, Los Medios de Comunicación y la Capa-- citación de la Fuerza del Trabajo, Cuadernos del TICOM, No. - 23, Depto. de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1983.
- (28) Para ampliar este panorama histórico, consultar nuestro traba - jo El Surgimiento de los Aparatos de Comunicación de Masas y su Incidencia en el Proceso de Acumulación de Capital, Cuader - nos del TICOM No. 10, Departamento de Educación y Comunica-- ción, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., julio, 1981.

- (29) Es sumamente importante aclarar que la posición de Antonio Gramsci y de José Carlos Mariátegui respecto a la escuela como aparato de hegemonía principal, son evaluaciones históricas correctas. Es decir, no debemos aplicarle a este pensamiento la misma crítica correctiva que le dirigimos a la corriente althusseriana. Esto debido, a que Gramsci formula esta concepción en Italia entre 1917 y 1923, y Mariátegui en Perú en 1925, cuando objetivamente los proyectos hegemónicos del estado italiano y peruano, descansan su peso de dirección con sensual, fundamentalmente sobre la acción cultural que ejerce la escuela y el aparato político. Por lo tanto, debe reconocerse que ambas apreciaciones conceptuales, parten de un nítido análisis objetivo sobre el tipo de realidad cultural que viven dichas sociedades, en proceso de incorporación a la dinámica de industrialización capitalista.
- (30) Recordar los argumentos de L. Althusser sobre la escuela como principal aparato ideológico, en Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, Comité de Publicaciones de la ENAH, México, 1975, p. 37 a 38.
- (31) Es importante resaltar que esta tendencia de transformación de los principales aparatos de hegemonía, responde y se explica, en buena parte, por el trasfondo cultural que caracteriza y hereda la sociedad civil de oriente y occidente. En otras palabras, esta realidad coincide ampliamente con los diagnósticos gramscianos que, según Perry Anderson, desde principios del siglo XX, precisan algunas de las oposiciones que se dan entre la sociedad civil de oriente y occidente.

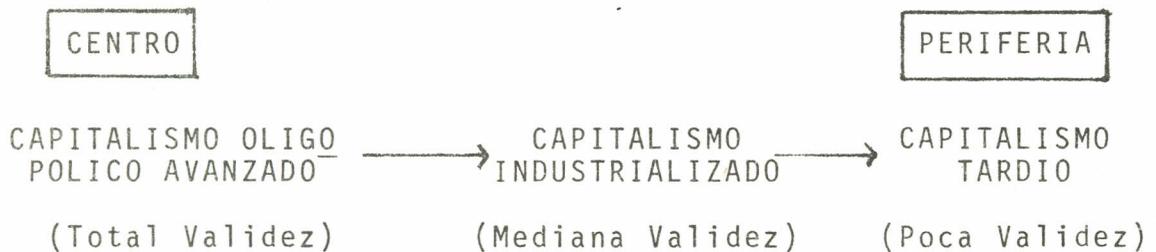
En oriente, la sociedad civil es primitiva, incipiente y gelatinosa por falta de organismos privados. En consecuencia, en estas coordenadas el estado lo es todo, ocupa la casi totalidad de la esfera de dirección de la sociedad. En cambio, en occidente la sociedad civil se encuentra firmemente desarrollada por la presencia de múltiples organismos privados que se convierten en fuertes "trincheras" y "casamatas" que modelan y regulan la acción rectora del estado. Incluso, existen momentos en que la sociedad civil puede convertirse en una robusta cadena de fortalezas, cuyas complejas estructuras pueden resolver las sísmicas crisis políticas o económicas que enfrenta el estado. Por consiguiente en esta zona del planeta, estado y sociedad civil mantienen una relación de equilibrio. Para ampliar estos conceptos consultar Perry Anderson, Las Antinomias de Antonio Gramsci, Editorial ERA, México D.F., 1980, p. 9 y 10; 19 y 20; 37 a 40.



Articulando el desarrollo de los medios de comunicación a lo anterior, es necesario subrayar que esta inercia de evolución de los aparatos de información, responde plenamente a esta herencia de estructuras culturales que recibe oriente y occidente. Esto es, derivado de las distintas propiedades que la sociedad civil conquista en estas dos regiones disímbricas, podemos observar que en occidente, los medios de comunicación alcanzan su plena madurez de expresión, pues se encuentran en estado muy avanzado de expansión y de intromisión en las esferas de conciencias. Sin embargo, no se puede decir lo mismo para oriente, donde hasta hace apenas algunos años los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información empiezan a penetrar y a modificar las fuertes redes culturales que se heredan del siglo pasado y estructuran la vida ideológica de estas sociedades.

De igual forma, hay que considerar en occidente que este fenómeno de mutación superestructural tiene una gama de validez histórica desigual que no le permite generalizarlo, en el mismo grado, para todas las formaciones sociales occidentales. Es decir, la emergencia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía, es una realidad que cobra plena vigencia en las zonas del capitalismo avanzado, donde los aparatos y sistemas de comunicación alcanzan su mayor nivel de evolución y perfección tecnológica; pero en las áreas del capitalismo tardío, los medios de información incursionan sobre la sociedad civil con menor peso cualitativo, pues se enfrentan a mayores resistencias culturales tradicionales provenientes de otras fases de desarrollo nacional.

En este sentido, esta nueva tendencia histórica es un fenómeno ideológica que sufre fuertes desniveles de cristalización en el centro y la periferia, según es el grado de madurez cultural que alcanza la sociedad donde se ubica.



- (32) World Communications Facts. The International Conference and World Communications: Decisions for the 80's, The Annenberg - School of Communications, University of Pennsylvania, Philadelphia, mayo 12-14, 1980, p. 27.
- (33) Ibid, p. 25.
- (34) Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 174-175.

- (35) Miguel Sandoval y Margarita González, La Importancia Económica de la Comunicación Social, Foro de Consulta sobre Comunicación Social, Guadalajara, Jalisco, 8 - 12 mayo de 1983, Ed. - fotocopiada, p. 1, 2 y 3; Plan Nacional de Desarrollo 1983 - 1988, Poder Ejecutivo Federal, 1a. Edición, Secretaría de - Programación y Presupuesto, mayo de 1983, p. 384-385; Alberto Rojas, Televisa, Sociedad y Estado, Foro: Un Año de Gobierno - en Comunicación Social, Casa de la PAZ, UAMX, 7 de diciembre de 1983, p. 3; y Coordinación de Comunicación Social de la - Presidencia de la República, Documento Diagnóstico de la Comunicación Social en México, México D.F., 1982, p. 28.
- (36) H. Bagdikian Ben, Las Máquinas de la Información, Fondo de - Cultura Económica, México D.F., 1975, p. 62.
- (37) Ibid, p. 171.
- (38) La Industria Cultural en América Latina, Documento preparado para la Reunión "El Estado y la Industria Cultural en América Latina", coordinación, Patricia Arriaga y José Baldivia, investigadores Juan Arancibia, Yvonne Farah, Ligia Ma. Fadul, - Carmen Gómez Mont, Erik Salas y Enrique Quibrera, Centro de - Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo, - A.C., México D.F., 9 a 11 de agosto de 1982, p. 177.
- (39) Christopher H. Sterling y Timothy R. Haight, The Mass Media: Aspen Institute Guide To Communication Industry Trends, - Praeger Publishers, New York, 1978, p. 332-333.
- (40) Jean Louis Servan-Schreiber, El Poder de Informar, Ed. DOPESA, 1a. ed., México D.F., 1973, p. 317.
- (*) Fuente: Annuaire statistique de l'Unesco (1976) y "World - communications" (Unesco, 1975). Los datos que se citan no comprenden China, la República Popular Democrática de Corea y la República Socialista de Viet Nam. Con respecto a China, las - últimas cifras conocidas eran las siguientes: 1.908 periódicos, en 1976, y, en 1960, una tirada total de 1458 periódicos, de 21 millones de ejemplares, es decir, unos 27 por cada - 1.000 habitantes.
- (41) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., p. 30.
- (42) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, Mondiscult, - UNESCO, División de Estadísticas de la Cultura y de la Comunicación, Paris, 1978, p. 61.
- (43) Ibid., p. 62.
- (44) Ibid., p. 62.
- (45) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., p. 31 y Un Sólo Mundo Voces - Múltiples, obra cit., p. 180-187.

- (46) Las Noticias y la Información, Biblioteca Salvat de Grandes - Tomos No. 9, Salvat Editores, Barcelona, España, 1973, p. 122.
- (47) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., - p. 52.
- (48) Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 112.
- (49) La Industria Cultural en América Latina, obra cit., p. 223; y Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., p. 92.
- (50) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, Obra cit., p. 35.
- (51) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, Obra cit., - p. 26 y 34.
- (52) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, Obra cit., p. 35.
- (53) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., - p. 37.
- (*) Fuente: Anuario Estadístico de la UNESCO, 1977.
- (**) Fuente: Oficina de Estadística de la UNESCO.
- (***) A modo de ejemplo, cabría citar un estudio reciente sobre - Francia, que indica que en 1957 hubo 411 millones de entradas de cine y que en la actualidad son 180 millones. En ese mismo plazo, el número de receptores de televisión pasó de 440 000 a 16 millones. Basándose en ese informe, el Conseil économique et social dijo en su dictamen que "el nuevo aspecto de la crisis del cine, de la cual habla todo el mundo hoy, resulta ser una crisis de adaptación a las exigencias derivadas de diversos tipos de competencia, vinculadas a su vez a una modificación de la oferta y de las necesidades recreativas y culturales del público en general". Por consiguiente, "si bien hay una crisis del cine no se trata, desde luego, de una crisis - del mundo audiovisual". Dicho de un modo más simple y más directo, se ha podido afirmar que la industria cinematográfica va tan mal porque los franceses no han visto nunca tantas películas. (Les perspectives des industries françaises du cinéma, Conseil économique et social, mayo de 1971).
- (54) Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 136-137. Para ampliar el panorama sobre la industria cinematográfica en varios países, consultar de M. Vázquez Montalbán, Informe sobre la Información, Ed. Fontanella, S.A., Madrid 1971, p. 115-119; William L. Rivers y Wilbur Schramm, Responsabilidad y Comunicación de Masas, Ed. Troquel, Argentina, 1973, p. 19 y 20; UNESCO, Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, (Declaración de - San José), en Revista Nueva Sociedad No. 25, julio-agosto de 1976, Venezuela 1976, p. 137; José Rubén Jara, Comunicación,

Población y Desarrollo en América Latina, Universidad Iberoamericana, México D.F., 1981, p. 47; OEA, América en Cifras, Secretaría General de los Estados Americanos, Washington, D. C., EUA, 1973, p. 303; y UNESCO, World Communications. A 200 Country Survey of Press, Radio, Television and Film, Gramer Press, Cambridge, 1975, p. 33.

- (55) Un Sólo Mundo Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, obra cit., p. 114.

Las estadísticas sobre las instalaciones de recepción de radiodifusión sonora, y sobre el número de receptores en un país dado pueden ser exactas sólo si se obtienen mediante métodos de encuesta (censos o encuestas anuales). Sin embargo, ese tipo de estadísticas se acopian en un número limitado de países. En la mayoría de los países, se pueden obtener estadísticas sobre las instalaciones de recepción de radiodifusión sonora sólo sobre la base de fuentes secundarias. Las estadísticas se refieren a: a) el número de permisos (o, en algunos casos, al número de declaraciones hechas) en los países donde los propietarios de receptores de radio deben pagar por ley un derecho o declarar estar en posesión de receptores; b) al número de suscriptores a sistemas de emisión por cable, ahí donde se utilizan esos sistemas.

Las estadísticas disponibles sobre receptores de radio no distinguen entre los distintos tipos existentes de receptores: radios a transistores portátiles, autoparlantes conectados a una red de difusión por cable o variaciones de esas instalaciones, sintonizadores refinados en unidades separadas o combinados con otras unidades de alta fidelidad, de reproducción, grabadoras, o con los así llamados "centros musicales", etc. Además esas estadísticas rara vez indican la ubicación de esos receptores, si están instalados en hogares particulares, en automóviles o en lugares públicos, si son portátiles o no, etc. Los datos sobre los receptores de radio que figuran en los cuadros se refieren al número de permisos y en algunos casos, al número de receptores declarados, o al número estimado de receptores en funcionamiento. En muchos países, un permiso puede implicar la propiedad o utilización de más de un receptor de radio. Es por ello, entre otras razones, que hay que utilizar estas cifras con cuidado. Además, las estimaciones del número de receptores en uso varían mucho en cuanto a su fiabilidad. Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., p. 16 a 18.

- (56) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., p. 18 a 20 y 77.
- (57) The Mass Media: Aspen Institute Guide To Communication Industry Trends, obra cit., p. 367, 368.
- (58) Estadísticas Culturales y Desarrollo Cultural, obra cit., p. 18-21 y 81.

- (59) La Industria Cultural en América Latina, obra cit., p. 268.
- (60) Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 116.
- (61) Las Máquinas de la Información, obra cit., p. 351.
- (62) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., p. 34.
- (63) Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 226. Es importante destacar que esta tendencia desequilibrada en la distribución de los medios por regiones del mundo, no sólo afecta a la televisión, sino que es un fenómeno que atraviesa al conjunto de aparatos de información. Así, constatamos que debido al principio de desarrollo desigual que se da entre el centro y la periferia, en 1961, las cuatro regiones más desarrolladas del mundo (A. del Norte: Estados Unidos; Asia: Japón; Europa Occidental y Australia) poseían para cada 100 personas - un 600% más de periódicos, 970% más de receptores de radio, - 690% más de butacas de cine y un 18% más de aparatos de TV, - que el conjunto de las tres regiones subdesarrolladas del mundo (Africa, Asia y América del Sur). Denis Mc Quail, Sociología de los Medios Masivos de Comunicación, Ed. Paidós, Argentina, 1972, 1a. ed., p. 14-19.

Esta misma tendencia se mantiene para la segunda mitad de la década de los 70's, donde la disparidad entre los países de PNB modesto (Grupo A) y de PNB medio (Grupo B) es muy acusada en relación con la TV y el teléfono, pero muy pequeña en el caso de la prensa y de la radio. La enorme disparidad que existe entre estos dos tipos de países y las naciones desarrolladas (Grupo C) está creciendo año tras año, en primer lugar porque la riqueza engendra riqueza y la capacidad de inversión es un factor vital; y en segundo lugar, a causa de las diferencias de las tasas de crecimiento demográfico (Cuadro No. 49).

CUADRO NO. 49

DISTRIBUCION DEL TELEFONO, CINE, PRENSA, RADIO Y TELEVISION - POR PAISES DESARROLLADOS Y SUBDESARROLLADOS EN 1977

País	Diarios	Receptores de radio	Receptores de televisión	Teléfonos*	Asistencia a los cines
	por cada 1000 habitantes				por habitante
A: PNB modesto	19.2	56.0	5.4	1.3	2.7
B: PNB medio	19.0	57.2	22.5	15.1	1.1
C: Países desarrollados	328.0	741.0	338.0	352.0	7.4

* Excluida China.

Grupo A: comprende los países que tienen un PNB hasta de 400 dólares por habitante.

Grupo B: comprende los países que tienen un PNB de 400 a 2500 dólares, incluyendo los países productores de petróleo.

Grupo C: comprende a todos los países desarrollados: toda Europa Occidental salvo Portugal, la URSS, la República Democrática Alemana, Checoslovaquia, Polonia, los Estados Unidos de América, Canadá, Japón, Australia, Nueva Zelandia e Israel.

Fuentes: Anuario estadístico de la Unesco (1977); Atlas del Banco Mundial (con respecto a los datos demográficos); Annuaire mondial de la radio et de la télévision (World Radio and TV Handbook) 1979; World Communications (Unesco 1977); Statistical Abstracts, EEUU 1978; Rapport IPC, abril de 1979, Rapport Interne, INA, etcétera.

Para complementar la visión sobre la expansión de la TV en otros países, consultar Imperialismo y Medios de Comunicación en América Latina: Chile un Caso Ejemplar, Boletín Chile Informativo No. 90, México D.F., Mayo 1976, p. XVII; Richard J. Barnet y Ronald E. Muller, Los Dirigentes del Mundo: El Poder de las Multinacionales, Ed. Grijalvo, España, 1979, p. 33; Robert Phillipoff, Aspects of Monopoly Domination of the Mass Media, Rev. Political Affairs, julio de 1977, EUA, p. 31-37.

- (64) Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., p. 35 y Un Sólo Mundo Voces Múltiples, obra cit., p. 163.

Para ampliar este panorama en el caso mexicano, consultar de José Flores Salgado y Leobardo Conde Luna, Televisión Por Cable... ¿Otro Factor de Integración Regional de México?, Cuadernos del TICOM No. 2, julio 1979, Depto. Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F.; La Televisión Por Cable, Cámara Nacional de la Industria de Radio y TV, México D.F., 1978; y World Communications Facts, obra cit., p. 30.

- (65) Juan Somavia, La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo, Revista Nueva Sociedad No. 30, septiembre-octubre de 1978, Venezuela, p. 33. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importantísimo reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación, son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que "aún cuando seguimos usando las palabras "información" y "comunicación", éstas se aplican haya fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década del 40". Estamos encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la paloma de Reuters como el último satélite de

comunicaciones se llaman igualmente "información" pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos. Ibid. p. 33 - 34.

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

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

- (67) Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente, y que se continuará en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas:
- a) Innovaciones relacionadas con las computadoras: i) telecomputadoras. ii) microfichas, iii) material de registro y localización de la información, iv) computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad a los sistemas de información complejos, y v) video-informática (videotextos: Ceefax y Antiope).
 - b) Innovaciones en materia de grabación de la información: i) magnetófonos, ii) cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes (magnetoscopios de $\frac{1}{2}$ pulgada, que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal), y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.
 - c) Innovaciones en materia de transmisión de la información: i) tecnología numérica aplicada al sonido y a la televisión numérica; ii) estereofonía grabada y difundida por la radio; iii) satélites de comunicación en órbita ecuatorial,

que enlazan los continentes mediante la imagen y el sonido (visiófono, videoconferencias); iv) nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; v) fibras o tubos de luz, que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información - (millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo); vi) transmisión de sonidos y de imágenes por micro-ondas; vii) máseres; viii) láseres (que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo - para las operaciones quirúrgicas delicadas (en particular, en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; y ix) radiotelegrafía y radiotelefonía que, al utilizar el espectro de frecuencia de radio, proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya hoy la ionósfera y llegan al espacio extra-atmosférico.

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

(68) Es importante advertir que debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación, el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido, es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de parejas, familiar y grupal. Para ampliar esto consultar, Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., p. 26 a 27; y Un Sólo Mundo. Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, obra cit., p. 91-92, 105-109 y 146-148.

(69) Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall Mc Luhan. Consultar de Mc Luhan, La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre, Ed. Diana, S.A., México D.F., 1979. Una crítica moderada al pensamiento de Mc Luhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, La Galaxia de Mc Luhan, Edit. ATE, España, 1981.

Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo en 1840 hasta la comercialización de los cristales de silicio, - consultar Un Sólo Mundo, Voces Múltiples - Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, obra cit., p. 31-36.

- (70) Consultar nuestro trabajo El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del TICOM No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, marzo de 1979.
- (71) Debemos recordar que, "con el fin de conservar el equilibrio que requiere el imperio del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la - intervención del estado que los representa, se ven permanente - mente obligados a dominar y a organizar alrededor de su pro - yecto histórico, al sistema global de comunicación e informa - ción, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. De estos últimos, prioritariamente monopoliza a los de tecno - logía más avanzada, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de subordinación colectiva". Consultar nuestro trabajo El Condicionamiento Social de los - Medios de Comunicación de Masas, en Seminario de Comunicación Social, Serie Ensayos No. 10, Universidad Autónoma Metropolita - na-Azcapotzalco, México D.F., 1983, p. 19-20.
- (72) Pensamos que es debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro - del estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, - que es muy difícil su transformación profunda. Los intentos - frustrados más recientes que pretendían modificar la estructu - ra global de los medios de comunicación, los encontramos en - el proyecto RETELVE de Venezuela en 1977 y en los proyectos - de Derecho a la Información en 1981 y de Democratización de - la Comunicación en 1983 en México. Para ampliar este último, consultar de Javier Solorzano Zinser, Comunicación Social y - Voluntad Política, El Día, 18-junio-1983.
- (73) El concepto del estado ampliado, es una categoría analítica - totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunica - ción europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la ciencia política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, espe - cialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci - Glucksmann.

Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expanderlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comuni - cación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos que esta matriz teórica es una de las principales vetas y di - rectrices conceptuales que nos permiten comprender las funcio - nes y transformaciones que ejercen las tecnologías de comuni - cación dentro del ámbito del poder.

- (74) Para ampliar este panorama consultar de Marcos Kaplan, Estado y Sociedad, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1980, p. 213-214.
- (75) Para profundizar, consultar de Mabel Piccini, Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, mimeografiado, agosto de 1981, p. 24 a 26.

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 fenómenos ideológicos así como de las realidades superestructurales de las sociedades mexicanas y latinoamericanas que nos determinan.

En este sentido, los cuadernos están abiertos al análisis, entre otras a 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.