The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20040430200827/http://www.razonypalabra.org.mx:80/anteriores/…

RAZÓN Y PALABRA
Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación
Sobre la Revista | Contribuciones | Directorio | Buzón | Búsqueda

Noviembre 2000 - Enero 2001

Medios de comunicacion y desplazamiento educativo

Número Actual

Número Actual
Números Anteriores
Editorial
Sitios de Interés
Novedades
Ediciones Especiales

Carr. Lago de Guadalupe Km. 3.5, Atizapán de Zaragoza Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por Dr. Javier Esteinou Madrid
Número 20

INDICE

I.- LOS ANTECEDENTES.

II.- LAS NUEVAS CONCEPCIONES.

III.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVOS Y LA MUTACION EDUCATIVA.

IV.- LA CAPACIDAD EDUCATIVA DE LA TELEVISION.

V.- TELEVISION, CULTURA Y VIOLENCIA.

VI.- ¿ QUE HACER ?.

VII.- NOTAS.

VIII.- DOCUMENTACION CONSULTADA.

A.- LIBROS Y REVISTAS.

B.- HEMEROGRAFIA.

I.- Los antecedentes

Debido al retraso analítico que durante muchos años ha sufrido la teoría del Materialismo Histórico para elaborar una concepción amplia sobre la superestructura cultural, los aparatos de hegemonía y las puntas de la ideología; muchas facetas sobre la comprensión del Estado Ampliado han quedado relegadas de ser reflexionadas y desarrolladas como les correspondía, ya que son realidades básicas de nuestras sociedades contemporáneas. Debido a esto, 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 existen 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 la actual 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 ésta disciplina se mantiene este abandono epistemológico. Es decir, dichas escuelas de comunicación tampoco han estudiado los cambios que han provocado los aparatos de información dentro de la conformación de la estructura del Estado y de la sociedad civil (5).

II.- LAS NUEVAS CONCEPCIONES.

No obstante la presencia de este vacío teórico, existen algunas contribuciones embrionarias de las ciencias sociales en general 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 aparatos hegemónicos sumamente importantes del Estado capitalista avanzado, pero no desarrollan ni profundizan los argumentos que podrían ayudar a construir una nueva teoría de las puntas de la hegemonía.

Así, el primer germen lo encontramos 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 estas fuentes "extra escolares" que son mucho más importantes de lo que comúnmente 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 ya prevé 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 ó 5 años; basta tener el predominio ideológico (o mejor emotivo) en este día determinado, para poseer una mayoría que dominará por 3, 4 ó 5 años, incluso si pasada la emoción, la masa electoral se separa de su expresión legal" (7).

Después de esta amplísima 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 (8) 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, resucitan 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 Somavia (16); en 1980 Noreene Janus y Rafael Roncagliolo (17), Ana María Fadul (18), Carlos Monsivais (19), la Comisión Mac. Bride de la UNESCO (20); y en 1982 Armando Labra (21) y muchas otras aproximaciones periodísticas mas que constantemente destacan la relevancia de los medios de comunicación como principales aparatos de hegemonía (22).

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 o menor grado, en un nivel intuitivo o hipotético de la formulación epistemológica del problema; y por consiguiente, nos acercan de manera muy útil, 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 fenómenos culturales que producen los medios de comunicación de masas y de las modernas tecnologías de información.

III.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS Y LA MUTACION EDUCATIVA.

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 monopólico, 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 realizan los aparatos de difusión de masas y las nuevas tecnologías de comunicación.

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 antagonismos 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.

Con ello, la iglesia se ubica como el principal aparato hegemónico del momento y 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 (23).

De 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 influye sobre el resto de los aparatos de hegemonía que actúan en la sociedad.

Finalmente, en un tercer momento del desarrollo capitalista, en la fase monopolista o de industrialización avanzada, el nuevo desenvolvimiento 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 científico tecnológica, especialmente de carácter electrónico, provocaron 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 la conciencia de la sociedad civil (24).

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 tradicionales; substituyéndolos, en algunos casos, desplazándolos, en otros y complementándolos en unos mas, especialmente, a aquellos que se encuentran en crisis institucional y social.

A partir de esta fase histórica, las tecnologías de información se convierten en los principales aparatos de consenso, porque 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, ocupaba 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 (25).

Este proceso pedagógico se caracteriza por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en sedimentos culturales, los cuales a su vez se traducen en valores históricos, que se 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, aparece cada vez mas determinado por este nuevo proceso de educación cotidiana que surge a la par del

surgimiento 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 atraviesa el modo de producción; es hasta principios del siglo _X 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.

Esta nueva mutación superestructural de la instancia educativa como principal aparato de hegemonía, no significa que los aparatos desplazados de la zona hegemónica principal, como son la escuela, la familia, la iglesia y otros mas, ya no existan o ejerzan sus funciones ideológicas propias; sino que continúan permaneciendo y colaborando en la formación del tejido hegemónico, pero de manera reestructurada en planos secundarios y 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 mas 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 f 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 de vanguardia cultural de la sociedad industrializada. Es decir, en la etapa del desarrollo transnacional, 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 la mente de 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 hombres con su sociedad.

En otros términos, a partir de las nuevas facultades materiales 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 la dirección política, la ley de la reproducción mental del sistema, la ley de la cristalización de la hegemonía, etc., trasladan su foco central de realización del aparato escolar y eclesiástico al aparato de la cultura de masas.

Pero esto, 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 cultural, la situación económica, el origen étnico, la vida cotidiana, el equilibrio afectivo, etc., que posee cada persona que lo recibe. Este es en realidad el aspecto "determinante" del proceso de formación de la hegemonía.

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 ahora emergen del complejo aparato de la cultura de masas.

Por consiguiente, si bien son correctos los diagnósticos de Antonio Gramsci y José Mariátegui sobre la función que desempeña la escuela como punta hegemónica en los años veintes (26); para la década 70-80 los planteamientos althusserianos que nuevamente sitúan al sistema pedagógico como la vanguardia institucional productora del consenso, son profundamente incorrectos (27). Esto debido, a que en el transcurso de estos cincuenta años, los soportes materiales que sustentan el proceso de producción, distribución e inculcación de la ideología, han evolucionado y se han transformado drásticamente a partir de la introducción de la electrónica y las nuevas tecnologías de información 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 moderno, es encerrarse nuevamente en un anacronismo histórico, que transplanta rígida y mecánicamente, las particularidades de la superestructura ideológica de la fase del capitalismo premonopolista, a la superestructura de conciencia de la etapa del capitalismo monopolista e imperialista. Es no reconocer, que a partir del surgimiento y de la consolidación de los aparatos de difusión de masas, la sociedad civil de la formación capitalista y su bloque histórico correspondiente, han sido afectados, modificados y refuncionalizados sustancialmente, por el impacto que ha provocado la emergencia de la cultura de masas. Es 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 dirección política, de empobrecimiento del proletariado, de creciente desempleo, etc., con la mismas técnicas y estrategias consensuales que fueron empleadas a principios de siglo, sin generar nuevos espacios y herramientas ideológicas de construcción de la hegemonía.

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. Anacronismo conceptual que en el fondo, llevado a sus últimas consecuencias, afirma que la estructura y dinámica de la sociedad civil capitalista del período 1970-1990, 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 cual es el aparato de hegemonía que 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, 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 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 (televisión y radio) y las nuevas tecnologías de comunicación.

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 transforme 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.

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 en los principales instrumentos culturales que crea_ 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 le da vida a este nuevo Estado Ampliado contemporáneo.

IV.- LA CAPACIDAD EDUCATIVA DE LA TELEVISION.

Dentro del contexto de transformación de las jerarquía de aparatos de hegemonía en las sociedades modernas es necesario considerar que la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupando un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades; y por lo tanto, en el desarrollo del país. Hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional (28).

Por ello, aunque estamos conscientes que la televisión no produce efectos automáticos sobre el auditorio. Que no es una aguja hipodérmica que inyecta mecánicamente sus contenidos en los cambios de la población. Que existen múltiples formas de interpretar por parte del auditorio los mensajes televisivos que recibe. Que por parte de los emisores no existen efectos acabados sobre los auditorios como hemos creído en años anteriores. Que no es omnipotente para producir procesos mágicos. Que normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos. Que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten sino de otros procesos sociales complementarios, etc. También sabemos que, a través de las propiedades físicas que ha conquistado y de los hábitos educativo-culturales que ha formado, la televisión cuenta con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar en México.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, las cosmovisiones, los

valores, los sentimientos, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Así, la televisión se ha convertido en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por los mensajes que transmite ésta. La fuerza de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes:

Primero, las informaciones televisivas que leen, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en todos ellos con el mismo signo ideológico e intensidad personal con la que se emiten, sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etc., que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que éstos practican sus propios procesamientos del universo de sentidos que la televisión les ofrece de acuerdo a sus propias experiencias de vida y sus inserciones sociales (29).

Segundo, la habilidad seductora de la televisión nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder que alcanza la información y las imágenes audiovisuales que se difunden. Es necesario subrayar que la televisión no sustituye a la dinámica económica, política y social, sino que la apoya o debilita con base en los proyectos globales que existen detrás de ésta. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel colectivo de la televisión al otorgarle fantasiosamente una absoluta propiedad transformadora, cuando en verdad sólo es una tecnología muy perfeccionada de promoción de intereses o políticas precisas.

Tercero, cuando la gama de discurso que transmite la televisión encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, éstos son asimilados funcionalmente en un alto porcentaje y viceversa.

Sin embargo, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios. Así, por ejemplo, en un sentido positivo constatamos cómo a través de las acciones promocionales de la televisión, se colaboró a educar a la población para reducir en la década de los ochentas la tasa de crecimiento demográfico del 4.3% al 2% construyendo un nuevo modelo cultural de familia basado en cuatro miembros: padre, madre y dos hijos. De igual forma, se ha contribuido a alfabetizar y a otorgar instrucción básica a través de la telesecundaria a miles de mexicanos, a tal grado, que de 1983 a 1987 se redujo el índice de analfabetismo en sujetos mayores de 15 años del 14 al 7.1 %, alfabetizando a más de 3 millones 300 mil mexicanos. Esto significa que hay 92 de cada 100 mexicanos adultos que ya saben leer y escribir en el país (30).

De la misma manera, ha promovido permanentemente la educación colectiva civil para lograr la donación altruista de sangre a hospitales y bancos de plasma (31). Asimismo, con apoyo de las campañas de prevención médica vía televisión, la

acciones del sector salud, la participación de 600 mil voluntarios y la instalación de 80 mil puestos de vacunación, se pudo inmunizar en dos fines de semana de 1987 en todo el territorio nacional a más de 12 millones de niños contra la poliomielitis, a 10 millones de pequeños contra la difteria y la tosferina, y a 2 millones de niños contra el sarampión, que en conjunto han alcanzado reducir en más del 35 % las enfermedades infantiles en la República (32).

También, por la acción instructiva de la televisión y otros medios de comunicación, se ha formado en los últimos dos sexenios una nueva cultura financiera de masas que ha logrado crear una base de educación económica que permite que la clase media y algunos sectores de la clase popular sepan cómo invertir sus ahorros en diversos instrumentos de capitalización, como son los diversos plazos bancarios, en renta variable, cetes, dólares, UDIS, papel comercial, petrobonos, acciones de empresas, etc. En los mismos términos, en los spots televisivos transmitidos de 1984 a 1985 consiguieron abarrotar los Registros Civiles del país para regularizar las uniones libres de las parejas y registrar oficialmente a sus hijos. En idéntico sentido, la repetición publicitaria a través de la televisión ha creado en las ciudades desde hace 15 años a la fecha una cultura de uso de la toalla sanitaria que las mujeres urbanas, y se nota cada vez más con marcada claridad, que también ya empieza a surgir en el campo.

Igualmente, se logró que los ciudadanos hicieran valer más sus derechos como compradores mediante la educación televisiva que ha proporcionado el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del mismo en los últimos 12 años (33). De igual forma, se obtuvo que a través de la promoción televisiva más de 80 mil pedalistas participaran en 1987 en el Paseo Ciclista de la Constitución, 15 mil atletas asistieran a la Sexagésima Tercera Carrera de la Constitución en el D.F. y 4 mil deportistas estuvieran presentes en el IV Maratón Deportivo Guadalajara (34).

También a partir de la difusión de la propaganda audiovisual sobre la prevención de los accidentes de trabajo y la capacitación de aproximadamente un millón de funcionarios públicos por el Instituto Mexicano del Seguro Social, se obtuvo que los percances de trabajo en las empresas se redujeran el año pasado en 57 % (35). En idéntico sentido, a través del incremento de las campañas publicitarias, en 80% en prensa, 110 % en revistas, 85 % en radio y 200 % en televisión, la iniciativa privada pudo sostener la demanda de consumo de la población en ciertos renglones excepto el sector textil, la industria zapatera y la industria automotriz que fueron afectadas drásticamente por la crisis económica de 1987 (36). Asimismo, mediante la promoción televisiva y la preparación de 450 mil promotores del voto por parte de la Federación de Trabajadores al Servicio del Estado se logró que el 85 % de los ciudadanos en edad de votar se registraran voluntariamente en el Padrón Electoral para participar en las elecciones presidenciales de 1988 (37).

Igualmente, otro caso sumamente meritorio de persuasión y movilización de la sociedad mexicana ocurrió ante los terremotos de 1985, donde a través de la televisión y otros medios de comunicación, el conjunto social se sensibilizó de la magnitud de la tragedia y logró vincular las urgentes demandas de socorro con los ofrecimientos de ayuda voluntaria de los ciudadanos, creando un movimiento de solidaridad civil que no se había presenciado en las últimas cinco décadas (38).

Mediante otras acciones persuasivas la televisión nos ha reeducado cotidianamente para sustituir en nuestro registro de domicilio la colonia por el código postal. Para agregar otra cifra cabezal por zonas cuando el número telefónico rebasó los seis dígitos. Para aceptar las nuevas instalaciones en nuestro hogar que permitieron el cambio de voltaje de 120 a 110 volts. Para cambiar las placas al nuevo sistema de referencia permanente. Para pagar los impuestos de las personas físicas y morales en las

fechas indicadas. Para obtener nuestras nuevas credenciales de elector, etc.

Sin embargo, por otro lado, en un sentido negativo presenciamos cómo la televisión y otros medios electrónicos no ha educado para propiciar a lo largo de los años un permanente ciclo consumista que provoca el desperdicio de gran parte de la energía de nuestra sociedad. A través de las imágenes que diariamente se difunden, constatamos cómo la televisión reconstruye en la pantalla otro país que no es México. De igual forma, mediante los valores televisivos que se proyectan, observamos como la televisión ha generado un fuerte corrimiento de la frontera ideológica nacional que ha propiciado la desmedida admiración por el estilo de vida y éxito norteamericanos y el rechazo a los netamente local, etc.

V.- TELEVISION, CULTURA Y VIOLENCIA.

El gran desarrollo tecnológico que ha alcanzado la industria audiovisual en México comprueba la gran capacidad transformadora de concepciones y hábitos de los ciudadanos que posee la televisión en nuestro país. Esta capacidad persuasiva se amplifica mas cuando observamos, por una parte, que dicha institución audiovisual se ha convertido para las colectividades en una fuente muy importante de conocimiento y educación cotidiana de la realidad, especialmente en las comunidades humanas urbanas; y que por otra parte, el promedio de exposición de la familia mexicana a la televisión es superior a 49.5 horas por semana y esta práctica va en aumento con los nuevos sistemas de televisión por cable, la suscripción a domicilio, la presencia de la televisión directa y la expansión de las nuevas tecnologías de información en nuestro país (39). Este poder real que ha conquistado la televisión mexicana sobre los campos de conciencia de los diversos auditorios nacionales, a largo plazo, ha producido en el país múltiples fenómenos culturales de diverso signo, entre los cuales, destacan la generación de diversas clases de violencias sobre los telespectadores, como son la violencia por exposición y la violencia por omisión.

En primer término, en relación a la **violencia por exposición** constatamos que la televisión a través de la difusión de su enorme gama de programas agresivos ha contribuido a crear un clima favorable para la expansión de la violencia al interior de la sociedad. Por ejemplo, al terminar la enseñanza secundaria un joven normal ha pasado frente al televisor el doble del tiempo del que mantuvo como asistencia a la escuela, o sea nueve años. En dicho lapso su cerebro habrá registrado las imágenes de aproximadamente 150,000 episodios violentos y unas 25,000 muertes (40).

Incluso, dicha realidad se ha incrementado al grado que en los Estados Unidos se calcula que actualmente las imágenes violentas aparecen a razón de 25 veces por hora (41). Por ello, tenemos que preguntarnos e investigar, si nuestra televisión nacional importa en un alto porcentaje la programación norteamericana, especialmente en esta fase de globalización e internacionalización cultural en la que ha entrado el país, ¿ Cuántas escenas violentas se están recibiendo en nuestros hogares mexicanos que cuentan con una legislación y práctica normativa macute;ses altamente industrializados se ha comprobado que en la medida en que aumenta la exposición de suicidios en las imágenes televisivas, también se eleva el porcentaje de suicidios entre jóvenes y niños de las comunidades humanas; o en la medida en que se incrementan las exposiciones de contenidos con violaciones sexuales hacia el sector femenino, se expande en la sociedad las agresiones sexuales a las mujeres.

Por otra parte, hay que considerar que "el impacto mental que el crimen televisado provoca en cualquier espectador, constituye una simulación peligrosa. Los adultos se pueden defender más de estas fantasías, pero los niños y los jóvenes, dan por hecho que un fuerte garrotazo en la cabeza de un contrincante le hace caer de forma muy chistosa y además se repone fácilmente del dolor. Por ello, es necesario que la escuela y los padres eduquen a los hijos frente a este tipo de alteraciones de la realidad. Deben explicarles, por ejemplo, que un golpe en la cabeza de un ser humano puede provocarle un daño irreparable. Que el respeto a la integridad física de los demás es un deber fundamental y que la violencia es el estado más deplorable de la conducta humana" (42).

En segundo término, en relación a la **violencia por omisión** encontramos que la televisión ha producido otro tipo de agresión que ha sido la espiritual, pues ha impuesto gradualmente sobre la conciencia del país otro proyecto cultural distinto al que demandan nuestras bases psíquicas y culturales milenarias. En este sentido, podemos decir que el Estado mexicano está profundamente extraviado en su proyecto cultural, pues ha permitido la construcción de un programa mental, que por medio de la televisión y otros medios de información electrónicos, está formando generaciones de hombres enanos, ya que nos ha hecho creer profundamente que lo importante en la vida son los valores intranscendentes de la frivolidad y el consumo, y no los principios del reconocimiento, la autoestima, la aceptación del otro y el crecimiento personal. La televisión ha colocado el éxito del individuo en la capacidad que tiene para adquirir y acumular bienes, y no en la facultad para desarrollar su interior y aumentar su capacidad de amar.

Por todo lo anterior, no obstante que en la actualidad contamos con una mucho mayor cantidad de recursos tecnológico-comunicativos, sabemos cada vez menos de nosotros como país y como seres humanos, y estamos perdiendo nuestra identidad nacional. **Hoy, la televisión reproduce a colores y en tercera dimensión una nueva versión de la conquista.**

Esto significa, que en la actualidad la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por esto, hoy día la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad ya no se construye cotidianamente desde el aula u otras instituciones culturales, sino desde los canales colectivos de información, y en particular desde el aparato televisivo.

De esta forma, el modelo mental que los medios imponen, ha acelerado el rompimiento de la relación trigeneracional que se establecía entre hijos-padres-abuelos, principal sostén cultural de este país en los últimos 400 años. Así, amparada por la ideología de la modernidad y la globalización, en menos de una generación, en nuestras conciencias grupales se ha sembrado masivamente lo transnacional estadounidense, al grado de que hoy podemos decir como lo señala Carlos Monsivais, que en el territorio mexicano ya nació la primera generación de estadounidenses. Hoy, ya hemos perdido la memoria de nuestro proceso histórico y, en menos de cuatro decenios, hemos adquirido la memoria de lo multinacional.

Todo lo anterior se confirma cuando observamos que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria o otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como "La chispa de la vida" o "Recuérdame" y sólo el 49% conserva otras como "¡Viva la Independencia!", "La solución somos todos" o "El respeto al derecho ajeno es la paz". De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de

los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito "Carnet" y sólo el 43% reconoce la frase "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como "La mujer maravilla", son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). "El Chapulín Colorado" es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). "Supermán" está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía "Hogar dulce hogar", mientras que sólo el (86%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa "Mis huéspedes", sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de "Sabritas" (86%) que una ostia (46%).

En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos "Marinela", sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chicles Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates "Carlos V" es más reconocido (77%) que el Monumento del Angel o la columna de la Independencia (40%) (43).

Incluso, este panorama cultural está por agravarse aún más por la apertura de nuestra economía al comercio internacional, dado el ingreso de México al GATT, la firma del Tratado Norteamericano de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado Mexicano.

Si éstos son sólo algunos de los rasgos del retroceso de la identidad nacional que se experimenta en nuestro país, especialmente, en los niños y jóvenes, nos preguntamos **¿ Por qué el Estado mexicano ha permitido que la televisión concentre diariamente de forma mayoritaria la energía mental de la nación a través de sus horarios "Triple A" (7 a 10 de la noche) en hacer propaganda de cigarros, brandyes, rones, "alimentos chatarra", perfumes, etcétera, y no en fortalecer nuestras bases de reconocimiento e integración cultural como nación y comunidades humanas ?**.

Por otra parte, si sabemos que cada niño que nace en México trae un compromiso heredado de más de 750 millones de pesos por concepto de deuda externa. Si cada vez más son los pequeños que intentan cruzar el río Bravo para trabajar como braceros en Estados Unidos. Si existen más de dos millones de chicos que piden limosna en las calles del país. Si la crisis económica ha obligado a que padre y madre trabajen y nuestros niños cada vez son más amamantados por la televisión. Si el 78% de las criaturas menores de cuatro años no alcanza la estatura y el peso normales debido a la desnutrición. Si antes de

cumplir los cinco años, muere el 10% de la población infantil. Si el síndrome del niño golpeado ha aumentado un 30% en los últimos dos años. Si éste es el cuadro de vida de una gran mayoría de la niñez mexicana, cabe preguntar ¿ Por qué el proyecto de televisión dirigido a los infantes concentra su atención prioritariamente en las "televacaciones", las caricaturas agresivas, los programas de concursos infantiles, los comerciales para favorecer el consumismo y otras fantasías extranjeras, y no en impulsar el desarrollo educativo y humano de los pequeños ? (44).

VI.- ¿ QUE HACER ?.

Dentro de este contexto cultural modernizador de la sociedad mexicana podemos decir que aunque el Estado nacional cada día se esfuerza por ser mejor instancia rectora en el terreno de las relaciones económicas, políticas, ecológicas, comerciales, internacionales, laborales, productivas, etc; en el área cultural ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. En este sentido, podemos decir que **en los últimos decenios, en términos culturales el sector privado del país controlador los medios de comunicación y las corporaciones multinacionales, han sido las verdaderas secretarías de Estado que han influido en el intelecto y la emoción colectiva que han cohesionado al país**.

Por ello, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional es fundamental estudiar el papel que desempeñan los medios electrónicos de comunicación, y particularmente la televisión, para diseñar nuevas políticas culturales, pues son esos canales los que están construyendo con mayor fuerza el proyecto mental cotidiano de la República. **Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente es Razón de Estado el planificar el funcionamiento social de los medios de información masiva para el desarrollo del país. Siendo que el corazón de la democracia hoy cruza por los medios de comunicación, la reforma del Estado existirá sólo en la medida en se reforme el funcionamiento social de los medios de comunicación colectivos en nuestro país**.

Tenemos que considerar que debido a la aceleradísima transformación global que vivimos, de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc; si no se modifica el alma mental que da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo, tarde o temprano, se volverá a desmoronar y cada vez mas con mayor profundidad.

VII.- NOTAS.

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, Réquiem Por los Media, en Crítica a la Economía Política del Signo, Editorial Siglo XXI, México D.F., 1ª. Edición, 1974 páginas 198 a 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, versión mimeografiada, página 1 a 3; Heberto Castillo, Un Partido Revolucionario Mexicano, Revista Proceso No. 295, 19 de octubre de 1981, página 32; Armand Mattelart, La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. 952, 14 de septiembre de 1980, página 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, páginas 60 a 64; Alicia Gordon Strasser, Chile: Comunicación Masiva y Coyuntura Política (Comentario), en: Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos, obra cit., páginas 71 a 75; Armand Mattelart, Los Medios de Comunicación Masiva en una Situación Prerevolucionaria, en: Revista Arte, Sociedad e Ideología No. 2 agosto - septiembre de 1977, México D.F., página 86; Franz Hinkelammert, Dialéctica del Desarrollo Desigual, Editorial Universitaria de Valparaíso, Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, 1972, página 125; Armand

Mattelart, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Editorial Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina, 1973, páginas 11 a 13; Armand Mattelart, Fuentes Culturales y Movilización de Masas, Editorial Anagrama, Colección Elementos Críticos No. 3, Barcelona, España, 1977, páginas 28 a 29 y Armand Mattelart, Transnacionales y Mercaderías Culturales, Uno Mas Uno, 8 de julio de 1981, página 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, Editorial Sígueme, Segunda Edición, Salamanca, España, 1976, páginas 247 a 248; Armand Mattelart, La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, Obra cit., página 9; Mabel Piccini, Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México D.F., 1981, versión mimeografiada, páginas 24 a 26; Jesús Martín Barbero; Comunicación Masiva: Discurso y Poder, Editorial Epoca, Colección Intiga No. 7, Quito, Ecuador, 1978, página 13 a 15 y 37 a 39; Ana María Fadul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Santoro, Comunicacao, Hegemonía e Contra-Información. (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudios Interdisciplinares Da Comunicacao), Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, páginas 10 a 12; Jean Baudrillard, Réquiem por los Media, obra cit. página 194 a 197; Daniel Prieto Castillo, Elementos para una Teoría de la Comunicación, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México D.F., 1978, páginas 6 y 7 ; Mabel Piccini, La Investigación Sobre Medios de Comunicación en América Latina , Simpósium Nacional de Comunicación: La Experiencia de América Latina, Frente a la Experiencia Norteamericana, Universidad Iberoamericana, abril de 1978, México, D.F., página 10 a 16; Eliseo Verón, Ideología y Comunicación de Masas: La Semantización de la Violencia Política, en: Lenguaje y Comunicación Social, Editorial Nueva Visión, Argentina, 1977, páginas 134 y 140; Armand Mattelart, Comunicación y Cultura de Masas, en: Comunicación Masiva y Revolución Socialista, A. Mattelart, Patricio Biedman y Santiago Funes, Editorial Diógenes, México, 1972, páginas 11 a 13 ; J.M. Martínez, Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, en Ideología y Medios de Comunicación, Autores Varios, Editorial Amorrortu, Argentina, 1974, páginas 126 a 128; Mabel Piccini, La Situación de los Medios de Comunicación en Argentina, Simpósium: Comunicación y Dependencia en América Latina, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., 1978, páginas 13 y 14; Hans Magnus Enzezberger, 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, páginas 60 a 65, 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., página 172; Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, Comisión Mac. Bride, Fondo de Cultura Económica, México 1980, páginas 40 a 44; y La Izquierda no ha Considerando Prioritario el Tema de la Comunicación Social: Monsivais, Excelsior, 8 de mayo de 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; Armand Mattelart y Seth Siegelaub, Comunication and Class Struggle, Vol. 1, International Mass Media Researh 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 como parte de la sociedad civil. Menos aún ha sido estudiada en relación con el Estado y en su vinculación con las nuevas tecnologías de información. Por ello, creemos que, a pesar de que en América Latina apenas empieza a surgir una actividad de investigación y reflexión, 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 construirse. 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, página 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. Editorial, París 1972; A Romero Rubio, Teoría General de la Información y de la Comunicación, Editorial Pirámide, S.A., Madrid, España; G. Maletzke, Sociología de la Comunicación Social, Editorial Epoca, Colección INTIYAN-CIESPAL , Quito, Ecuador, 1976; David K. Berlo, El Proceso de la Comunicación, Editorial El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 5ª. Reimpresión, 1974; Sandra Hybels y Richard L. Weaver, La Comunicación, Editorial Litton Educational Publishing, Inc., México D.F., 1976; Horacio Guajardo, Teoría de la Comunicación Social, Editorial Demoscopia, México D.F., 1970; Erich Feldmann, Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1977; Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, 1ª. Edición, México, 1980; Denis Mc. Quail, Sociología de los Medios Masivos de Comunicación, Editorial Paidos, Argentina, 1972; Jorge H. Pole, Comunicación Social, Editorial PROLAM, Argentina , 1974 ; Horst Halzer, Sociología de la Comunicación, Editorial 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, Editorial Juan Pablos, México D.F. 1975, páginas 125 a 126.

7.-Antonio Gramsci, La Opinión Pública, en : Pasado y Presente, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina, 1ª. Edición, 1974, página 203.

8.- Por Aparatos de Difusión de Masas (ADM) entendemos el 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. Esto realizado 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.

9.- Ludovico Silva, Teoría y Práctica de la Ideología, Editorial Nuestro Tiempo, 1971, México D.F., páginas 153 y 181.

10.- Fernando Carmona, El Subdesarrollo y la Apertura, en: Reforma Educativa y Apertura Democrática, Editorial Nuestro Tiempo, Varios Autores, México D.F., 1972, página 17 a 25.

11.- Maurice Duverger, Carta Abierta a los Socialistas, tomado de Neocapitalismo Contaminante, Excelsior, 22 de abril de 1981, página 6.

12.- Rafael Roncagliolo, Comunicación: Cambio Social y Necesidad de un Nuevo Marco Conceptual, Documentos ILET, septiembre de 1977, México D.F., página 1 a 4 y 19 a 29; y Comunicación y Culturas Transnacionales: Proposiciones Cr& mimeografiada, página 22 y 23; Comunicación y Nueva Hegemonía, Editorial Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima Perú , 1981, página 40; y La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. 952, 14 de septiembre de 1980, página 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), México D.F., 1978, página 80.

15.- Enrique Guinsberg, Los Medios Masivos de Comunicación y La Formación Psicosocial, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) , México D.F., septiembre de 1978, versión mimeografiada, página 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, página 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, página 2 a 5.

18.-Ana María Fadul, O Futuro No Presente. Perspectivas Para una Teoría dos Meios de Comunicacao de Massa, Tese de Doutoramento, Departamento de Filosofía, Facultade de Filosofía, Letras e Ciencias Humanas, Universidad de Sao Paolo, Brasil 1980 página 27 a 30; Hegemonía e Contra-Informaçao: Por una Nova Praxis de Comunicacao, en: Comunicacao, Hegemonía e Contra-informaçao, Carlos Eduardo Lins da Silva, Coordenador, Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982, página 33 y 34; y Meios de Comunicacao de Massa e Educacao ne Brasil: Una Perspectiva Crítica, Cuadernos INTERCOM, No. 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinares de Comunicacao; Cortez Editora, outubro, 1982, Sao Paolo, Brasil, página 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, México D.F.

20.- Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación Informe Provisional Sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, UNESCO, París, 1978, páginas 23, 49, 53, y 54; y Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Editorial Fondo de Cultura Económica, México D.F. , 1980, página 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, página 7.

22.- Nos referimos a los artículos, La Comunicación Si tema 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, página 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.- Rafael Roncagliolo, Comunicación y Cultura Transnacionales: Proposiciones Críticas, obra cit., página 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., página 80.

24.- 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 vía medios de comunicación no se reduce solamente al momento superestructural del fenómeno; sino que como toda relación de fuerza que es surge desde el corazón de la infraestructura y de sus contradicciones materiales.

Sin embargo, por necesidades metodológicas de recorte de nuestro objeto de estudio, no examinaremos todo el recorrido macro social que acompaña a los procesos de construcción de la hegemonía. En esta ocasión, sólo analizaremos las vías de salida de este reflejo ideológico a través de las tecnologías de comunicación.

25.- 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 Impacto Educativo de la Televisión Comercial en los Estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria, en Televisión y Enseñanza Media en México: El Sistema Nacional de Telesecundaria, Vol. II, SEP, SHCP, SPP, México D.F., 1981, página 170 y siguientes.; y Javier Esteinou Madrid, Los Medios De Comunicación y la Capacitación de la Fuerza del Trabajo, Cuadernos del TICOM, No. 23, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1983.

26.- 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 para su época. Es decir, no debemos aplicarle a este pensamiento la misma crítica correctiva que le dirigimos a la corriente althuseriana, pues son fenómenos distintos.

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 consensual, 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.

27.- 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 Escuela Nacional de Antropología e Historia, México 1975, página 37 a 38.

28.- Para comprender porqué la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo: Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía, Editorial Trillas, México, D.F., 1992, 200 páginas.

29.- Por otra parte, es alarmante y aleccionador para la sociología crítica del estudio del receptor, que quienes con mayor exactitud, sutileza y eficacia conocen el perfil de comportamiento del auditorio es el sector dominante, que impulsado básicamente por el capital industrial y comercial, se dedica, a través de las técnicas de la mercadotecnia y publicidad, a radiografiar los diversos patrones de aspiraciones, gustos, comportamientos, debilidades, actitudes, preferencias, inclinaciones, etc., del receptor, con objeto de integrarlo al _proyecto de desarrollo del capital nacional e internacional. Javier Esteinou Madrid, El estudio materialista de la comunicación de masas, Cuadernos del TICOM No. 1, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, marzo de 1979, p. 9.

30.- Hoy 92 de cada 100 adultos mexicanos saben leer y escribir, Excelsior, 13 de diciembre de 1986; Reconocimiento de la UNESCO al gobierno mexicano por los resultados de programas de alfabetización, Uno Más Uno, 9 de septiembre de 1987; Descendió el analfabetismo a 7.6%, Uno Más Uno, 27 de marzo de 1987.

31.- Respuesta al festival del donador altruista de sangre, Excelsior, 14 de octubre de 1987.

32.- Las campañas de vacunación han logrado reducir 35% las enfermedades infantiles, Excelsior, 12 de marzo de 1986; El próximo sábado la segunda jornada de vacunación antipolio, Excelsior, 22 de marzo de 1986; Serán inmunizados contra la polio más de doce millones de niños, Excelsior, 14 de enero de 1987; Millón y medio de niños serán vacunados contra la polio en el D.F., Excelsior, 21 de enero de 1987; Aplicarán hoy a 12 millones de infantes la vacuna antipolio, Excelsior, 24 de enero de 1987; Se inmunizó contra la polio a 12 millones de infantes, Excelsior, 25 de enero de 1987; Aplicó la armada 75 mil dosis de vacuna antipolio, Excelsior, 29 de enero de 1987; Vacunados más de 10 millones de niños contra difteria y tosferina, Excelsior, 23 de mayo de 1987; Del 26 al 30, vacunas contra el sarampión: SSA, Uno más Uno, 20 de octubre de 1987.

33.- Cada vez más consumidores hacen valer sus derechos: Pliego Montes, Excelsior, 11 de febrero de 1987.

34.- Al maratón de Guadalajara 4,000 corredores, Excelsior, 4 de febrero de 1987; 15,000 atletas en la carrera de la Constitución, Excelsior, 8 de febrero de 1987; El paseo ciclista, un freno a la contaminación, Excelsior, 5 de junio de 1987.

35.- Bajaron los accidentes laborales en 57%: IMSS, Excelsior, 10 de febrero de 1987.

36.- Reconoció MMH el apoyo publicitario a las campañas del sector público, Excelsior, 29 de septiembre de 1987.

37.- Está preparando al FSTSE a 450,000 promotores del voto, Excelsior, 2 de julio de 1987.

38.- Esteinou Madrid, Javier, La reconstrucción y los medios de comunicación, El Búho, No. 15, suplemento cultural de Excelsior, 22 de diciembre de 1985; Esteinou Madrid, Javier, Televisión y memoria social (dos partes), El Búho, Nos. 35 y 36, Excelsior, 11 y 18 de mayo de 1986.

39.- La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

40.- La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

41.- La televisión sin cerillos quemó una casa, Excelsior, 7 de noviembre de 1993.

42.- La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

43.- La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva vs. conocimiento de la realidad nacional, Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.

44.- Usos comerciales de la televisión infantil, Uno Más Uno, 9 de enero de 1988; Diario 5 denuncias de maltrato de menores en Chihuahua: Miranda G., Excelsior, 29 de octubre de 1992; En 6 meses el DIF recibió 119 denuncias por maltrato infantil, El Financiero, 13 de septiembre de 1993; Es inexistente en México una política que contemple a los niños. Ni siquiera ha sido planteada, Uno Mas Uno, 27 de octubre de 1993.

Simplemente en la ciudad de León, Guanajuato, los casos de "violencia interfamiliar" -maltrato a los hijos, la mujer y el anciano- aumentó tanto que en 1993 se presentaron 30 denuncias mensuales como promedio y en 1992 el Ministerio Público registró 203 casos de denuncias por rapto, secuestro y tráfico de menores. Creciente violencia intrafamiliar se registra en León: Alcántara S, Excelsior, 22 de febrero de 1993.

VIII.- DOCUMENTACION CONSULTADA.

A.- LIBROS Y REVISTAS.

- Alberto Montoya Martín del C. y Ma. Antonieta Rebeil, El Impacto Educativo de la Televisión Comercial en los Estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria, en Televisión y Enseñanza Media en México: El Sistema Nacional de Telesecundaria, Vol. II, SEP, SHCP, SPP, México D.F., 1981.

- Alicia Gordon Strasser, Chile: Comunicación Masiva y Coyuntura Política (Comentario), en: Argentina, Cuba, Chile: Realidad Política y Medios Masivos, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación No. 4 UNAM, México D.F., 1979.

- Ana María Fadul, Carlos Eduardo Lins Da Silva y Luis Fernando Santoro, Comunicacao, Hegemonía e Contra-Información. (Documento Básico Do IV Ciclo de Estudios Interdisciplinares Da Comunicacao), Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982.

- Ana María Fadul, O Futuro No Presente. Perspectivas Para una Teoría dos Meios de Comunicacao de Massa, Tese de Doutoramento, Departamento de Filosofía, Facultade de Filosofía, Letras e Ciencias Humanas, Universidad de Sao Paolo, Brasil, 1980.

- Antonio García, ¿ Comunicación Para la Dependencia o Para el Desarrollo ?, CIESPAL, Colección INTIYAN, Quito, Ecuador, 1980.

- Antonio Gramsci, La Opinión Pública, en : Pasado y Presente, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina, 1ª. Edición, 1974.

- Antonio Gramsci, Problemas Escolares y Organización de la Cultura, en: Los Intelectuales y la Organización de la Cultura, Obras de Antonio Gramsci, Tomo 2, Editorial Juan Pablos, México D.F. 1975.

- Armand Mattelart y Seth Siegelaub, Comunication and Class Struggle, Vol. 1, International Mass Media Researh Center, International General, New York.

- Armand Mattelart, Comunicación y Cultura de Masas, en: Comunicación Masiva y Revolución Socialista, A. Mattelart, Patricio Biedman y Santiago Funes, Editorial Diógenes, México, 1972.

- Armand Mattelart, Fuentes Culturales y Movilización de Masas, Editorial Anagrama, Colección Elementos Críticos No. 3, Barcelona, España, 1977.

- Armand Mattelart, La Comunicación de la Crisis, Primer Encuentro Latinoamericano Sobre la Enseñanza de la Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación, México D.F., 1978, versión mimeografiada.

- Armand Mattelart, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Editorial Siglo XXI, Buenos Aires, Argentina, 1973.

- Armand Mattelart, La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. 952, 14 de septiembre de 1980.

- Armand Mattelart, Los Medios de Comunicación Masiva en una Situación Prerevolucionaria, en: Revista Arte, Sociedad e Ideología No. 2 agosto - septiembre de 1977, México D.F.

- Armand Mattelart, Transnacionales y Mercaderías Culturales, Uno Mas Uno, 8 de julio de 1981.

- Baudrillard, Jean, Réquiem Por los Media, en Crítica a la Economía Política del Signo, Editorial Siglo XXI, México D.F., 1ª. Edición, 1974

- 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, México D.F.

- Comisión Internacional de Estudios de la Comunicación, Informe Provisional Sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, UNESCO, París, 1978.

- Comunicación y Culturas Transnacionales: Proposiciones Críticas, Seminario "Comunicación y Cultura Transnacionales", Universidad de Texas e Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Austin, Texas, 2 a 5 de junio de 1982, versión mimeografiada.

- Comunicación y Nueva Hegemonía, Editorial Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Lima Perú, 1981.

- Cultura y Comunicación, La Semana de Bellas Artes, 16 de septiembre de 1981.

- Daniel Prieto Castillo, Elementos para una Teoría de la Comunicación, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México D.F., 1978.

- David K. Berlo, El Proceso de la Comunicación, Editorial El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 5ª. Reimpresión, 1974.

- Denis Mc. Quail, Sociología de los Medios Masivos de Comunicación, Editorial Paidos, Argentina, 1972.

- Eliseo Verón, Ideología y Comunicación de Masas: La Semantización de la Violencia Política, en: Lenguaje y Comunicación Social, Editorial Nueva Visión, Argentina, 1977.

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

- Enrique Guinsberg, Los Medios Masivos de Comunicación y La Formación Psicosocial, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., septiembre de 1978, versión mimeografiada.

- Erich Feldmann, Teoría de los Medios Masivos de Comunicación, Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1977.

- Fernando Carmona, El Subdesarrollo y la Apertura, en: Reforma Educativa y Apertura Democrática, Editorial Nuestro Tiempo, Varios Autores, México D.F., 1972.

- Fernando Reyes Matta y Rafael Roncagliolo, Iglesia, Prensa y Militares: El Caso Riobamba y los Obispos Latinoamericanos, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México D.F., 1978.

- Franz Hinkelammert, Dialéctica del Desarrollo Desigual, Editorial Universitaria de Valparaíso, Universidad Católica de Chile, Centro de Estudios de la Realidad Nacional, Santiago de Chile, 1972.

- Gerard Maletzke, Sociología de la Comunicación Social, Editorial Epoca, Colección INTIYAN-CIESPAL , Quito, Ecuador, 1976.

- Hans Magnus Enzezberger, 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.

- Heberto Castillo, Un Partido Revolucionario Mexicano, Revista Proceso No. 295, 19 de octubre de 1981.

- Hegemonía e Contra-Informaçao: Por una Nova Praxis de Comunicacao, en: Comunicacao, Hegemonía e Contra-informaçao, Carlos Eduardo Lins da Silva, Coordenador, Cortez Editora, INTERCOM, Sao Paulo, Brasil, 1982.

- 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.

- Horacio Guajardo, Teoría de la Comunicación Social, Editorial Demoscopia, México D.F., 1970.

- Horst Halzer, Sociología de la Comunicación, Editorial AKAL, Madrid, España, 1978.

- Javier Esteinou Madrid, La Reconstrucción y los Medios de Comunicación, El Búho, No. 15, Suplemento Cultural de Excelsior, 22 de diciembre de 1985.

- Javier Esteinou Madrid, Los Medios De Comunicación y la Capacitación de la Fuerza del Trabajo, Cuadernos del TICOM, No. 23, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1983.

- Javier Esteinou Madrid, Los Medios de Comunicación y la Construcción de la Hegemonía, Editorial Trillas, México, D.F., 1992, 20 paginas.

- Javier Esteinou Madrid, Televisión y Memoria Social (Dos partes), El Búho, Nos. 35 y 36, Excelsior, 11 y 18 de mayo de 1986.

- Jesús M. Martínez, Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales, en Ideología y Medios de Comunicación, Autores Varios, Editorial Amorrortu, Argentina, 1974.

- Jesús Martín Barbero, Comunicación Masiva: Discurso y Poder, Editorial Epoca, Colección Intiga No. 7, Quito, Ecuador, 1978.

- Jesús Martín, 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.

- Jorge H. Pole, Comunicación Social, Editorial PROLAM, Argentina, 1974.

- Juan Somavia, La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo, Revista Nueva Sociedad No. 38, septiembre-Octubre de 1978, Venezuela.

- Louis, Althusser, Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado, Comité de Publicaciones de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, México 1975.

- Ludovico Silva, Teoría y Práctica de la Ideología, Editorial Nuestro Tiempo, 1971, México D.F.

- Mabel Piccini, La Investigación Sobre Medios de Comunicación en América Latina , Simpósium Nacional de Comunicación: La Experiencia de América Latina, Frente a la Experiencia Norteamericana, Universidad Iberoamericana, abril de 1978, México, D.F.

- Mabel Piccini, La Situación de los Medios de Comunicación en Argentina, Simpósium: Comunicación y Dependencia en América Latina, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., 1978.

- Mabel Piccini, Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México D.F., 1981.

- 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.

- Maurice Duverger, Carta Abierta a los Socialistas, tomado de Neocapitalismo Contaminante, Excelsior, 22 de abril de 1981.

- Meios de Comunicacao de Massa e Educacao ne Brasil: Una Perspectiva Crítica, Cuadernos INTERCOM, No. 4, Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinares de Comunicacao. Cortez Editora, outubro, 1982, Sao Paolo, Brasil.

- Mr. G. Thoveron, Sociologie Des Moyens de Communication Sociale, Presses Universitaires de Bruxelles, 1ª. Editorial, París 1972.

- 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.

- Rafael Roncagliolo, Comunicación: Cambio Social y Necesidad de un Nuevo Marco Conceptual, Documentos ILET, septiembre de 1977, México D.F.

- Raúl Cremoux, La Legislación Mexicana de Radio y TV, Prólogo de Armando Labra, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, México D.F., 1982.

- Romero Rubio, Teoría General de la Información y de la Comunicación, Editorial Pirámide, S.A., Madrid, España.

- Sandra Hybels y Richard L. Weber, La Comunicación, Editorial Litton Educational Publishing, Inc., México D.F., 1976.

- Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Fondo de Cultura Económica, 1ª. Edición, México, 1980.

- Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, Comisión Mac. Bride, Fondo de Cultura Económica, México 1980.

- Un Sólo Mundo Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, UNESCO, Editorial Fondo de Cultura Económica, México D.F. , 1980.

B.- HEMEROGRAFIA.

- Al Maratón de Guadalajara 4,000 Corredores, Excelsior, 4 de febrero de 1987.

- Aplicarán Hoy a 12 Millones de Infantes la Vacuna Antipolio, Excelsior, 24 de enero de 1987.

- Aplicó la Armada 75 mil Dosis de Vacuna Antipolio, Excelsior, 29 de enero de 1987.

- Bajaron los accidentes laborales en 57%: IMSS, Excelsior, 10 de febrero de 1987.

- Cada Vez Más Consumidores Hacen Valer Sus Derechos: Pliego Montes, Excelsior, 11 de febrero de 1987.

- Comunicación y Control, Excelsior, 21 de febrero de 1983.

- Creciente Violencia Intrafamiliar se Registra en León: Alcántara S, Excelsior, 22 de febrero de 1993.

- Del 26 al 30, Vacunas Contra el Sarampión: SSA, Uno más Uno, 20 de octubre de 1987.

- Descendió el Analfabetismo a 7.6%, Uno Más Uno, 27 de marzo de 1987.

- Diario 5 Denuncias de Maltrato de Menores en Chihuahua: Miranda G., Excelsior, 29 de octubre de 1992.

- Efectos de la Comunicación Social, El Día, 22 de abril de 1982.

- El Nuevo Orden Mundial de la Información, El Día, 23 de noviembre de 1980.

- El Paseo Ciclista, Un Freno a la Contaminación, Excelsior, 5 de junio de 1987.

- El Periódico Misil del Siglo XXI, El Heraldo, 10 de junio de 1981.

- El Próximo Sábado la Segunda Jornada de Vacunación Antipolio, Excelsior, 22 de marzo de 1986.

- En 6 Meses el DIF recibió 119 Denuncias por Maltrato Infantil, El Financiero, 13 de septiembre de 1993.

- Es Inexistente en México una Política que Contemple a los Niños. Ni Siquiera ha Sido Planteada, Uno Mas Uno, 27 de octubre de 1993.

- Está Preparando al FSTSE a 450,000 Promotores del Voto, Excelsior, 2 de julio de 1987.

- Hoy 92 de Cada 100 Adultos Mexicanos Saben Leer y Escribir, Excelsior, 13 de diciembre de 1986.

- Incomunicación Social, Excelsior, 3 de febrero de 1981.

- La Información y la Opinión, Excelsior, 12 de julio de 1976.

- La Comunicación Colectiva, El Nacional, 8 de junio de 1981.

- La Comunicación Sistema Nervioso de la Sociedad, El Sol de México, 22 de octubre de 1974.

- La Debilidad de la Izquierda ante las Nuevas Tecnologías del Capitalismo, El Gallo Ilustrado No. 952, 14 de septiembre de 1980.

- La Guerra de La Información, Uno Mas Uno, 7 de noviembre de 1978.

- La Izquierda no ha Considerando Prioritario el Tema de la Comunicación Social: Monsivais, Excelsior, 8 de mayo de 1983.

- La Televisión Sin Cerillos Quemó Una Casa, Excelsior, 7 de noviembre de 1993.

- La Televisión y los Niños. Conocimiento de la Realidad Televisiva vs. Conocimiento de la Realidad Nacional, Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.

- La Violencia Televisada Produce Graves y Prolongados Daños Síquicos en los Niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

- La Violencia Televisada Produce Graves y Prolongados Daños Síquicos en los Niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

- La Violencia Televisada Produce Graves y Prolongados Daños Síquicos en los Niños, Excelsior, 8 de agosto de 1992.

- Las Campañas de Vacunación Han Logrado Reducir 35% las Enfermedades Infantiles, Excelsior, 12 de marzo de 1986.

- Millón y Medio de Niños Serán Vacunados Contra la Polio en el D.F., Excelsior, 21 de enero de 1987.

- Reconocimiento de la UNESCO al Gobierno Mexicano por los Resultados de Programas de Alfabetización, Uno Más Uno, 9 de septiembre de 1987.

- Reconoció MMH el Apoyo Publicitario a las Campañas del Sector Público, Excelsior, 29 de septiembre de 1987.

- Respuesta al Festival del Donador Altruista de Sangre, Excelsior, 14 de octubre de 1987.

- Se Inmunizó Contra la Polio a 12 Millones de Infantes, Excelsior, 25 de enero de 1987.

- Serán Inmunizados Contra la Polio Más de Doce Millones de Niños, Excelsior, 14 de enero de 1987.

- Usos Comerciales de la Televisión Infantil, Uno Más Uno, 9 de enero de 1988.

- Vacunados Más de 10 Millones de Niños Contra Difteria y Tosferina, Excelsior, 23 de mayo de 1987.

- 15,000 Atletas en la Carrera de la Constitución, Excélsior, 8 de febrero de 1987.

Dr. Javier Esteinou Madrid
Profesor-Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

.