

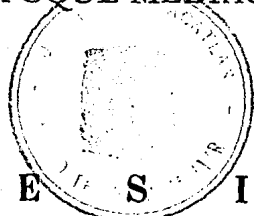
7
2ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"**

**LA CULTURA MASIVA BAJO
UN ENFOQUE MEDIACIONAL**



T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :

BEATRIZ GOMEZ VILLANUEVA

DIRECTOR DE TESIS:

LIC. HECTOR JESUS TORRES LIMA



ACATLAN, EDO. DE MEXICO

1991

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

	PÁGINA
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	
EL ENFOQUE MEDIACIONAL	7
1.1. La mediación social	8
1.2. La producción social de la comunicación	12
1.3. La teoría social de la comunicación	13
1.4. De los medios a las mediaciones	24
Notas	37
CAPITULO 2	
ENFOQUES Y FUNCIONES DE LA CULTURA	39
2.1. Enfoques sobre cultura	40
2.1.1. Enfoque filosófico	40
2.1.2. Enfoque antropológico	41
2.1.3. Enfoque sociológico	46
2.1.4. Hacia una reconstrucción del concepto de cultura	57
Notas	71
CAPITULO 3	
LA CONSTRUCCION DE LA CULTURA DE MASAS EN MEXICO	75
3.1. Síntesis de los conceptos explicativos de la cultura bajo el paradigma mediador	75
3.2. Premisas para la explicación de la construcción de la cultura de masas en México	80
3.3. Explicación de la construcción de la cultura de masas en México	84
3.3.1. Representaciones	84
3.3.1.1. Sobre el entorno	84
3.3.1.1.1. Superestructura	84
3.3.1.1.2. Estructura	88
3.3.1.1.3. Infraestructura	91
3.3.1.2. Sobre los cambios del entorno	97
3.3.1.2.1. Superestructura	98
3.3.1.2.2. Estructura	102
3.3.1.2.3. Infraestructura	105
3.3.2. Prácticas sociales	110
3.3.2.1. Sobre el entorno	110
3.3.2.1.1. Superestructura	110
3.3.2.1.2. Estructura	114
3.3.2.1.3. Infraestructura	118
3.3.2.2. Sobre los cambios del entorno	121
3.3.2.2.1. Superestructura	122
3.3.2.2.2. Estructura	124
3.3.2.2.3. Infraestructura	129
3.3.3. Expresiones	130

Propuesta para el análisis de los contenidos de la cultura masiva por televisión en México	133
Notas	139
CONCLUSIONES	140
BIBLIOGRAFIA	147

INTRODUCCION

Hace unos días un artículo en el periódico **El Financiero**, que trataba sobre las tesis que los egresados realizan para obtener el grado académico, mencionaba: "La generalidad de los graduados redactan esas cosas porque ya no les queda de otra si desean su título..." "Releí mi tesis y me dio vergüenza. La voy a esconder, no vaya a ser que alguien la vea..." "Pero la verdad del asunto es que no hay ninguna diferencia entre un universitario sin tesis y uno con tesis..." "La mayoría de las tesis tienen la siguiente fórmula: por cada dos párrafos que se citen hay que añadir uno de nuestro ronco pecho que comience así: como podemos ver, y tal como dice fulano, la trascendencia de mengano en este ámbito es bien importante porque... así se hacen casi todas las tesis..."

Para cualquier universitario que haya pasado por la elaboración de una tesis, los señalamientos anteriores no le resultarán nada originales, de hecho son puntos muy serios y reales que, quien esto escribe, también ha considerado. No obstante, aunque pudiera parecer inútil leer muchos libros, citarlos y parafrasearlos, e incluso realizar toda una disertación teórica para no hacer aportaciones importantes a la disciplina en cuestión, aquí se presenta una tesis más. Hacer una tesis para obtener un título es parte de la cultura de la UNAM.

Precisamente la cultura es el tema central del trabajo que se presenta y, es cierto, se hacen paráfrasis de algunos autores que han escrito sobre la cultura, principalmente la masiva y por televisión; se ha hecho una clasificación y lo único que se aporta, en la primera parte de esta tesis, es la forma de clasificar las diferentes definiciones sobre la cultura.

Se pensó que una tesis sobre cultura masiva por televisión debía comenzar por identificar, clasificar, diferenciar y definir qué es cultura: sin embargo, el resultado no se acercó a la precisión esperada. Los conceptos de cultura tienen estrechas relaciones con los estudios generados de los enfoques antropológicos, filosóficos, sociológicos y otros más. Existen concepciones de cultura tan distintas y hasta contradictorias que no se pueden identificar las constantes sobre este tema.

Lo que sí se identificó es que para definir a la cultura se necesita partir de una concepción teórica y metodológica que permita tener una postura definida y que globalice el fenómeno cultural y no lo parcialice desde una sola postura.

Dado lo anterior, se resumió la Teoría Social de la Comunicación, la Teoría de la Mediación Social y algunos planteamientos de autores actuales, principalmente de Jesús Martín Barbero.

Se indicó al inicio de esta introducción que en muchas ocasiones una tesis sólo consiste en parafrasear a los autores consultados, y hasta el segundo capítulo todo parecía ser así; por ello en el tercer capítulo se propone "algo", que si bien no es del todo original si trata de aportar. De esta manera se reconsideran las definiciones, conceptos y metodología enunciada en los apartados anteriores y se plantea una propuesta para estudiar más integralmente a la cultura masiva por televisión, a partir de una postura mediacional.

La propuesta consiste fundamentalmente en aceptar que la cultura es el conjunto de interpretaciones colectivas y/o individuales sobre un entorno y/o sobre lo que en ese entorno

suceda y que se transmite de un grupo social a otro (ya sea interna o externamente) por medios naturales y/o artificiales y que se materializa en objetos que son destinados a ello mismo. Asimismo se parte de la premisa de que la cultura está "atravesada" por tres niveles: superestructural, estructural e infraestructural; y una última premisa consiste en afirmar que las interpretaciones que se hacen desde lo cultural se elaboran sobre el entorno y que ese entorno es de tres tipos: representacional (lo que los individuos y/o colectividades piensan sobre ese entorno); de las prácticas sociales -actos ejecutivos- (lo que se hace o acontece) y de las expresiones (de los actos expresivos, de lo que se dice sobre el entorno).

El paradigma mediador se emplea de la siguiente manera: los entornos sobre los que se hacen interpretaciones culturales están ordenados, según las colectividades históricas o periodos históricos de los grupos sociales, en modelos culturales, los cuales funcionan como códigos que ordenan y median las formas como se interpretan esos entornos. Así la cultura, como conjunto de interpretaciones, media al entorno a partir de paradigmas que permiten "ordenar" lo que sucede en los entornos y a ellos mismos, con la finalidad de proporcionarles un sentido en la vida de los hombres.

El resultado de todo ello fue la realización de una tabla en donde se cruzan los tres niveles (superestructura, estructura e infraestructura) con los tres tipos de entornos (lo que se hace, se dice y se piensa) dividiendo cada uno en dos: el entorno en sí mismo y los cambios que se producen en ese entorno. Esa tabla fue la matriz a partir de la cual se comenzó a analizar de manera más

particular la cultura televisiva en México.

Se procedió sin mucha dificultad a caracterizar las particularidades más importantes de la cultura masiva por televisión en México en los entornos de los que se piensa y hace, sin embargo, cuando se llegó a lo que se dice comenzaron de nueva cuenta los problemas.

En este momento comenzó la búsqueda bibliográfica para tratar de hacer un inventario de las interpretaciones que se han dicho por televisión acerca del entorno y de los cambios de ese entorno. La búsqueda con ese enfoque resultó infructuosa debido a que al parecer no se le ha considerado desde esa perspectiva. Se regresó al autor del paradigma mediador para reconocer cómo había resuelto él, ese dilema.

Manuel Martín Serrano, en el texto **La Producción Social de la Comunicación**, realiza un análisis de las expresiones (lo que se dice) de la televisión española y encuentra, a juicio de quien esto escribe, una cantidad de datos de los cuales no todos son de índole cultural (interpretaciones), pero llega a varios y muy importantes como, por ejemplo, aquel en el que reconoce ciertos modelos narrativos que al parecer son sobredeterminados históricamente y que trascienden temporalmente las sociedades capitalistas monopólicas.

A pesar de que se indica un camino para analizar las expresiones de la televisión y se identifica cuáles de ellas son culturales, el análisis está basado en la televisión española y no en la mexicana, y aparentemente no hay mucho sobre esta última con el enfoque que se le pretendía dar en este trabajo. La problemática era clara, había que hacer una réplica del análisis realizado por

Serrano, pero aplicado a la televisión mexicana.

Sin embargo, hacer un análisis como el planteado resultaba otra tesis tan compleja y difícil como lo hasta ese momento realizado. Por otra parte, y con el propósito de seguir desarrollando esta temática, se abandonó por algún tiempo el desarrollo de la tesis y se trabajó en un proyecto de investigación para analizar las expresiones televisivas. El producto fue eso, un proyecto de investigación para el cual no tenía los conocimientos teóricos ni metodológicos. La solución, entonces, parecía fácil: debía acudir a la Universidad apropiada, poner a consideración el proyecto, estudiar los cursos y después re-escribir la tesis de licenciatura.

Como el lector podrá apreciar, la solución es sencilla pero muy tardada, por lo cual se decidió aceptar que se había llegado a un momento en el que era más importante indicar que dado el desarrollo de la investigación de la tesis, se tenía que concluir en un nuevo proyecto, en comenzar a reelaborar el conocimiento, girar otra vuelta de la rueda en el crecimiento personal, aceptar otra vez que "a uno le falta" y que es necesario seguir estudiando.

Quien esto escribe cree ahora más que nunca que la tesis puede ser un trámite; una paráfrasis de lo ya parafraseado, y quizá en algunos días la autora se avergonzará de haberla escrito y, sin embargo, descansará porque nadie más la leerá; pero también está segura que es la oportunidad más importante que la Universidad brinda para dar su última enseñanza: es necesario reconocer (con humildad) que poco se sabe, que falta mucho más por aprender y que se requiere mayor preparación. Lo importante es aprender a aprender aún lo más difícil: una licenciatura de nueve semestres y tres años de tesis no son suficientes.

CAPITULO 1

EL ENFOQUE MEDIACIONAL

Si bien toda caracterización de lo cultural se cifre a las líneas de los más diversos criterios y posturas teóricas es necesario advertir -como primera consideración-, la inconveniencia de sustentar definiciones atemporales, supuestamente globalizantes o parciales, ya que con esto se corre el riesgo de negar en la cultura los factores dinámicos que la hacen sobredeterminada por lo histórico.

La cultura, entonces, se sitúa y desarrolla en un grupo humano históricamente concebido. De esta forma la cultura (o los acontecimientos de referencia ^(*)) y el sistema normativo de referencia ^(**) y las prácticas sociales que los hombres realizan, son el resultado de la manera como cada grupo humano resuelve sus problemas de sobrevivencia y de organización social.

El grupo humano, tras su permanente búsqueda de la estabilidad que lo consolida como grupo social, ha instrumentado innumerables mecanismos normativos que marcan una relación de ajuste entre la representación de la realidad (o cultura), y el conocimiento de esa realidad que se convierte en práctica social. La escuela, la iglesia y el sistema político son sólo algunos de los mecanismos normativos que desde este momento llamaremos mediadores.

En el contexto de nuestra actual sociedad, los medios de comunicación masiva -en el manejo masificado de la cultura que ha dado paso a la cultura de masas- se suman los mediadores tradicionales.

(*) M.M. Serrano, La producción social de com. p. 155. Representación de un entorno que cambia. Este es un proceso que se lleva a cabo por la interiorización del sujeto cognoscente.

(**) Ibidem. Sistema normativo consolidado, constituido por las creencias cuyas variantes se aceptan por el grupo social al que pertenece el individuo.

Es por ello que, para estudiar las relaciones que se establecen entre el nivel en donde surge el conocimiento (SC) y esos acontecimientos de referencia y sistemas normativos (SR), es necesario emplear una explicación que manifieste un fuerte énfasis relacional o mediacional. es decir, un marco explicativo que asuma que las diferentes estructuras de la realidad se encuentran interrelacionadas y sobredeterminadas entre sí, y en donde se prepondere el estudio de la comunicación como el elemento o sistema que permita tal interacción.

Para lograr lo anterior abordaremos nuestro estudio a partir de las disertaciones formuladas a propósito de la Teoría Social de la Comunicación y de su paradigma explicativo, la mediación social, la que se brinda como aparataje teórico-metodológico que, según se irá desglosando en este capítulo, aportará elementos que permitan explicar la relación del nivel donde opera el conocimiento con lo referencial o cultural.

De igual manera, y con el objeto de articular la reflexión se expondrán, en principio, algunos de los planteamientos más generales que apunta Manuel Martín Serrano sobre esta teoría. Posteriormente, nos centraremos en la mediación masiva contemporánea a través de las aportaciones de Jesús Martín Barbero.

1.1. LA MEDIACION SOCIAL

La acendrada complejización de los procesos sociales ha motivado en muchos sentidos, la formalización de modelos teóricos capaces de interpretar y sistematizar los diversos elementos, objetos y niveles heterogéneos que se constituyen alrededor de tales procesos. En este sentido, Manuel Martín Serrano ha formulado el

paradigma de la mediación social, el cual, de acuerdo a una finalidad específica, organiza elementos, objetos y niveles; éstos a su vez, sólo pueden ser comprendidos y analizados por sus relaciones e interacciones al interior del proceso. Así, la mediación se refiere a un "sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden" (1).

La mediación se plantea como un mecanismo regulador que se introduce dentro de planos diversos de la realidad para procurar estabilidad social, ya que encierra consigo una serie de elementos que implican normatividad.

Así la necesidad de integración y control social ha sido satisfecha a lo largo del desarrollo de las formaciones históricas a través de múltiples entidades mediadoras (instituciones, organismos, doctrinas...).

Con el advenimiento de las sociedades altamente industrializadas, surgen con plenitud los medios masivos de comunicación, quienes llegan a convertirse en mediadores fundamentales dentro de las formaciones sociales contemporáneas.

Ahora bien, antes de abordar lo referente a los medios masivos de comunicación resultaría obvio preguntarnos qué es la comunicación. ¿Se constituye por sí misma? Y si es así, ¿cómo media?

Al respecto Manuel Martín Serrano indica que la comunicación cumple una función esencial de naturaleza ecológica: mediar entre los conglomerados socialmente organizados y su entorno natural. De

esta forma, la mediación comunicativa se entiende como aquel proceso que proporciona al grupo, a través de actos expresivos (1), la información necesaria sobre el entorno, lo que permite a este grupo sobrevivir y reproducirse como tal.

Esta definición elemental que destaca ampliamente el carácter biológico del proceso se complejiza al analizar las características del fenómeno comunicativo en el curso histórico de las sociedades, desarrollo que indudablemente se vincula a la historia de la mediación social.

Con este ánimo retrospectivo, Serrano menciona que en la Edad Media la cohesión entre naturaleza, técnica y cultura se sustentó en el paradigma mediador de la "obra de Dios". Así, las cosas de la naturaleza, el hombre y los objetos técnicamente fabricados encontraron su explicación última, que les daba coherencia y sentido, en la disposición divina; la técnica y sus productos se concebían únicamente como prolongación y réplica de las cosas creadas por Dios. Los objetos no eran productos de una actividad de creación, sino de recreación. De igual forma, el arte era una metáfora del trabajo de la naturaleza.

La mentalidad medieval definía lo natural y lo artificial a partir de mecanismos sensoriales y, en esta línea, natural era aquello que estaba patente, que se percibía a través de los ojos. Por el contrario, lo artificial era subrepticio, invisible al ojo, misterioso y, en ocasiones, demoníaco; tal era el caso de la magia y de la alquimia.

Sin embargo, el descubrimiento -a través del microscopio y telescopio- de conglomerados vivos y organizados, quebró la

coherencia de un sistema social fundamentado en lo superficialmente visible. Este desfase dio lugar a la llegada del humanismo renacentista.

El Renacimiento se significó por considerar natural aquello que respondía a principios universales, la razón y la inteligencia eran la pauta que conduciría al conocimiento mediante la exploración y disección de la naturaleza. El empeño se centraba en substituir las cosas por objetos fabricados. Así, la naturaleza se subordinó al medio artificial.

Dentro de esta dinámica, el nuevo paradigma mediador de la creación humana escindió la naturaleza de la cultura y la técnica se convirtió en tecnología. lo que marcó la necesidad de reintegrar la triada original. Para ello, la lógica capitalista proporcionó la nueva mediación basada en el paradigma de la razón y el progreso. La naturaleza debía ser integrada al sistema de producción industrial por medio de la razón (tecnología) para lograr el progreso (triumfo de la razón sobre la naturaleza). El avance tecnológico debía acompañar el desarrollo cultural y el hombre sería libre al erradicarse la necesidad material y los malos instintos, esto último, a través de la educación.

Sin embargo, el estado real de la sociedad demostró que la tecnología y la cultura no avanzaban solidariamente. Su interdependencia no era una relación de razón, sino una relación de dominio de clase. De esta manera, la razón instrumental exigía la permanencia de la irracionalidad a nivel de las relaciones sociales.

(*) Actos que no modifican el entorno, únicamente proveen de información

En estas condiciones de explotación en donde la división social de trabajo se convirtió en el eje perpetuador de la forma de producción, el desarrollo de la cultura integrada al proceso productivo tenía, por único fin, servir a la reproducción de la fuerza de trabajo y del capital. Dentro de un orden subjetivo, esto se manifestó en una cultura represiva (prohibición a la espontaneidad, goce y creatividad). En el orden estructural la cultura devino en mercancía (productos culturales sujetos a valor de cambio).

Fue así como la producción cultural, al integrarse a la dinámica de la dominación social, se incorporó como otro ámbito de la producción general.

La lógica de un progreso que llega a convertirse en sinónimo de avance tecnológico describe ahora las pautas del capitalismo monopolista. Y es esta formulación la que pretende reintegrar en un único nivel el medio natural y el medio social. Sin embargo, la naturaleza ya no está formada por cosas, sino por objetos artificiales; entonces, puede observarse que el contacto del hombre con lo natural es cada vez más irreal, ya que la manifestación de la naturaleza se realiza casi únicamente a través de una multiplicidad de iconos que transmite un medio como la televisión.

La obsesiva añoranza tecnológica por retornar a lo natural se plasma magistralmente en el medio televisivo, medio que transforma las cosas en signos de ellas mismas y que convierte a la evasión en inmersión icónica.

Por otra parte, y más allá de las polémicas que aún sugieren el cuestionamiento del desarrollo de las fuerzas productivas en la

etapa actual, es necesario apuntar que la nueva falsa conciencia ya no se orienta hacia la producción, sino hacia la reproducción del sistema.

Como puede observarse, los modelos mediadores se han constituido históricamente en ejes promotores de la armonización y estabilidad social, por lo que debe destacarse la capacidad de ajuste y control que ha ejercido cada modelo sobre los sistemas y las prácticas sociales. Así, a lo largo de sus diferentes momentos históricos, las sociedades han desarrollado sistemas de regulación institucionalizados que tienen por objeto reducir las situaciones disonantes, lo que ha conducido a la creación de modelos integradores de carácter mediacional. Estos se manifiestan a través de instituciones normativas (científicas, políticas, educativas) y sus respectivos instrumentos mediadores.

En las sociedades contemporáneas, los medios masivos de comunicación se consolidan como entidades normativas, casi por antonomasia y ejercen la función de lograr consenso en las representaciones del mundo que realizan los miembros de un grupo social.

Este último punto lo convertiremos en el eje de nuestra disertación y, por su importancia, será el motivo de nuestros siguientes apartados:

1.2. LA PRODUCCION SOCIAL DE LA COMUNICACION

(Planteamiento teórico y metodológico)

Para analizar teóricamente lo expuesto hasta ahora y comprender cómo se desarrolla la función mediadora de los medios de comunicación masiva, resulta básico identificar, inicialmente, las

relaciones que se establecen entre el sistema (*) que configura todo aquello que existe en el entorno del sujeto y el sistema en el que éste logra operar a nivel cognoscitivo.

De esta manera, el entorno en donde se representan los acontecimientos [SR](**) y el nivel en donde surge el conocimiento [SCo] (***) se plantean como sistemas autónomos, capaces de afectarse mutuamente de manera indirecta. Por un lado, el [SR] afecta a [SCo] a través de los datos de referencia sobre lo que acontece (experiencia pasada y presente, observación, datos obtenidos mediante una comunicación personal o por los medios de comunicación) que son tomados o interpretados por el sujeto cognoscente.

En virtud de lo anterior, debe precisarse que la relación entre [SR] y [SCo] es indeterminada e impredecible, por lo que la comunicación institucionalizada y diádica tratan siempre de reducir la indeterminación. Se pretende, entonces, lograr una relación de consonancia y ajuste entre el conocimiento y la representación de la realidad.

(*) M.M. Serrano, J.L. Pifuel et al. Teoría de la comunicación, p. 95. Serrano define al sistema como entidad que se constituye por la concurrencia de más de un elemento, y que, a su vez muestra organización.

(**) M.M. Serrano. La producción social de la comunicación, p. 50. El [SR] se constituye de las representaciones que los sujetos se hacen respecto al espacio, el tiempo y lo que acontece. Así en el Sistema de Referencia se manifiesta la visión del mundo que sustenta una determinada sociedad.

(***) Ibidem, p. 51. El [SCo] se refiere a los procesos mentales a través de los cuales se interiorizan en los sujetos las representaciones

Los medios de comunicación masiva establecen entre el (SR) y el (SC) una mediación institucionalizada que al generar una relación dialéctica dan lugar al proceso de producción social de la comunicación.

Este tipo de mediación se propone alcanzar un objetivo concreto: obtener un cierto consenso en las representaciones del mundo que elaboran los integrantes de un grupo. De tal suerte, los medios de comunicación masiva al estandarizar los códigos y la estructura de las formas narrativas, buscan con su "objetividad", eliminar la subjetividad del Sistema Cognitivo.

En este punto cabe advertir que los efectos que producen los MCM sobre el comportamiento de los sujetos pueden ser similares o idénticos a los producidos por otros conductos que formen parte del entramado social (escuela, familia, iglesia...).

Volviendo al concepto de producción social de comunicación es oportuno señalar que en la interpretación del significado social de los productos comunicativos (*). se introduce la relación entre el Sistema Social (SS) y Sistema de Comunicación (SC). A reserva de que esta relación sea tratada con mayor amplitud en otro apartado de nuestro estudio, ahora puede indicarse el planteamiento que hace Manuel Martín Serrano respecto a la línea de análisis que debe seguir el estudio de las relaciones entre cambio sociopolítico y la transformación de la comunicación social:

1. Identificando la selección de acontecimientos que los MCM realizan entre todos los sucesos que ocurren en el entorno.

(*) M. M. Serrano. La producción social de la com. p. 32. Serrano menciona que el producto comunicativo es un "objeto" fabricado que tiene un valor de uso concreto: poner la información que han elaborado unos sujetos sociales a disposición de otros.

2. Develando las características del producto comunicativo que elaboran los MCM. Para ello debe precisarse que la interacción entre el Sistema Social que provee de los recursos para producir objetos comunicativos y el Sistema Cognitivo que se sirve de esos productos para elaborar las representaciones de lo que acontece, está sobredeterminado por lo que suceda en el Sistema de Referencia.

De esta manera, la organización social interviene sobre las formas institucionalizadas de informar y en la forma de elaboración del producto resultante, en tanto que los productos comunicativos "son el resultado de procesos de producción (de información a propósito de lo que acontece) y de procesos de reproducción (de las instituciones comunicativas). En consecuencia, en los productos comunicativos se van a encontrar puntos de vista y valores que responden al encuentro de intereses generales y de intereses particulares".

Esta perspectiva se vincula al marco más general de los procesos de mediación social. Así, los MCM participan en la mediación social cuando una institución mediadora (agencia de noticias, redacción...) selecciona algunos acontecimientos para hacerlos públicos y los emisores (en consonancia con la institución mediadora) escogen de entre los acontecimientos, ciertos objetos de referencia que se convierten, con su emisión, en productos comunicativos.

Estos productos proporcionan una serie de datos de referencia a propósito de ellos mismos que se constituyen en "relatos" escritos, verbales o icónicos que se expresan en algún soporte

material (periódico, video...).

1.3. LA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Después de haber compendiado muy sucintamente el papel que los mecanismos mediadores han desempeñado en las diversas etapas históricas, no es difícil comprender el porqué tales mecanismos adquieren importancia al reconocerse en ellos los móviles dinamizadores de los procesos sociales. Y en este sentido, la mediación se convierte en el paradigma teórico explicativo de una perspectiva globalizante y sistemática que pretende dar cuenta de las relaciones entre sociedad y comunicación: la Teoría Social de la Comunicación.

La ISC se rige bajo el supuesto de que existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad. Esto se fundamenta al concebir dos sistemas (*) perfectamente diferenciados: el Sistema Social (SS) y el Sistema de Comunicación (SC).

Ambos al poseer elementos estructurales y organizativos que los distinguen el uno del otro, admiten su existencia como sistemas autónomos, lo que define sus relaciones sólo a partir de procesos de mutua afectación. Así, la relación entre (SS) y (SC) es de interdependencia, ya que algunos cambios sociales explican algunas transformaciones de la comunicación pública, y del mismo modo, algunas transformaciones comunicativas generan algunas consecuencias para la estructura y el funcionamiento de la

(*) M.M. Serrano, J.L. Piñuel et al. Teoría de la comunicación, p.

(*) M.M. Serrano, J.L. Piñuel et al. Teoría de la comunicación, p. PS. Serrano define al sistema como entidad que se constituye por la concurrencia de más de un elemento, y que, a su vez muestra organización

sociedad.

Al abundar sobre este tipo de relación, Manuel Martín Serrano señala que:

Por intervención del Sistema Social sobre el Sistema de Comunicación se entiende toda práctica personal o institucional que afecta a alguno de los componentes del Sistema de Comunicación o al Sistema en su conjunto. En sentido inverso, el Sistema de Comunicación puede utilizarse como un interventor que controla el funcionamiento de alguna institución o de alguna práctica social. Mediante la comunicación cabe intervenir sobre las necesidades, los valores y, en general, sobre los modelos del mundo que caracterizan a los diferentes grupos humanos (2).

Dado que la producción social de comunicación se genera en el momento en que se institucionaliza un complejo especializado en emitir productos comunicativos, es factible estudiar las relaciones entre sociedad y comunicación desde cualquier momento histórico en el que se haya institucionalizado a alguna modalidad de comunicación pública. En este punto se manifiesta la necesidad de la TSC por explicar las leyes que rigen los intercambios entre Sistema Social y Sistema de Comunicación a lo largo de la historia.

La Teoría Social de la Comunicación concierne a aquellas sociedades en las cuales existen interacciones entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación Pública, o lo que es lo mismo, analiza procesos históricos de cambio durante los cuales los Sistemas de Comunicación son autónomos (3).

De lo anterior se deriva la existencia de una relación

asincrónica que se verifica entre dos sistemas autónomos que en su formulación atienden al postulado de la necesidad histórica. Sin embargo, este postulado no es el único que explica las relaciones entre [SS] y [SC]. Cuando los agentes sociales pretenden garantizar sus objetivos privados o institucionales toman en cuenta sus necesidades concretas e inmediatas, no las necesidades de la historia. Con ello, formulan el postulado del uso funcional.

Es así como las prácticas sociales que motivan el intercambio entre [SS] y [SC] son el resultado de una doble lógica, histórica y funcional cuya racionalidad es en ocasiones complementaria, a veces disociada, a veces contradictoria.

Por otra parte, debe aclararse que todo sistema de comunicación coexiste con alguna formación social, pero puede permanecer en otra sin transformarse cualitativamente. Asimismo, tanto el [SS] como el [SC] poseen elementos cognitivos, organizativos y materiales que conforman la caracterización de una infraestructura y una superestructura. Estos niveles pueden ser descritos de la siguiente forma:

HOMOLOGIAS ENTRE [SS] Y [SC]

	SISTEMAS SOCIALES [SS]	SISTEMAS DE COMUNICACION [SC]
SUPRAESTRUCTURA	Normas (jurídicas, morales...) Ideas (científicas, estéticas, políticas) Creencias (dogmas religiosos, prejuicios)	Visión de lo que acontece en las narraciones

	SISTEMAS SOCIALES (SS)	SISTEMAS DE COMUNICACION (SC)
ESTRUCTURA	Organización para la producción y reproducción de la sociedad organización familiar y del trabajo	Organizaciones mediadoras (p. e. (p. e. empresas informadoras)
INFRAESTRUCTURA	Recursos y equipamientos para la producción y reproducción social (materias primas, herramientas)	Medios de producción, y recepción de información

(4)

Si bien las homologías entre (SS) y (SC) se dan comúnmente entre niveles equivalentes, también existen afectaciones que, simultánea o alternativamente, involucran niveles distintos en cada sistema. Por tanto, cualquier nivel del (SS) o (SC) pueden afectarse por lo que suceda en cualquier nivel del otro sistema y la identificación de los niveles afectados permite diferenciar las modalidades de afectación existente entre (SS) y (SC).

MODALIDADES DE AFECTACION ENTRE (SS) Y (SC)*

SISTEMA SOCIAL		SISTEMA DE COMUNICACION
Infraestructura	←→	Infraestructura
Supraestructura	←→	Supraestructura
Estructura	←→	Estructura
Infraestructura	←→	Infraestructura

* Las flechas continuas indican interacciones entre niveles equivalentes. Las discontinuas entre niveles no equivalentes

(5)

Asimismo cabe apuntar que aun cuando ambos sistemas están equifinalizados, esta identidad de fines no significa que las funciones que ellos van desarrollando sean idénticas, ni que sigan

un procedimiento semejante. El (SSI), por su parte, maneja y transforma materias, energías (e información) para satisfacer necesidades individuales y colectivas; mientras que el (SC) maneja los mismos elementos, pero su referencia son los aconteceres que afectan a la sociedad.

Aunque pudiera suponerse, por lo expuesto hasta ahora, que el cambio en alguno de los sistemas es razón exclusiva de las afectaciones, la realidad indica que esto no es posible. Además de poseer una enorme capacidad de autorregulación, ambos sistemas están sobredeterminados por instancias externas. De esta manera, el funcionamiento del (SSI) se sobredetermina por la constante transformación de las necesidades (SN); en tanto que el (SC) sólo puede ser entendido en virtud de los permanentes cambios ecológicos que sobredeterminan su funcionamiento (SR).

A lo largo de las diversas etapas históricas, el Sistema de Comunicación y el Sistema Social se han desarrollado tras la búsqueda de objetivos solidarios; comparten así, un sentido histórico que implica el logro de un acoplamiento satisfactorio.

El acoplamiento entre (SSI) y (SC) consiste en que la configuración y el funcionamiento de uno de ellos no pueden ser incompatibles con la configuración y el funcionamiento del otro en una misma etapa de evolución social. Este mutuo acoplamiento, a su vez, se rige por el postulado de la necesidad histórica:

Los ajustes del Sistema Social y del Sistema de Comunicación Pública no concluyen en tanto que la modificación de uno, de otro o de ambos, en alguno de sus niveles o en todos, establece o restablece un acoplamiento entre los dos Sistemas

que asegure la reproducción de la Sociedad (6).

Sobre esto mismo, Manuel Martín Serrano señala también que:

La Acción Social que orienta en algún sentido el funcionamiento y el acoplamiento entre los Sistemas, tiene que implicar en el mismo proceso a elementos de naturaleza tan distinta como son el manejo de las cosas, de las conductas y de las ideas. La integración de estos componentes en la Acción Social pasa necesariamente por la producción de un modelo mediador (7).

Así, para cumplir con la función de integrador, el modelo mediador de la Acción Social debe ser capaz de establecer la misma lógica en el manejo de los recursos, actos y fines (8).

Después de haber recapitulado muy brevemente algunos puntos de la Teoría Social de la Comunicación, surge la inquietud por materializar los fundamentos teóricos a través del análisis exhaustivo de algún fenómeno amplio y complejo.

Por ello y en la medida en que el objetivo del presente trabajo consiste en identificar el tipo de relaciones que se dan entre la cultura y las representaciones en donde se interponen lo social y lo comunicativo, conviene acudir a los planteamientos de la obra "De los medios a la mediaciones", de Jesús Martín Barbero. Este autor indica, en términos generales cómo la consolidación de la cultura masiva en América Latina se ha estructurado a partir de

(*)M. M. Serrano, La producción social de com. p. 85. Serrano define recursos como trabajo y materia, prácticas como coordinación institucional de las intervenciones de las agencias sobre (SS) y/o (SC); y fines como objetivos inferidos a las necesidades e intereses colectivos de grupos individuales.

la interrelación de una "cultura oral" (*), con un apremio de "modernización" por parte de los Estados políticos latinoamericanos y la innegable difusión y mediación de los MCM.

En este sentido, los señalamientos de Barbero deberán servir al presente trabajo para identificar cómo en el caso de Latinoamérica, el (SR) (cultura masiva) se ha sobrepuesto históricamente a otra forma de concebir al mundo (cultura oral)(*), para que los sujetos representen cognitivamente y puedan interpretar y explicar los cambios en un entorno social-natural, que a su vez ha sido promovido por la intervención de agentes y fuerzas sociales (gobiernos latinoamericanos) y en donde los MCM se han ajustado y acoplado tanto a los cambios del (SS) como equifinalizado al acontecer histórico.

Si bien es cierto que Jesús Martín Barbero tiene una premisa mediacional, también lo es que no concibe a la mediación de la misma manera que Manuel Martín Serrano, pero al considerar como fundamento teórico los planteamientos de estos dos autores, se pretende aclarar la finalidad y forma en que ambos aspectos teóricos se vinculan aquí.

En primer lugar se adopta la postura teórica metodológica de Serrano (según ha quedado en el apartado anterior): en segundo se destacan los ejemplos y precisiones que Barbero hace de la cultura masiva en América Latina. Es decir, se consideran los puntos desarrollados por Barbero, como un análisis del caso

(*) Barbero identifica al modo de saber oral como la concepción de un mundo descentrado, horizontal y ambivalente que se relacionaba con el saber mágico-astroológico-medicinal que se transmitía oralmente de una generación a otra.

latinoamericano, pero desde la perspectiva teórica-metodológica de Serrano.

Por tanto, es pertinente sintetizar lo planteado por Jesús Martín Barbero en el texto "De los medios a las mediaciones".

1.4. DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES

Tratar de comprender los procesos de la mediación masiva contemporánea supone, inicialmente, la consideración de sus antecedentes históricos y mecanismos enculturizadores. Para ello es necesario acudir a los hechos y transformaciones que impuso en Europa el modelo de producción precapitalista (s. XVI al XIX).

Estos campos, resultado de procesos de enculturización, pueden manejarse en dos niveles:

a) Transformación del sentido del tiempo

Antes del advenimiento del poder estatal moderno, la temporalidad social en las culturas populares era establecida por las festividades tradicionales. De esta manera, la fiesta con su permanente retorno renovaba el sentido de la cotidianidad y proporcionaba a la colectividad tiempos periódicos para desahogar tensiones y asegurar la reproducción agrícola y animal.

Al constituirse el Estado moderno, un Estado que alejó de sí la noción de pueblo y que se convirtió en sinónimo de los intereses de una recién formulada nación, el nuevo eje de organización de la temporalidad social recayó en la producción. Con ello, la fiesta abandonó su carácter de convivencia y se transformó en espectáculo que sólo se observa y admira, con lo que dejó de ser algo para "vivirse". La lógica mercantilista creó la demarcación entre religión y producción, opuso el tiempo de ocio, identificado con la

fiesta, al tiempo de trabajo o actividad productiva.

2. Transformaciones en los modos del saber

El diseño de un Estado moderno rechazó los modos populares de transmisión del saber que partían de una concepción del mundo descentrado, horizontal y ambivalente. El saber mágico (astroológico, medicinal) transmitido oralmente, en su mayoría por mujeres, debía desaparecer para dar paso a un racional mundo vertical, uniforme y centralizado.

En la búsqueda de este logro, la escuela tuvo un papel fundamental. En el proceso de aprendizaje, la enseñanza fue semantizada como un "llenado de recipientes vacíos". Con esto, se comenzó a difundir entre las clases populares la desvalorización y el menosprecio de su cultura, la cual se caracterizó como atrasada y vulgar.

Durante la etapa preindustrial que abarcó desde mediados del siglo XVIII a mediados del siglo XIX, las clases populares que emergieron como proletariado se expresaron activamente en movimientos casi permanentes de resistencia y de protesta. Tales movimientos no fueron, sin embargo, únicamente la respuesta ante el deterioro económico, en realidad, fueron la manifestación de la pugna entre la lógica emergente del capital y los modos populares de vida (costumbres tradicionales, autonomía y autorregulación local, derechos y prácticas legitimadas en la cultura popular). De ahí que la lucha adquiriera dimensiones políticas y se expresara contra el reforzamiento progresivo del Estado y contra la centralización.

Dentro de esta dinámica de cambio y ajuste que pretendía dejar

a un lado el "atraso", en pos de la modernidad y el progreso, se abrió una industria de relatos e imágenes (s. XVII) que no sólo le abrió a las clases populares el acceso a la cultura hegemónica, sino que además, le dio a esas clases la posibilidad de hacer comunicable su memoria y su experiencia. Fue esta la literatura de cordel o *colportage*, literatura que significó un tránsito de lo oral a lo escrito y que produjo en su propio desenvolvimiento la transformación de la folclórico en popular.

El cordel transcribía canciones, romances, sucesos, copias y refranes en un lenguaje que no era ni elevado ni bajo, sino la combinación de los dos; fue una literatura que se movía entre "la vulgarización de lo que viene de arriba y su función de válvula de escape a una represión que estalla en tremendismo y burla. La estereotipación de los argumentos o del lenguaje no venían sólo de las imposiciones que acarrea la comercialización y adaptación del gusto a unos formatos, sino del dispositivo de la repetición y los modos del marar popular" (8).

En forma más o menos paralela surgieron otro tipo de manifestaciones híbridas que se desplazaban entre lo tradicional y la lógica mercantilista. Tal fue el caso de los almanaques, formas que combinaron el conocimiento de las capas altas y bajas (medicina, medicina popular, astrología, astronomía). En ese mismo nivel se colocó el melodrama, espectáculo popular en el que se desarrollaron las formas y modos de las ferias y en el que se rescataron los temas de los relatos provenientes de la literatura oral.

A mediados del siglo XIX el avance inicial y más significativo

de lo que sería la industria cultural se dio con la producción masiva del folletín.

El folletín, articulador de la información y la ficción, impuso unas condiciones de producción cultural en las que el autor accede a una situación de asalariado. El escritor debía ajustarse a un ritmo de trabajo y entre él y su texto existía una mediación institucional (mercado) que reorientaba y rearticulaba la intencionalidad "artística" del escritor.

Todos estos procesos se desarrollaron alrededor de un movimiento macrosocial que permitió el acceso de la sociedad a los poderes del Estado. Esta sociedad, ya masiva, pasó de una situación de sumisión a una de consenso.

La fuerte presencia de las masas en la escena propició la ruptura del postulado burgués que sustentaba la separación entre Estado y sociedad, ya que la masa al penetrar en la esfera pública, en la esfera de las decisiones políticas, logró quebrar el concepto de lo público, desprivatizándolo, borrando la diferencia entre lo público y lo privado. Sin embargo, la ocupación de la esfera política por las masas de desposeídos no motivó la revolución social, sino que dio lugar a una recomposición de la hegemonía.

En este momento, el vacío generado por la desintegración de lo público fue ocupado por la cultura de masas, cultura que en vez de marcar las diferencias, las niega y la encubre. Fue así como esta cultura llegó a convertirse en elemento estratégico de la hegemonía burguesa, concilió posturas entre la ideología dominante y la conciencia popular.

La cultura de masas logró cumplir una función mediadora que

"cubre el conflicto entre las clases produciendo su resolución en el imaginario, asegurando así el consentimiento activo de los dominados. Pero esta mediación y ese consentimiento sólo fueron posibles históricamente en la medida en que la cultura de masas se constituye activando y deformando al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e integrando al mercado las nuevas demandas de las masas" (9).

Comenzó entonces el proceso de masificación cultural que alcanzó su climax con el desarrollo de los medios electrónicos y la consecuente aparición de una cultura para el consumo. Sin embargo, las características esenciales de la cultura masiva no surgieron en estos medios, ellos fueron el vehículo en el cual esta cultura materializó su forma, el sentido que tomaría su mediación.

Antes de continuar con la reflexión sobre la cultura de masas y con el objeto de ubicarnos directamente en el caso latinoamericano, Jesús Martín Barbero nos propone una mirada retrospectiva hacia los procesos de industrialización y conformación nacional en los países de la región.

La sustitución de importaciones, la estructuración de un mercado interno y el empleo creciente de mano de obra son las bases de una industrialización que se finca de manera importante en la participación del Estado y en sus inversiones en obras de infraestructura para transporte y comunicaciones. En este contexto surgen unas burguesías nuevas que controlan a la vez el mundo de los negocios y de la política. Así, su aparición no sólo se posibilita a partir de una coyuntura económica, sino que se centra en la necesidad de incorporar a los países latinoamericanos al modo

de vida de las naciones "modernas".

La intención era transformar para sacar a estos países del atraso y anquilosamiento, no importaba que en la búsqueda de estos fines se marginaran los sectores calificados de inertes.

Aparece entonces un nacionalismo nuevo, basado en la idea de una cultura nacional "que sería la síntesis de la particularidad cultural y la generalidad política, de las que las diferentes culturas étnicas o regionales serían expresiones. La nación incorpora al pueblo transformando la multiplicidad de deseos de las diversas culturas en un único deseo, el de participar del sentimiento nacional. Y en esa misma forma la diversidad legitima la irremplazable unidad de la Nación" (10).

La idea de modernización se representa más como una posibilidad de adaptación económica y cultural que de consolidación de la independencia. De hecho, el logro de la identidad nacional implicaba incorporarse a las líneas del discurso modernizador de los países hegemónicos.

Dentro de esta dinámica, muchos Estados buscan en la masas populares su legitimación nacional, ya que la conservación del poder exige asumir las reivindicaciones de las masas urbanas. Asciende el populismo como forma estatal que dice sustentar sus formas de acción con base en las aspiraciones populares. Es una organización del poder que estructura el compromiso entre las masas y el Estado.

A la par de esta circunstancia, la emigración y las nuevas fuentes y modos de trabajo traen consigo la conformación de masas urbanas que invaden todos los espacios ciudadanos en su búsqueda

frenética por acceder a los bienes que la ciudad prometía. Se desarrolla un proceso de masificación en el que las clases populares se integran a "la sociedad" y ésta, por su parte, debe aceptar el derecho de las masas a los bienes y servicios que hasta entonces habían sido el privilegio de unos cuantos. La nueva cultura que se origina a partir de estos hechos no es simplemente una arbitraria imposición vertical hacia las masas, ya que éstas encontraron reasumidas en ella algunas de sus formas básicas de contemplar el mundo.

Por otra parte, lo masivo se constituye en "hibridación de lo nacional y lo extranjero, el patetismo popular y la preocupación burguesa por el ascenso" Es, en fin, una cultura "esencialmente urbana, que corrige su marcado materialismo; lo que importa, lo que tiene valor es lo económico y lo que significa ascenso social con el desborde de lo sentimental y lo pasional" (11).

Dentro del proceso de implantación de los medios y constitución de lo masivo en América Latina, es necesario distinguir dos etapas. En la primera, que abarca desde los años treinta a finales de los cincuenta, la eficacia y el sentido social de los medios deben encontrarse no tanto en su organización, industria y contenidos ideológicos, sino en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares. De esta forma los medios se sitúan como importante vértebra mediadora al interior de la circunstancia histórica que da forma y dinamismo a los movimientos sociales: el conflicto entre masas y Estado. Así, la importancia de los medios reside "...en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación

que desde el populismo convertía las masas en pueblo y al pueblo en Nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las masas reconocieron en ella algunas de sus demandas más básicas y la presencia de sus modos de expresión" (12).

En este sentido, puede destacarse que a través de la radio y el cine, las comunidades de diversas regiones y provincias reciben las primeras impresiones de la Nación, trasmutándose la idea política de Nación en vivencia, en sentimiento y cotidianidad.

El desgaste del modelo de sustitución de importaciones y la imposibilidad de sostener el populismo propicia que, a partir de los años sesenta, se inicie otra etapa en la constitución de lo masivo en Latinoamérica. Ahora, las estrategias del desarrollo imponen soluciones tecnocráticas y la incitación al consumo. El Estado cede a la iniciativa privada la función de manejar la educación y la cultura.

Asimismo, el desarrollo se plantea como una versión renovada de la idea de progreso cuyo parámetro cuantificador se observaría en el crecimiento económico, crecimiento que al sustentar una de sus pautas en el acendrado consumo que redistribuye los bienes, motivará en forma "natural" la democracia política.

En los llamados "años del desarrollo", lo masivo se interpreta como forma de homogeneización y control de las masas. Los medios se convierten en agentes simuladores y socialmente desactivantes. Y en esa medida, el desarrollo de la comunicación se cuantifica en función al número de ejemplares de periódicos y de aparatos de radio o de televisión.

La irrupción de las nuevas tecnologías en América Latina proclaman el sentido de su aceptación al señalar que gracias a esta tecnología que producen los países centrales, Latinoamérica logrará dar el salto definitivo a la modernidad.

En pos de esta modernidad y en razón de su inoperancia, la memoria cultural debe aniquilarse para dar paso a la memoria electrónica, memoria que al sacrificar a la tecnología, la convierte en el nuevo paradigma mediador que absorbe diferencias y que, con sutileza, logra la plena expansión del mercado hegemónico sin que los subalternos resientan la agresión.

De lo anterior podría concluirse que:

Antes del advenimiento del Estado moderno, las relaciones entre (SR) y (SCo) se establecieron fundamentalmente a partir de los siguientes ejes mediadores:

- * Festividades tradicionales (que indicaban la temporalidad social en las culturas populares).
- * La transmisión oral del conocimiento (saber que se transmitía de una generación a otra de manera informal).
- * Gobierno autónomo y autorregulado localmente.

De esta manera el ajuste entre (SR) y (SCo) era logrado a través de una concepción del mundo descentrada, horizontal, ambivalente, multiforme.

Más adelante, en la Europa que sustentó el modelo de producción precapitalista (s.XVI al XIX), la relación entre (SR) y (SCo) se definió a partir de factores tales como:

- * La producción (que determinó la temporalidad. La lógica

mercantilista caracterizó a la fiesta tradicional como espacio para el ocio, y la opuso al tiempo de trabajo productivo).

* La escuela (que formalizó la enseñanza a través de las instituciones educativas).

* El Estado (instaurado como entidad gubernamental centralizada).

Así, el (SRI) y el (SCO) lograron su ajuste mediante la consideración de un mundo vertical, uniforme y centralizado.

Con el modelo precapitalista se pretendió dejar a un lado las pautas de "atraso" de las culturas populares, para dar lugar a la "modernidad" y el "progreso". Este modelo mediador, en su proceso de consolidación y cambio, fue escenario de una pugna entre los valores tradicionales y la lógica mercantilista que, en el siglo XVII habría de manifestarse en la creación de una incipiente industria del relato. La literatura llamada de cordel fue una expresión híbrida que amalgamó lo tradicional y los requerimientos productivos. Esta industria fue el antecedente inmediato de lo que sería más adelante la cultura de masas.

Dentro de este mismo proceso de transformación del modelo mediador precapitalista, comenzaron a sustentarse las ideas liberales que proclamaron los derechos ciudadanos. Tal situación y diversas circunstancias de orden político, económico y social, motivaron la ascensión de las masas a los poderes del Estado. La sociedad, ya masiva, al participar abiertamente en las decisiones políticas, pasó a una situación de consenso en la que el dominio de las clases hegemónicas se llevó a cabo con el pleno consentimiento

de los dominados. Se estableció entonces el marco en el que se desarrollaría la cultura de masas, una cultura que rescató profundos valores tradicionales para trastocarlos con la razón del consumo.

La cultura de masas concilió las posturas de los sectores socialmente opuestos y, por ello, llegó a convertirse en elemento de poder estratégico de los grupos hegemónicos.

La consolidación de la cultura masiva -en pleno siglo XX y bajo el auspicio del modelo mediador del monopolismo industrial-, marcó el ajuste entre [SR] y [SCo] a través de la mediación institucionalizada por los MCM. Este ajuste estableció su parámetro a partir de la proclamada necesidad de un "progreso" y desarrollismo tecnológico que habría de dar paso al bienestar e igualdad social.

Las profundas transformaciones en el [SS] de las naciones latinoamericanas a principios de siglo, se manifestaron como claros intentos por acceder al modo de vida de la "modernidad industrial". La política de industrialización de los años 30 y 40 se basó en el planteamiento del logro de la estabilidad y democracia social, mediante la reiterada producción de bienes y servicios. Para la articulación de este esquema los MCM fueron ejes fundamentales que, en principio, rescataron en sus productos comunicativos las necesidades de grupos sociales que dejaron de ser rurales para integrarse a la fuerza de trabajo de la urbe.

Fueron sostén de la lógica mercantil al transformar la cultura en productos de consumo y, por otra parte, su desarrollo tuvo un punto culminante al servir como entes de integración y

hegemonización nacionalista.

Por lo anterior es posible advertir cómo en este caso, la relación entre (SS) y el (SC) ha sido bounívoca y enormemente dinámica. La estructuración del (SC) se ha diseñado a través de múltiples situaciones de orden histórico y, por su lado, el (SS) ahora más que nunca, ha formulado muchas de sus pautas debido a la severa afectación que ha tenido por parte del (SC).

Sin soslayar de ningún modo la importancia de las instituciones sociales de tipo tradicional, es necesario afirmar que, en los momentos más recientes, los MCM han desempeñado un papel sustantivo como entidades mediadoras entre el (SR) y el (SCo). De esta manera, han sido artífices de la sacralización a la tecnología que en esta época se ha convertido en un nuevo paradigma mediador en el parámetro de ajuste y consonancia entre el nivel en el que opera el conocimiento y el nivel en el que los sujetos representan su realidad.

Para resumir, y en un intento por rescatar los puntos que delinearán nuestra postura, debe apuntarse que la cultura masiva se define como un producto mediado por la intervención de los siguientes factores:

Sociales: La producción de bienes, el Estado, la enseñanza escolarizada, las instituciones de control social, la proclamación de las ideas liberales que motivaron la ascensión de las masas a los poderes estatales.

Comunicativos: La aparición de productos comunicativos que amalgamaron en su contenido elementos de la tradición popular con

los requerimientos impuestos por la lógica mercantil, advenimiento de avances tecnológicos en los medios de comunicación de masas.

Propiamente culturales: La concepción de las culturas populares como atrasadas, la intensa necesidad de adecuarse a una cultura "moderna" y "progresista", la pugna de valores mercantiles contra valores tradicionales.

Esta visión mediadora es el aporte fundamental que aquí se trata de destacar, es decir, se propone que sólo en la medida en que la cultura sea vista como un producto mediado, será posible su interpretación y análisis.

Con el fin de proporcionar argumentos para reafirmar lo enunciado, será necesario confrontar algunas de las posturas clásicas sobre la cultura con dos finalidades:

- a) Encontrar argumentos que apoyen la aseveración de que sólo es posible estudiar a la cultura bajo un enfoque mediacional.
- b) En la medida en que las posturas clásicas sobre cultura son parciales (por no abordarla como un producto mediado por otros sistemas incluyendo la propia cultura), pueden proporcionar algunos elementos parciales, pero específicos desde el enfoque desde el cual se estudian.

NOTAS

- (1) Manuel Martín Serrano, La mediación social, p. 49.
- (2) Manuel Martín Serrano, J.L. Piñuel, Teoría de la comunicación, pp. 21-22.
- (3) Manuel Martín Serrano, La producción social de la comunicación, p. 54.
- (4) Manuel Martín Serrano, La producción social de comunicación, ob.cit., p. 55.
- (5) Ibidem, p. 56.
- (6) Idem, p. 61.
- (7) Idem, p. 65.
- (8) Cfr. Jesús Martín Barbero, De los medios a las mediaciones.
- (9) J.M. Barbero. ob. cit., p. 135.
- (10) Ibidem, pp. 167-168.
- (11) Idem, p. 73.
- (12) Idem, p.p. 178-179.

CAPITULO 2

ENFOQUES Y FUNCIONES DE LA CULTURA

Abordar el qué y el porqué de la cultura nos remite a un espectro de innumerables posibilidades en el que cada concepto responde a las líneas específicas de los diversos estudios filosóficos, sociológicos, antropológicos, psicológicos, semióticos...

Caracterizar a la cultura se ha convertido en ejercicio complejo que, necesariamente, se ha vinculado a la búsqueda de una interpretación global de la sociedad.

De esta manera, y sin temor a exagerar, puede afirmarse que los paradigmas teóricos que han definido lo cultural son incontables. Los conceptos de cultura que a partir de ellos se han formulado se pierden en su vastedad. Sin embargo y aun cuando el complejo de definiciones y conceptos que asumen las posturas clásicas se encuentran respaldadas por la solidez de sus planteamientos teóricos, estas posturas son, desde nuestro punto de vista, insuficientes para entender la cultura, ya que se muestran parciales, limitadas. Por ello, y en un intento por rechazar la parcialidad, en el presente estudio sustentamos el enfoque de la mediación al considerar que sólo en la medida en que la cultura sea vista como un producto mediado, será posible su interpretación y análisis.

Con el objeto de argumentar nuestra postura, la organización del presente capítulo señala las perspectivas de los enfoques que han analizado lo cultural. Para esto se exponen de manera resumida los puntos fundamentales que destacan tales enfoques, se rescatan sus aportaciones, se cuestionan sus limitantes -desde la

perspectiva mediacional-, y al final del capítulo se plantean consideraciones sobre la necesidad de sustentar el análisis de la cultura únicamente a partir del punto de vista de la mediación.

2.1. ENFOQUES SOBRE CULTURA

2.1.1. Enfoque filosófico

En principio, debe señalarse que, etimológicamente, cultura procede de la expresión latina *colere* que significa "cultivo de la tierra para cosechar un producto digno de ser recogido" (1).

Asimismo, tal definición enfatiza el nexo existente entre la cultura y el culto (el latín *cultus* viene de *colere*), que manifiesta la acción de cultivar o practicar algo, además considera a la cultura como un sistema de valores dignos de honrar y alcanzar.

Si bien desde su noción primigenia el concepto de cultura se vincula a formas elevadas de acción y a valores "excelsos", a partir del siglo XVIII la "cultura" es tratada como un hecho relacionado básicamente con la vida espiritual del hombre. De igual forma, "cultura" y "civilización" se convierten en términos sinónimos, de uso indistinto.

Emmanuel Kant, principal exponente de la filosofía clásica racionalista, destaca la relación entre cultura, ciencia, arte y vida social. Menciona que la naturaleza humana es capaz de lograr perfeccionamiento y superación sólo a través de la compleja dinámica de su quehacer, quehacer que se identifica con el proceso de elaboración de la cultura. Asimismo, "...la cultura existe en dos formas fundamentales: primera, en forma de objeto y resultados;

estos resultados son instrumentos de producción instalaciones técnicas, conocimientos científicos, obras artísticas, normas de moral y de derecho, etc. Segunda, la cultura existe en forma subjetiva, en la forma de las capacidades activas, subjetivas, en el contenido del quehacer humano" (2).

Dentro de este marco de conceptos en el que se vislumbra la aún actual polémica entre los valores de la "cultura material" y la "cultura espiritual", es claro advertir que al situar a la cultura como posibilidad alcanzable sólo a través del desarrollo y perfeccionamiento humano, se plantea una postura clasista y limitada que ignora las vinculaciones del hecho cultural con otros sistemas, ya que, fundamentalmente, rescata lo que de "espiritual" puede tener la cultura.

2.1.2. Enfoque antropológico

En el ámbito antropológico, el concepto de cultura ha sido expresado de múltiples formas de acuerdo a las diversas orientaciones teóricas y supuestos epistemológicos que han sustentado las innumerables investigaciones realizadas en este renglón.

Así puede destacarse, en un primer momento, la definición de Edward B. Tylor (1871):

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad (3).

En este caso, cuando Tylor propone que la cultura es

civilización y que incluye a prácticamente todo lo que el hombre ha hecho, más que aclarar, por diferenciación de elementos caracterizados como propiamente culturales, lo que hace es amalgamar todos los elementos como si la cultura no tuviera elementos propios y diferenciables de otros sistemas; en suma, propone una visión panculturalista que poco aporta a la especificidad de la cultura.

Por su parte, Franz Boas, fundador de la antropología en Estados Unidos, convierte al pensamiento y a las actitudes psíquicas en ejes centrales de disertación al abordar el concepto de cultura. Asimismo, desdeña la factibilidad de descubrir leyes sociales y otorga a la historia un papel secundario. De esta forma, plantea su definición de cultura en los siguientes términos:

La cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que sean afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres (4).

Para Kroeber la definición de cultura se fundamenta básicamente en el aprendizaje:

...la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos -y la conducta que provocan- esto es lo que constituye la cultura. La cultura es el producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que los distingue en el cosmos. La cultura es a la vez la totalidad de los productos del hombre social y una fuerza enorme que afecta a todos los seres humanos, social e

individualmente (5).

Luego entonces, la cultura es -a la luz de los conceptos anteriores-, un hecho que surge a partir de la expresión de necesidades naturales o fisiológicas de cada ser humano. Tales necesidades se canalizan en las formas de organización resultantes del proceso de transmisión de experiencias acumuladas de una generación a otra y de una cultura a otra. Es así como la cultura se distingue por ser un acto de formación y reformatión continua cuya homogeneidad depende de su capacidad de repetirse.

De esta manera, la dinámica cultural implica transformaciones en el medio, en el hombre, en las relaciones de éstos con el proceso de producción de bienes materiales (6).

Si bien hay acuerdo sobre la aseveración anterior, es necesario señalar que esa dinámica cultural que implica transformaciones no puede sustentarse básicamente en el desarrollo del nivel cognitivo, como lo indican Boas y Kroeber. También se menciona que la cultura es "todo" y que afecta al hombre, pero se desconoce cuáles son los mecanismos de esa afectación y cómo interaccionan los diversos sistemas que se mueven alrededor de lo propiamente cultural para darle faz y carácter a la cultura.

El interés por caracterizar a la cultura como un modo de ser histórico se manifiesta de manera contundente en los estudios de Leslie White.

White, notable seguidor de la línea marcada por los antropólogos evolucionistas del siglo XIX, sugiere que la cultura puede subdividirse en tres niveles: tecnológico, sociológico e ideológico. Estos niveles, identificables con el contexto

extrasomático del individuo, constituyen lo que White denomina "culturología" o ciencia de la cultura.

Para Leslie White, "...los sistemas sociales son una función de los sistemas tecnológicos, mientras que la ideología se ve fuertemente condicionada por la tecnología". Asimismo reconoce "...la importancia de los efectos de la ideología sobre los sistemas sociales y de los sistemas sociales sobre la tecnología...la evolución cultural es, entonces, producto del cambio tecnológico..."(7).

Al indicar la interacción dialéctica entre sistemas, White da un avance importante en la comprensión del proceso de formación de la cultura. Sin embargo, cuando menciona que la evolución cultural es producto del cambio tecnológico, es evidente que le otorga a la cultura el estatus de efecto, de consecuencia, no de sistema propio con elementos perfectamente diferenciados.

Por otra parte, señalar a la cultura como proceso caracterizable por su enorme capacidad de repetición implica destacar de manera prioritaria, la facultad de simbolizar. Tal simbolización, expresada a través de la lengua, encierra en sí la posibilidad de transmitir y conservar los hechos fundamentales de la cultura.

De esta forma se observa que una definición amplia del hecho cultural requiere, necesariamente, la consideración de lo ideacional.

Word H Goodenough, uno de los principales exponentes de la tesis anterior, afirma que la cultura no es propiamente un fenómeno material, sino cognitivo y conceptual. Por tanto es factible

comprender mejor la cultura de una sociedad o grupo específico si se toman en cuenta los modelos conceptuales que sistematizan y traducen su realidad material.

Esta concepción cifra las bases de una explicación semiótica que señala a la cultura como sistema signico estructurado y dinámico que se conforma a partir de la práctica social de los hombres.

A este respecto, Desiderio Navarro menciona que:

Todo hecho cultural creado por un individuo se deja describir como una estructura signica cuyas unidades constitutivas pertenecen a determinados sistemas semióticos, los cuales han sido elegidos de un repertorio ideal integrado por el conjunto de sistemas semióticos a disposición de una colectividad (8).

Muy cercano a esta línea, Claude Levi-Strauss asegura que existen estructuras que generan la realidad empírica y que no pueden ser descritas o descubiertas por medio de un análisis del mundo fenoménico. Trata de relacionar las ideas a otros aspectos de la cultura, y considera que ambas son producto de las estructuras. Así por ejemplo, sugiere la existencia de una relación estructural entre las estructuras lingüísticas y las de parentesco.

Al respecto, debe mencionarse que si bien en la conformación de la cultura son muy importantes los aspectos cognitivos, no debe soslayarse la necesidad de identificar a la cultura como un producto mediado, además, por la interacción dinámica de factores sociales, comunicativos y propiamente culturales. Asimismo es cuestionable hablar de la cultura como concepto abstracto, no definido por las circunstancias de orden histórico y regional.

Para resumir, puede indicarse que aun cuando las investigaciones antropológicas han ofrecido aportaciones decisivas para entender los productos y atributos de las sociedades humanas, éstas han omitido la caracterización de la cultura como un sistema con elementos plenamente diferenciados que interactúan con otros sistemas que lo circunscriben y median.

Por otra parte, y para continuar con nuestro ejercicio analítico, a continuación se abordará una línea de estudio que, a través de planteamientos históricos, pretende identificar los fenómenos culturales generados por las sociedades industriales: el estudio de la sociedad de masas.

2.1.3. Enfoque sociológico

a. Estratificación social

El origen del concepto de sociedad de masas se relaciona estrechamente con el advenimiento de la moderna sociedad de clases durante la última mitad del siglo XIX. Así, el desarrollo de grandes poblaciones urbanas, la centralización política, la macroproducción manufacturera, la consolidación de la división capitalista del trabajo, el crecimiento de movimientos políticos de masas y la complejización de los sistemas de comunicación son características típicas de una sociedad que ha dejado de sustentarse en la noción de "pueblo", para dar paso al concepto de "masa". A raíz de estas modificaciones radicales se disuelven las relaciones sociales de intercambio precapitalista y, en consecuencia, emerge con singular ímpetu una burguesía que busca legitimar su control económico y social a través de los ideales

racionalistas de democracia, igualdad y justicia.

Esta amplitud de circunstancias motiva la aparición de diversas interpretaciones orientadas a definir la sociedad de masas.

En su obra *Democracia en América* (1825-1840), Alexis de Tocqueville describe lo que considera como la primera crítica sociológica de la sociedad de masa. Destaca, por un lado, la serie de implicaciones revolucionarias contenidas en la ideología burguesa y el surgimiento de la oposición socialista. Menciona que "...la sociedad moderna ya no es gobernada por principios hereditarios y vínculos tradicionales de dependencia, sino por medio de un penetrante igualitarismo que nutre el individualismo, el materialismo y la inestabilidad social" (9).

Asimismo, Tocqueville señala que los nuevos valores originados del desenvolvimiento macroindustrial amenazan seriamente la sobrevivencia de la "alta cultura".

Por su parte, Frederick Nietzsche en *El crepúsculo de los dioses* y *El anticristo* rechaza y condena acremente toda forma de organización obrera. Al negar cualquier manifestación de igualitarismo, apoya la creación de una sociedad rigidamente jerárquica, sustentada en "un orden natural" de castas. Esta sociedad enseñaría a "los de abajo" a conocer su "lugar natural" y evitaría con ello la constante amenaza del "hombre común".

Si para Nietzsche la "alta cultura" peligra ante el acecho de la ideología de la "masa" mediocre, para J.S. Mill esta idea se refuerza al afirmar que toda la estructura administrativa gubernamental y el aparato de la política pública deben,

invariablemente, dejarse en manos de una minoría de los "hombres sabios". Sin embargo, también acepta que a través de la educación, la masa puede superar su apatía y vulgaridad.

En este mismo sentido, Ortega y Gasset señala en *La rebelión de las masas* (1930) que al pretender acceder a los puestos designados a las minorías "superiores", la masa incompetente amenaza severamente los valores de la cultura europea:

La democracia liberal, edificada sobre la rápida expansión del conocimiento científico y técnico, es simplemente una masa vasta de mediocridades primitivas, incultas y atávicas, sus vidas ya no están informadas por la influencia civilizadora de la cultura tradicional, sino por los valores pragmáticos de la tecnología moderna (10).

I.S. Eliot, al igual que Nietzsche y Ortega y Gasset opina que, dada la estratificación social, es fundamental que los estratos altos posean una cultura más consciente que los demás; esto con el objeto de que la sociedad se manifieste como una "gradación continua de niveles culturales". Por tanto, "la cultura de cada individuo fluye de su asociación a diferentes grupos y clases, y éstas a su vez, dependen culturalmente de la totalidad de la sociedad; la cultura es una manera de vida y cada sociedad goza alguna forma de cultura común; cada cultura nacional está hecha de muchas culturas locales, creando así tanto la unidad como la diversidad dentro de la totalidad" (11).

Eliot apologiza sobre la necesidad que tiene la élite de transmitir y proteger la herencia cultural común. Para ello, la familia debe ser impulsada como el órgano sobre el cual se sustente

la defensa de la cultura. Dentro de esta definición orgánica y estática de la cultura, Eliot menciona que:

el capitalismo por sus implicaciones egoístas e individualistas debilita paulatinamente los "lazos morales de la cultura común tradicional". Se expresa una crisis de autoridad dentro del capitalismo moderno y un problema de legitimación, lo que constituye, de hecho, el trasfondo del desarrollo de la teoría de la sociedad de masa. A través de los partidos y las organizaciones de masas se establece la contienda entre la burguesía y el proletariado por la autoridad política.

Por su parte, F.R. Leavis en *Civilización masiva y cultura minoritaria* (1930) apunta que la crisis de la cultura tiene relación directa con el avance industrial. Esta concepción, connotada por un claro sentido de idealización del pasado, afirma que, contrariamente a lo que sucede en el capitalismo moderno, el mundo pre-industrial permitía que los hombres viviesen como elementos plenos de la "vieja cultura popular". De esta manera, Leavis acepta pasivamente la definición de un mundo social incambiable cuyas jerarquías de poder eran adversas a las bases tecnológicas y científicas de la cultura.

Con el rechazo absoluto de la cultura originada por el ascenso capitalista, estas posturas pierden de vista el desarrollo contradictorio de la cultura, y al advertir sobre la necesidad de un grupo que resguarde la tradición cultural, muestran un carácter maniqueo y elitista. Asimismo, la cultura se plantea como el resultado de un proceso social "degenerativo", no es, por tanto,

una entidad independiente, con elementos propios capaces de relacionarse dialécticamente con los elementos de otros sistemas autónomos.

Paralelamente a los trabajos anteriores, se desarrollan los estudios marxistas que señalan a la cultura como hecho histórico, vinculado a las múltiples determinaciones que conforman la totalidad de relaciones y prácticas sociales del sujeto.

Dentro de esta línea destacan las aportaciones hechas por Marx Horkheimer, Theodor Adorno, Walter Benjamin y Herbert Marcuse, miembros de la Escuela de Frankfurt. Sus investigaciones, realizadas a partir de la década de los 30, se orientan al análisis de las industrias culturales y de las modernas tecnologías comunicativas presentes en las sociedades altamente industrializadas.

b. Crítico

En los estudios desarrollados por Theodor Adorno y Marx Horkheimer se plantea que, a lo largo de la historia del modo de producción capitalista, una parte importante de la actividad artística y estética se han reducido paulatinamente a los estereotipados moldes impuestos por la cultura de masas. Bajo el supuesto de que la producción industrial debe satisfacer necesidades, se manipulan requerimientos prefabricados y de esta manera, se fortalece cada vez más la unidad del sistema.

La racionalidad tecnológica, generadora de una sociedad alienada, ha integrado a la cultura dentro del espectro industrial. El individuo carece de la posibilidad de elegir durante su tiempo

libre, ya que los fabricantes de la cultura le ofrecen una serie de elementos que giran en torno a clichés preconcebidos.

De la misma forma, los medios de comunicación de masas han atrofiado las capacidades imaginativas del público y se han constituido en inquisidores que anatemizan a los infractores morales.

La cultura y el estilo estético han abandonado sus formas primarias para "democratizarse" y vulgarizarse, accediendo así a las masas. Si bien esta tendencia ha seguido un curso aparentemente rítmico y dinámico, su esencia es claramente conservadora y defensora del *statu quo*.

A través del espectáculo, producto de la industria cultural, se mediatiza la mentalidad del consumidor al predeterminar el control de sus reacciones. La promesa de procurar al espectador el máximo placer es falsa, ya que su logro implica represión. Evadirse es una corta ilusión que al concluir deja todo como estaba.

La auténtica posibilidad de disfrutar un esparcimiento creativo es anulado ante las consideraciones mercantilistas de la ideología capitalista. Todo intento de recrear un arte desmitificado es implacablemente reprimido (12).

Al abundar sobre el tema del arte Walter Benjamin señala, por su lado, que si bien los avances técnicos han posibilitado la extensión masiva del objeto cultural, ello ha anulado el aquí y el ahora de la obra de arte, su existencia irrepetible, su carácter de autenticidad. Al acercar espacial y humanamente las cosas a las masas se diluye la singularidad y el aura (manifestación irrepetible de una lejanía) en la obra.

La obra artística, producto de condicionantes naturales e históricos socialmente determinados, fincó su valor inicial en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil. Su unicidad se liga invariablemente a su contexto de tradición. Sin embargo, el desarrollo vertiginoso de la técnica ha dejado a un lado la existencia ritual del objeto.

La reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación de la masa con el arte. La capacidad crítica del público ha disminuido. Lo convencional se disfruta sin cuestionarlo y se critica con aversión lo verdaderamente nuevo.

En suma, el desenvolvimiento capitalista ha dinamizado el proceso de comunicación masiva, dando lugar a una sociedad alienada, tanto por el trabajo enajenante como por la tónica seguida por los medios de comunicación y por la generalización de una obra artística descontextualizada (13).

Por otra parte, Adorno y Horkheimer subrayan que, paralelamente a la acendrada tecnologización, es observable el paulatino colapso de la familia como agente socializador, función que se ha delegado a la industria de la cultura:

La debilidad de las instituciones tradicionales de socialización frente al avance tecnológico y la cosificación de la cultura es característica de un sistema económico convertido en fuerza autorreguladora dominada por leyes económicas y tecnológicas insoslayables. La sociedad moderna...destruye cada vestigio de la autonomía de los individuos, mientras se desplaza hacia un mundo automático, racionalizado, totalmente manejado (14).

A este respecto, Ralph Miliband -ajeno a la Escuela de Frankfurt, aunque dentro de la misma línea- menciona que a la par del creciente desarrollo del modo de producción capitalista, las instituciones civiles se van debilitando mientras el Estado domina cada vez más la administración económica y la organización social y cultural. Así, el Estado se convierte en el depositario del problema de la integración social, problema que deviene en "un proceso de adoctrinamiento pasivo" cuyo objetivo es imponer la ideología dominante a una masa dócil y apática. Para ello, el Estado cuenta con el apoyo y la contribución de los medios masivos de comunicación.

Esta postura es, a su vez, reafirmada por Louis Althusser quien señala a los medios de comunicación y a los otros "aparatos ideológicos del Estado" (educación, religión, sindicatos, leyes...) como sustentos fundamentales del orden y la cohesión social:

...el Estado integra a los estratos sociales diferentes desde arriba, por medio de la dominación directa y la fuerza, cuando es necesaria, pero con más frecuencia por medio de la dominación ideológica indirecta (15).

En la misma tónica, Hans Magnus Enzensberger afirma que en la industria manipuladora de conciencia (término análogo al de industria de la cultura de la Escuela de Frankfurt), lo fundamental no es el sistema social que se sirve de ella o la institución que la maneja, sino su cometido social: imponer formas de pensar y explotarias, perpetuar el status existente.

La decisión que establece quien es amo y quien es esclavo no depende solamente de saber quien tiene el capital, las fábricas y

los ejércitos, sino también de conocer quién dispone de la conciencia de los demás. Por tanto, la explotación material se encubre a través de la inmaterial y, con ello, se elimina la conciencia de ser explotado (16).

Todo lo anterior deriva en el objetivo común de caracterizar a la cultura de masas como pilar del totalitarismo moderno y sostén de una sociedad de masas carente de grupos e instituciones fuertes e independientes; en fin, una sociedad dominada desde arriba.

Si bien el punto de vista de la Escuela de Franckfurt aporta datos fundamentales para entender la producción cultural y su inserción en un momento histórico determinado, debe advertirse que tal postura está permeada por un determinismo severo al suponer que el producto cultural carece de dinámica propia. Se considera, entonces, que la cultura masiva es el mero resultado del engranaje de desarrollo capitalista, y no un fenómeno caracterizable como sistema autónomo que se vincula a otros sistemas también autónomos.

c. Ideológico

Entre las múltiples definiciones de cultura de masas se identifican, desde aquellas que la sitúan como producción cuasi-artística que mitiga el aburrimiento del público semi-educado (17), hasta otras más complejas que destacan, en esta cultura, su carácter histórico, producto del avance capitalista.

Para Umberto Eco, la cultura de masas hace su aparición en el momento histórico en que las masas se convierten en protagonistas de la vida social. Sin embargo, la enorme riqueza de las creaciones populares es desplazada cuando esta masa accede a formas de

diversión originadas por la clase hegemónica. Se expresa así, una situación muy especial: por un lado, existe "...una cultura de masas en cuyo ámbito un proletariado consume modelos culturales burgueses creyéndolos una expresión autónoma propia. Por otro lado, una cultura burguesa -en el sentido en que la cultura 'superior' es aún la cultura de la sociedad burguesa de los últimos tres siglos- identifica en la cultura de masas una subcultura con la que nada la une, sin advertir que las matrices de la cultura de masas siguen siendo las de la 'cultura superior' (18).

Dentro del mismo orden de ideas, Armand Mattelart precisa en la cultura su carácter como fenómeno esencial y regulador del engranaje consumista. Menciona que "...la cultura de masas se ha convertido en la superestructura vulgarizada del modo de producción capitalista"...también es "un estilo de vida que toma un todo único y coherente, que crea las normas cotidianas que contribuyen a sustentar la dinámica del consumo y de la producción" (19).

Esta visión, apoyada en la explicación de móviles económica se enriquece con las aportaciones de Antonio Pasquali quien, en principio, otorga el adjetivo de sociedad de masas al complejo social regido por relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación. Así, el predominio de la unilateralidad comunicacional (información) en una estructura social determina la masificación de los receptores (20).

Por todo esto, la cultura de masas es el "...residuo de todos los mensajes omnibus (*) vehiculados por agentes transmisores de

(*) Mensajes estructurados a partir del predominio de las relaciones de información sobre las de comunicación.

información y sedimentados en el polo receptor, constituido por una sociedad de masas. Cultura de masas será la sedimentación de formas de saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre masa..." (21).

Si bien para el sentido común más superficial es incomprendible la actitud del receptor masificado que hace suya una cultura ajena y alienante, en realidad, tal actitud corresponde totalmente a la conformación psicológica del individuo que sobrevive en una sociedad capitalista industrializada.

Olivier Burguelin afirma la existencia de una antropología racionalista del liberalismo que reconoce el orden orgánico de las necesidades y el orden sociocultural de la demanda: el sujeto conoce sus necesidades, las valora y en función de ello, busca satisfacerlas razonablemente. No obstante, y de acuerdo a lo planteado por Jacques Lacan, en el proceso de la necesidad y la demanda se intercala el orden del deseo, orden que no responde a señalamientos conscientes, ni que se localiza bajo el control del Yo (22).

Para Edgar Morin, la cultura de masas -producto puro del capitalismo del siglo XX- "...es una respuesta a los deseos y, en particular, a los deseos inconscientes del consumidor...es una respuesta a un modo estético de consumo imaginario" (23).

Luego entonces, una concepción de la teoría de la cultura vislumbrada a la luz de fundamentos psicoanalíticos, nos indica que esta cultura se ubica bajo el signo del principio del placer, de la satisfacción inmediata y de la descarga de las compulsiones (24).

La cultura de masas se identifica, por todo lo anterior, como un fenómeno enormemente complejo que, por un lado, se señala como impositivo, perpetuador del estatus existente y encubridor de la conciencia de ser explotado. Por otra parte, y de acuerdo al planteamiento psicoanalítico, se indica que la cultura masiva responde a los deseos inconscientes del sujeto.

En una y otra postura se destacan sin duda, aspectos importantes que deben ser considerados en el análisis de la cultura de masas. Sin embargo, en el primer caso la cultura se aborda como si sólo fuese el producto del avance capitalista; en tanto que la segunda postura otorga prioridad al nivel cognitivo para explicar el proceso de creación del producto cultural. En ambos casos los criterios son parcializados, ajenos a la consideración de una propuesta que entienda a la cultura de masas como un producto mediado.

En un intento por aproximar nuestro estudio a una línea que sustente a la cultura como resultado de un proceso mediador, a continuación se rescatan algunos puntos sobre cultura popular que serán fundamentales, más adelante, para articular la propuesta de mediación.

2.1.4. Hacia una reconstrucción del concepto cultura

Como se ha explicado, en virtud del avance y tecnologización de los medios masivos de comunicación ha sido posible masificar la producción cultural en un proceso dirigido por minorías. minorías que disponen de amplios aparatos técnicos y que deciden -de acuerdo a sus intereses- sobre los contenidos, calidad y dirección de sus

productos. Sin embargo, el contenido y signo ideológico de tales productos no dependen básicamente de los medios mismos sino del hecho de que éstos son manejados por élites que controlan la economía y el poder. De esta manera, los productos culturales asumen la forma de mercancía y su valor de uso consiste fundamentalmente en ser móviles de la producción-reproducción ideológica del sistema.

La cultura dominante se ha transformado en cultura de masas, cultura que homogeneiza, borra diferencias, crea hábitos, modas y opiniones. Es consumida por todos los sectores sociales, ya que es una cultura para el consumo. Es, además, una cultura desarrollada verticalmente, de arriba hacia abajo, incide sobre las necesidades psicológicas del sujeto y responde a las pautas del sistema.

En oposición a esta cultura, se destaca un proceso de creación de "cultura" realizado por las clases dominadas a partir de la interacción y como respuesta a sus requerimientos específicos. Es ésta la cultura popular, una cultura de los de abajo, fabricada sin medios técnicos. "Sus productos y consumidores son los mismos individuos: crean y ejercen su cultura. No es la cultura para ser vendida, sino para ser usada. Responde a las necesidades de los grupos populares" (25).

Pueblo, concepciones de lo popular

Al abordar el estudio de lo popular, Néstor García Canclini (26) señala que dentro de las concepciones políticas del hecho popular, hay una definición "biológica-telúrica" que hizo su aparición como sustento ideológico de los Estados oligárquicos y que sobrevive

todavía en movimientos nacionalistas de derecha. En esta concepción, la nación está integrada por un conjunto de individuos vinculados por lazos naturales -el espacio geográfico, la raza- e irracionales- el amor patrio, la religión-, sin considerar las diferencias sociales existentes al interior de la nación misma. Si bien se pretenden anular los criterios históricos para definir lo nacional y se destaca la composición racial como eje de unión, de hecho, este nacionalismo consagra un modo de relacionar la naturaleza con la historia.

Sus meditaciones metafísicas sobre el ser nacional buscan preservar en el plano simbólico la identificación de los intereses con los de los patricios y las grandes familias, disimulan bajo interpretaciones aristocráticas del pasado la explotación con que la oligarquía obtuvo sus privilegios. La dinámica histórica, que ha ido constituyendo el concepto y el sentimiento de nación, es diluida en la tradición. Se olvidan los conflictos en medio de los cuales se formaron las tradiciones nacionales o se les narra legendariamente, como simples trámites arcaicos para configurar instituciones y relaciones sociales que garantizarían la esencia de la Nación: la Iglesia, el ejército, la familia, la propiedad (27).

En la definición sustancialista, lo nacional-popular no reside en la raza, ni en el asiento geográfico, ni en la tradición: se instala en el Estado. Este, a consecuencia de los movimientos revolucionarios o independentistas, se convierte en el depositario de los valores nacionales y es, por tanto, el mediador y conciliador en las controversias entre sectores. Tal organización

se sostiene por la figura de un líder carismático o por una estructura partidario-estatal jerárquicamente cohesionada como es el caso del sistema político mexicano.

Hay una exigencia explícita para que las iniciativas populares se subordinen a los intereses "nacionales" que fija el Estado. De esta forma, se anulan los intentos de las masas por organizarse independientemente.

Asimismo, se recurre al origen étnico o al orgullo históricos como entes integradores de la identidad nacional, identidad representada en la líneas de acción gubernamentales.

Al analizar los modelos científicos que estudian lo popular, Néstor García Canclini distingue dos vertientes que aparentan ser alternativas:

La primera tendencia que describe los mecanismos omnipotentes de la dominación ideológica, prevaleció en los años sesenta. La expansión industrial y urbana de América Latina, la ampliación del consumo a sectores medios y populares, el desarrollo de la televisión y otras comunicaciones masivas trataron de ser explicados paralelamente al proceso de dominación cultural con el concepto de manipulación. Bajo las directrices de la Escuela de Frankfurt y de las teorías críticas sobre la etapa monopólica del imperialismo transferidas al Proceso cultural, éste fue analizado a partir de tres supuestos:

- a. Una concepción "teológica" del poder, cuya presencia se suponía omnipotente y omnipresente; se inferían de las estrategias de los dominadores los efectos sobre los dominados.

b. En consecuencia, los consumidores eran vistos como pasivos seguidores de las prácticas impuestas por los grupos dominantes sin posibilidad de distinguir entre el valor de uso, el valor de cambio y el valor simbólico.

c. La relación entre consumidores, objetos y espacio social fue concebida como oportunidad para que el capital realice su plusvalía y manipulación.

La segunda vertiente, derivada de la anterior, se desarrolló durante los años setenta. Sus puntos centrales consistían en contraponer la cultura hegemónica y la cultura subalterna, rescatar las posibilidades potenciales de acción de las clases dominadas e insistir sobre el carácter alternativo y revolucionario de la cultura popular.

Desde esta perspectiva cabría mencionar, en principio, definiciones generales del pueblo para comprender globalmente lo que se plantea a propósito de la cultura popular.

Para Antonio Gramsci, el pueblo es el "conjunto" de las clases subalternas e instrumentales de cada una de las formas de sociedad hasta ahora existentes (28).

Por su parte, Gilberto Giménez enriquece la definición al señalar que estas clases subalternas son sometidas a la dominación económica y política de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad (29).

Este pueblo que, en palabras de Mario Margulis (30), es el explotado, perjudicado y oprimido por la dinámica del capitalismo y la dependencia, ha desarrollado -desde su origen mismo- formas culturales intrínsecamente ligadas a su necesidad de sobrevivencia.

Tales formas constituyen respuestas solidarias que han llegado a sugerir el comienzo de un proceso autoconcientizador. Esta postura define a su vez, la posibilidad de participar en mecanismo de superación y cambio.

En contraparte, los medios de comunicación masiva como agentes de la cultura dominante, no sólo pretenden diluir los puntos de identificación y los rasgos culturales de los grupos oprimidos, también actúan directamente sobre las bases de la cultura popular con el propósito de anular las manifestaciones solidarias y de auténtica comunicación.

Los mecanismos de los medios de comunicación de masas en un sistema capitalista favorecen el aislamiento de los sujetos, limitan sus posibilidades de interacción y los someten a la recepción masiva. Inciden sobre el tiempo libre de los trabajadores para que, a través de la cultura de masas, el sujeto se convierta en un ser cosificado, pasivo, sin capacidad de creación e irreflexivo (30).

Mario Margulis destaca que, en su proceso de creación, la cultura de masas se apropia de elementos de la cultura popular para resemanantizarlos de acuerdo a un nuevo contexto de producción, difusión y significación. Así, estos elementos son fragmentados, empobrecidos y mistificados para ser la vana manifestación de folclorismos estereotipados.

El vasto y dialéctico complejo en el que interactúan la cultura, las subculturas (*) y el folclor (**) como singular

(*) L. M. Lombardi Satriani, Antropología cultural, análisis de la

expresión de subcultura, se sustenta en una toma de conciencia compartida que permite visualizar necesidades, carencias y circunstancia opresoras; sus creaciones solidarias, ya sean símbolos o acciones, conducen a la actividad política, a las luchas de liberación.

Contrariamente a lo que sucede con los productos de la cultura popular, los productos de la cultura de masas asumen plenamente, la forma de mercancía. Por ello, tales mercancías no están diseñadas para satisfacer necesidades humanas, sino para cubrir las necesidades de producción y reproducción del sistema. El objetivo es, por tanto, persuadir y adaptar al sujeto para que adquiera lo que el sistema requiere vender, además de que se pretende promover un comportamiento pasivo que garantice y no haga peligrar el régimen existente (32).

El carácter místico, represor y fragmentario de la cultura de masas no está dado por su posibilidad de acceso a la técnica electrónica, sino por su inserción en el sistema económico y social

cultura subalterna. p. 52. Lombardi define la subcultura como el aspecto particular que una cultura toma como parte definible e individualizable (subgrupo) del grupo cultural, grupo que a su vez, se crea a partir de diversos criterios de orden histórico, geográfico y económico.

(32) L. M. Lombardi Satriani, op. cit. p. 24. El folclor es una concepción del mundo y de la vida en gran medida implícita de determinados estratos (determinados en el tiempo y en el espacio) de la sociedad, en contraposición (por lo general, también implícita, mecánica, objetiva) con las concepciones "oficiales" del mundo (o en sentido más amplio, de las partes cultas de la sociedad históricamente determinadas) que se han sucedido en el desarrollo histórico. El folclor es una subcultura producida por las clases subalternas de una sociedad dividida en clases.

dentro del cual esta técnica es utilizada.

De esta forma, continúa Marguliz, es necesario romper el sentido unilateral de los medios técnicos para ponerlos al servicio de las necesidades populares. No basta con modificar los contenidos de los mensajes, es imperativo transformar y socializar todo el complejo tecnológico e institucional de los medios masivos.

"Lo esencial de la cultura popular es su autogestión, el ser libre expresión de la creatividad popular, ser resultado e instrumento progresivo de la liberación de los de abajo, sin paternalismos ni dirección por parte de los sectores que hasta ahora han monopolizado el conocimiento, la técnica y la difusión". Al ser "...conquistado el espacio, removida la represión, la cultura popular no necesita guías ni mentores, su desarrollo será rápido y creciente, autoestimulado por su propio crecimiento y por la conquista de nuevas áreas" (33).

Si bien estas posturas críticas y gramscianas han sido fundamentales para comprender los mecanismos de la cultura de masas y las posibilidades de la creación popular, sus planteamientos fatalistas y su carácter propositivo enmarcado en la utopía han derivado en análisis equivocados.

Néstor García Canclini (34) menciona que la insistencia por recalcar el carácter alternativo y revolucionario de la cultura subalterna, ha motivado la atribución de propiedades de resistencia contra el poder a fenómenos que son simples recursos populares para resolver problemas cotidianos y de organización (solidaridad vecinal, fiestas tradicionales...).

En otros casos, la expresión de "contrahegemonía" encierra

ambigüedad y contradicciones insolubles en el interior de las clases subalternas (p.e. la defensa de los intereses localistas que no cuestionan los fundamentos básicos del capitalismo).

Hoy -continúa García Canclini- ante los fracasos de movimientos revolucionarios y liberales, y ante el renovado interés científico por comprender los procesos de consumo, comunicación y organización popular, se hace imperativo replantear concepciones dogmatizadas. La hegemonía debe entenderse como un proceso de dirección política e ideológica en el que una clase o sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre funcionales para la reproducción del sistema" (35).

Por su parte, el consumo "es el lugar en el que los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución de los bienes y la satisfacción de las necesidades. Es el concepto clave para explicar la vida cotidiana, desde el cual podemos entender los hábitos que organizan el comportamiento de diferentes sectores, sus mecanismos de adhesión a la cultura hegemónica o distinción grupal, de subordinación o resistencia" (36).

Así pues, puede afirmarse que la hegemonía al no ser simple dominación, admite que las clases subalternas cuenten con sus propias normas organizativas, dado que no es posible incorporar a todos los sectores al proceso de producción capitalista.

Al ejercer su hegemonía, los grupos burgueses deben incluir en los productos, además de sus intereses sectoriales, aquellos que

sean significativos para las mayorías. La dependencia del pueblo deriva, en parte, de que encuentra en la acción hegemónica una cierta posibilidad de satisfacer necesidades, lo que concede a la hegemonía consenso y legitimidad. De esta manera, se hace presente un intercambio sustentado en bases contractuales.

Tampoco debe señalarse a la hegemonía como imposición absoluta si se reconoce que en la circulación y el consumo, al interactuar bienes y mensajes hegemónicos con códigos subalternos, las clases populares tienen la facultad de seleccionar y construir sistemas no necesariamente consonantes con la oferta hegemónica.

En este intercambio -señala García Canclini- es erróneo identificar a los objetos culturales como entes totalmente adheridos a alguno de los dos polos del desarrollo cultural: no basta indagar en el origen y en el sentido, lo importante es examinar su uso, la relación con los dispositivos de poder actuantes en una coyuntura específica. "Además de conocer las estrategias generales de una tendencia o una institución, hay que estudiar el contenido ocasional de sus tácticas, cada reubicación y resignificación de los objetos y los mensajes " (37).

Por otro lado, la interpretación que señala a las clases populares como agentes cuyo desarrollo se inscribe plenamente en las luchas contrahegemónicas, ignoran que estas luchas se despliegan desde un contexto multideterminado en el que intervienen hábitos y relaciones instaurados por la hegemonía. Así por ejemplo, en una declaración de huelga no sólo intervienen motivaciones políticas y laborales, sino que también convergen disputas internas, necesidades familiares, alianzas de parentesco, etc.

Es entonces como, en una reinterpretación, lo popular se constituye "a consecuencia de las desigualdades entre capital y trabajo, pero también por la apropiación desigual -en el consumo- del capital cultura de cada sociedad, y por las formas propias con que los sectores subalternos reproducen, transforman y se representan sus condiciones de trabajo y de vida...Lo popular se construye en la totalidad de las relaciones sociales, en la producción material y en la producción de significados, en la organización macroestructural, en los hábitos subjetivos y en las prácticas interpersonales" (38).

Por tanto, en la constitución de lo popular no sólo debe considerarse la posición en las relaciones de producción económica, puesto que también intervienen aspectos étnicos, sexuales, de consumo y diversas formas de lucha contra la represión.

Con este último planteamiento, García Canclini abre la pauta para analizar el fenómeno cultura mediante sus interacciones con los elementos de orden comunicativo, social, cognitivo y cultural que lo contextualizan. Al establecer la necesidad de vincular dialécticamente a la cultura con situaciones de carácter político, económico y de idiosincracia, entre otras, ofrece la valiosísima posibilidad de interpretar lo cultural como el resultado de un proceso de mediación.

Para resumir -considerando el punto anterior como el eje conductor del presente trabajo-, a continuación se muestra un esquema que permite visualizar y sintetizar los principales conceptos de cultura ya manejados. Se indican sus funciones, los niveles que involucran y se señalan breves apuntes que cuestionan

su parcialidad; finalmente se indican, en lo general, los términos de nuestra propuesta.

Filosófico

Visión parcializada que caracteriza el ascenso cultural como producto del perfeccionamiento y desarrollo "espiritual".

Ahistórico

Visión pancultural que al proponer que "todo es cultura", no señala en ella elementos propios interactuantes.

Histórico

Interpretación que muestra a la cultura no como sistema autónomo, sino como efecto y consecuencia de la transformación tecnológica.

Estratificado

Postura maniquea y elitista que plantea el retorno a la tradición. No asume la cultura como proceso complejo y dialéctico, sino como avance degenerativo.

Critico

Postura determinista que señala al producto cultural como carente de dinámica propia, como resultado del desarrollo capitalista.

Ideológico

Interpretación que define a la cultura como producto del avance capitalista, no como sistema que interactúa con otros.

Como ha podido observarse, la caracterización del hecho cultural ha sido preocupación recurrente para los estudiosos de todos los ámbitos de las ciencias sociales y por esa misma circunstancia, la multiplicidad de interpretaciones han situado al concepto casi en la indefinición. Es por esto que en el presente análisis se han tipificado las características de algunos enfoques sobre cultura que -desde nuestro punto de vista- son los más manejados, y después de haber considerado en ellos los puntos cuestionables, a continuación nos proponemos la esquematización de un planteamiento que rescate de los enfoques tradicionales la serie de aportaciones que se encaminen a la construcción de un modelo mediacional. El objetivo, como ya se ha indicado, es ubicar a la cultura como el resultado de un proceso de mediación.

En el enfoque que hemos identificado como filosófico (siglo XVIII y anteriores), al vincularse la cultura con valores espirituales se otorga preponderancia a la inmaterialidad del fenómeno cultura. Y si bien es evidente el criterio parcial en la definición, debe admitirse que se reconoce en la cultura uno de los elementos básicos que conforman la totalidad del sistema cultural: la superestructura.

Por su parte, la perspectiva antropológica destaca de manera muy marcada en los estudios de Boas, Kroeber, Goodenough y Levi Strauss, entre otros, la capacidad humana de simbolizar, lo que se constituye en el fundamento de la transmisión de experiencias de una generación a otra. En este caso se pone de relieve el papel del nivel cognitivo en la creación de la cultura, lo que, como ya se analizó, consideramos inadecuado; sin embargo, no puede soslayarse

la importancia de rescatar los aspectos cognoscitivos en la realización del proceso cultural.

Para el enfoque antropológico-histórico, el estratificado y el que calificamos como crítico existe la consideración común de plantear a la cultura como un fenómeno de tipo histórico. En tanto que en el primero y segundo enfoque el planteamiento es sutil -y severamente cuestionable por otros elementos-, en la perspectiva de la Escuela de Frankfurt se manifiesta de manera plena la inserción del hecho cultural en un momento históricamente determinado. Se habla también de una interacción dialéctica, aunque sólo se trate de la fórmula estructura-superestructura.

En la interpretación crítica e ideológica se rescatan y analizan las motivaciones de los bloques hegemónicos en la construcción de la cultura, lo que, sin duda, se señala como un aporte fundamental para la contextualización del paradigma cultural más importante en la actualidad: la cultura de masas.

NOTAS

- (1) Bogdan Sucholdoski, La educación humana del hombre, p. 131.
- (2) Héctor Herrera, La cultura a través del canal 8 de televisión. análisis de dos programas representativos, p. 10.
- (3) J.S. Kahn, El concepto de cultura: textos fundamentales, p. 29.
- (4) J.S. Kahn, ob. cit., p. 14.
- (5) Ibidem, p. 17
- (6) Cfr. Buxó Rey Berenguer Castellary et al, Sobre el concepto de cultura.
- (7) J.S. Kahn, ob. cit., p. 23.
- (8) Silvano Héctor Rosales, Tepito, arte acá, p. 25.
- (9) Alan Swingewood, El mito de la cultura de masas en México p. 17.
- (10) Alan Swingewood, ob. cit., pp. 18-19.
- (11) Ibidem, p. 19.
- (12) Cfr. T.W. Adorno, M. Horkheimer, "La industria de la cultura: la ilustración como engaño", en Sociedad y comunicación, compilador James Curran y Janet Woollacott.
- (13) Cfr. Walter Benjamin, "El arte en la época de su reproducción mecánica", en Sociedad y comunicación, compilador James Curran y Janet Woollacott.
- (14) Alan Swingewood, ob.cit., p. 94.
- (15) Ibidem.
- (16) Cfr. H.M. Enzensberger, "La industria manipuladora de las conciencias", en Antología de las ciencias de la comunicación, compilador J. de la Mora y R. Sánchez.

- (17) Alan Swingewood, ob. cit., p. 94.
- (18) Umberto Eco, Apocalípticos e integrados, p. 30.
- (19) Armand y Michèle Mattelart, Los medios de comunicación en tiempos de crisis, p. 105.
- (20) Antonio Pasquali, Comunicación y cultura de masas, p. 77.
- (21) Antonio Pasquali, ob. cit., p. 83.
- (22) Cfr. Olivier Burguelin, La comunicación de masas.
- (23) Olivier Burguelin, ob. cit., p. 71.
- (24) Ibidem, p. 72.
- (25) Mario Margulis, "La cultura popular", en Comunicación y clases sociales 5. n. 2, p. 66.
- (26) Cfr. Néstor García Canclini, "De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular", en Comunicación y culturas populares en Latinoamérica.
- (27) Néstor García Canclini, ob. cit., p. 73.
- (28) L.M. Lombardi Satriani, Antropología cultural, análisis de la cultura subalterna, p. 26.
- (29) Cfr. Gilberto Giménez, Notas para una teoría de la comunicación popular.
- (30) Mario Margulis, ob. cit., p. 73.
- (31) Ibidem, pp. 66-69.
- (32) Loc. cit.
- (33) Mario Margulis, ob. cit., p. 73.
- (34) Néstor García Canclini, ob. cit., p. 28.
- (35) Ibidem, p. 30.
- (36) Loc. cit.
- (37) Néstor García Canclini, ob. cit., p. 31.

(38) Loc. cit.

(39) Ana María Nethol y Mabel Piccini, Introducción a la pedagogía de la comunicación, p. 88.

(40) Ibidem, p. 89.

CAPITULO 3

LA CONSTRUCCION DE LA CULTURA DE MASAS EN

MEXICO

3.1. SINTESIS DE LOS CONCEPTOS EXPLICATIVOS DE LA CULTURA, BAJO EL PARADIGMA MEDIADOR

En los capítulos precedentes se identificaron algunas características de la cultura masiva y, sobre todo, se destacaron ciertas particularidades acerca de su origen, tales como factores sociales comunicativos; también se desarrolló un recorrido retrospectivo que consideró las diferentes concepciones de cultura que han predominado en distintos periodos históricos. En la última parte del capítulo anterior se resumieron estas posiciones, y en el análisis que cuestiona la parcialidad con la que cada una de ellas aborda a la cultura, se propuso un enfoque mediador como una posible solución a tales parcialidades.

El propósito del presente y último capítulo es el de conocer las principales variables que intervienen en la conformación de la cultura masiva en México —principalmente televisiva—, no sin antes establecer una breve discusión acerca del mecanismo que deriva en la formulación de un modelo de análisis de la cultura de masas que hace énfasis en la televisión mexicana.

De esta manera, el capítulo que ahora se presenta contiene dos apartados: en el primero, se plantea la argumentación del tipo de análisis con el que se identificarán los elementos y las relaciones de esos elementos; y, en el segundo, se realizará el análisis propiamente dicho.

Lo anterior permitirá definir si la estructuración de la

cultura de masas televisiva guarda alguna correspondencia con la conformación de la cultura masiva en América Latina, según lo señala Jesús Martín Barbero. También, nuestro estudio se contrastará con el análisis mediacional que propone Manuel Martín Serrano en su texto "La mediación social" (*). Con todo ello, se pretende reconocer en esta investigación las variables comunes con la teoría mediacional.

Sin duda, identificar tales variables podría aportar elementos para la interpretación de la cultura general en México, y con esto, la caracterización de los modelos generales que permitan otorgar un sentido de significación a la vida de quienes vivimos la cultura masiva producida -difundida-reproducida por la televisión mexicana.

Con los anteriores objetivos y con base en lo enunciado en los capítulos anteriores, se propone un modelo que haga posible explicar las relaciones de los componentes de la cultura. Este modelo tiene como premisas las siguientes:

- a) La cultura es susceptible de estudiarse a partir de un análisis sistemático (**).
- b) Un acercamiento o definición de lo cultural es: un conjunto de interpretaciones colectivas y/o individuales sobre un entorno y/o sobre lo que en ese entorno suceda y que se transmite de un grupo

(*) Cuya descripción está en el primer capítulo de esta tesis.

(**) Ejercicio de interpretación de un objeto de estudio a partir de la Teoría de sistemas, en la cual, las características de las relaciones entre estos sistemas son: abiertas, interdependientes, autónomas y mediadas.

social a otro por medios naturales y/o artificiales (tecnológicos y/o no tecnológicos); y que se materializa en objetos que son destinados a ello mismo (*).

c) La cultura tiene tres niveles que la "atraviesan":

1. SUPERESTRUCTURAL.- Interpretaciones colectivas y/o individuales sobre un entorno y/o sobre lo que pasa en él (**).

2. ESTRUCTURAL.- Las formas de producción//reproducción (que incluye la transmisión), de los contenidos de los superestructural, y que está sobredeterminado por lo histórico. En este sentido, las formas de producción//reproducción se sirven de medios naturales y/o artificiales, con una gran o poca cantidad de insumos tecnológicos.

3. INFRAESTRUCTURAL.- Los objetos en los cuales se materializan tanto los contenidos estructurales como las formas de producción//reproducción.

Un modelo gráfico de esta premisa sería:

(*) M.M.Serrano. a producción social de la comunicación. p. 18-19.

(**) Estas interpretaciones siempre se concretan en casos específicos, de tal forma que hablar de los modelos como tales es sólo un constructo teórico que en sí mismo no tiene significado; sin embargo, cuando es empleado para explicar tal o cual fenómeno cobra sentido, al proporcionarlo el fenómeno en sí. Esto es el contenido de la cultura.

SISTEMA CULTURAL

S Interpretaciones colectivas y/o
individuales

E Formas de prod.//reprod.

I Objetos materiales

d) Lo cultural está sobredeterminado por lo histórico, es decir, el tiempo y el espacio sobredeterminan de acuerdo a los modos imperantes o hegemónicos.

e) Las interpretaciones que se hacen desde lo cultural se elaboran sobre el entorno, y ese entorno es de tres tipos: 1) Representacional.- lo que los individuos y/o colectividades piensan sobre ese entorno. 2) De practicas sociales.- de los actos ejecutivos, lo que se hace o acontece. 3) De expresiones.- de los actos expresivos, lo que se dice sobre el entorno (*).

f) Los entornos sobre lo que se hacen interpretaciones culturales están ordenados, según las colectividades históricas, o periodos históricos de los grupos sociales, en modelos culturales, los cuales funcionan como códigos que ordenan y median las formas como se interpretan esos entornos.

Así, la cultura como conjunto de interpretaciones media al entorno a partir de paradigmas que permiten "ordenar" lo que sucede en los entornos y a ellos mismos, con la finalidad de

(*) M.M. Serrano. La producción social de la comunicación, p.106.

proporcionarles un sentido en la vida de los hombres. Los modelos culturales producidos históricamente son cuatro: el de Dios, el de la Razón, el del Capitalismo y el del Capitalismo Monopólico (*).

g) Dado el inventario de componentes enunciados, lo cultural se describe como concepto vinculado a:

1. Conjunto de interpretaciones
2. Colectivas y/o individuales
3. Entorno o sucesos del entorno
4. Medios naturales o artificiales para transmitir el conjunto de interpretaciones
5. Niveles estructural, superestructural, infraestructural
6. Sobredeterminación histórica
7. Tipos de entornos: representacional, de prácticas sociales y de prácticas expresivas
8. Modelos culturales

Considerar que cada uno de esos componentes tiene "n" posibilidades de contenidos que se pueden interrelacionar de diferentes formas para crear amplias posibilidades de relación, permite señalar con certeza que cada grupo social histórico y/o miembro de ese grupo social puede realizar una combinatoria específica y construir "una cultura propia" y subjetiva, lo cual no lo excluye de compartir una cultura colectiva y objetiva; es decir, dado el conjunto tan grande de posibles combinaciones, es posible, aunque poco probable, que un individuo genere una cultura diferente a otras, pero, es más seguro que coincida en mucho con las representaciones colectivas.

(*) Una descripción de estos modelos se encuentra en el primer capítulo de esta tesis.

3.2. PREMISAS PARA LA EXPLICACION DE LA CONSTRUCCION DE LA CULTURA DE MASAS EN MEXICO

Las premisas anteriores son una reelaboración sucinta de lo anotado en los capítulos que preceden a éste, es decir, se ha mencionado que las posturas teóricas sobre lo cultural han aclarado muchas posibilidades de entender el fenómeno que nos ocupa, aunque también se ha escrito que tales interpretaciones son parciales, por lo cual aquí se adopta una postura sistemática y mediacional, en donde se han considerado cuestiones tales como

a) El fenómeno cultural es principalmente inmaterial, por lo cual forma parte de la superestructura, que es en esencia interpretaciones colectivas y/o individuales.

b) El desarrollo cultural caracteriza tanto el ascenso de la cultura como el perfeccionamiento del desarrollo espiritual.

c) La cultura está presente en todas las actividades humanas. A esta particularidad se le conoce con el término de panculturalismo, y aunque se acepta que la cultura está presente en todas las actividades humanas, sin embargo, también se rechaza la idea de que todo sea cultura, por lo cual, a partir de la teoría de sistemas, se le considera a la cultura como un sistema abierto e interactuante.

d) La cultura es transmisible sólo a partir del uso de símbolos, en donde interviene, de manera importante, la creación individual a nivel cognitivo y la comunicación como sistema que permite precisamente la simbolización.

e) La cultura está relacionada con la tradición, es decir, debido a que las formas de producción//reproducción, interactúan como elementos contradictorios y a veces funcionales//disfuncionales, y dado que la cultura es relacionada con la tradición, se le relaciona también con procesos degenerativos.

f) Independientemente de que la cultura se inserta fundamentalmente en el nivel superestructural, se integra dialécticamente con la estructura e infraestructura.

g) En la medida en que la cultura está relacionada con la estructura e infraestructura social y comunicativa, es un producto históricamente determinado.

h) Así, como lo cultural es un producto histórico, también se ve sujeta a las influencias de los modelos hegemónicos del sistema social (*).

Estas anotaciones, vistas aisladas, tal y como se produjeron por los teóricos y sin interrelaciones, sólo proporcionan puntos de vista parciales, por lo cual y bajo una visión mediacional, permite encontrar problemas diferentes tales como:

Primero: Cuáles son las interpretaciones colectivas que en televisión se difunden sobre lo que se piensa, hace y dice.

Segundo: Cuáles son las interpretaciones colectivas sobre los cambios que, según la televisión, se dan en lo que se piensa, hace y dice.

Tercero: Cuáles son las formas de producción//reproducción de las

(*). Estos puntos se desarrollaron en el segundo capítulo de esta tesis.

interpretaciones colectivas sobre lo que se piensa, dice y hace.

Cuarto: Cuáles son las formas de producción//reproducción de los cambios que se dan en las interpretaciones colectivas sobre lo que se piensa, dice y hace.

Quinto: Cuáles son los objetos materiales en lo que se objetiviza y/o concretiza lo que se piensa, dice y hace sobre el entorno.

Sexto: Cuáles son los objetos materiales en lo que se objetiviza y/o concretizan los cambios en lo que se piensa, dice y hace sobre el entorno.

La lógica para elaborar tales problemas se basa en tres categorías principales: a) El entorno, que a su vez se divide en el entorno en sí, y en los cambios. b) Los niveles de la estructura, superestructura e infraestructura. c) Los planes de lo que se dice, hace y piensa.

La combinación de ellos, da origen a los problemas planteados, que ordenados en forma de cuadro quedaría así:

	REPRESENTACIONES (Lo que se pien sa)		PRACTICAS SOCIALES (Lo que se hace)		EXPRESIONES (Lo que se dice)	
	sobre el ent.	sobre los camb. del ent.	sobre el ent.	sobre los camb. del ent.	sobre el ent.	sobre los camb. del ent.
SUPERESTRUCTURA (INTERPRETACIONES COLECTIVAS Y/O INDIVIDUALES)						
ESTRUCTURA (FORMAS DE PRO- DUCCION-REPRO- DUCCION DE LAS INTERPRETACIONES)						
INFRAESTRUCTURA (OBJETOS MATERIALES EN LOS QUE SE CONCRETIZAN LAS PRACTICAS SOCIALES QUE PRODUCEN/RE- PRODUCEN LAS INTERPRETACIONES)						

EL LLENADO DE ESTE CUADRO NO DEBE PASAR POR ALTO QUE:

- 1) SE DEBEN ESPECIFICAR CUALES SON LAS SOBREDETERMINACIONES HISTORICAS, ESPECIFICAMENTE LAS LUCHAS POR LA HEGEMONIA SOCIAL, QUE LAS DIFERENTES CLASES SOCIALES ESTABLECEN HISTORICAMENTE.
- 2) SE DEBE ESPECIFICAR QUE EN EL TERRENO DE LA CULTURA, LA LUCHA POR LA HEGEMONIA TIENE SU ANALOGIA EN LOS DIFERENTES MODELOS CULTURALES DE LA MEDIACION, EN DONDE UNO ES HEGEMONICO, PERO COEXISTEN LOS OTROS.

De acuerdo con lo señalado en el modelo para un análisis global de lo cultural, a continuación se analizarán las representaciones sobre el entorno que la televisión mexicana ha difundido, no sin antes aclarar que si bien es cierto que se tratará de resaltar solo este aspecto (el de las representaciones), también lo es que éste se explicará en función de otros componentes.

EXPLICACION DE LA CONSTRUCCION DE LA CULTURA DE MASAS EN MEXICO

3.3.1. REPRESENTACIONES

3.3.1.1. SOBRE EL ENTORNO

3.3.1.1.1. Superestructura

En la medida en que lograron fortificarse los objetivos y alcances del proyecto de modernización nacional, emanado de los gobiernos posrevolucionarios, los medios de comunicación en México consiguieron, a partir de la década de los 50, transformarse en el ejemplo vivido de lo que podría obtenerse con la aplicación de la "política desarrollista" de crecimiento sustentada en el empuje industrial.

De esta manera, la dinámica y los mecanismos de la cultura televisiva retrataron y a su vez se convirtieron en sinónimo del avance y del progreso; sin embargo esta industria, al inscribirse en el proceso de reproducción de capital, sólo podía generar una cultura contraria a la liberación y a la distribución equitativa de bienes que supuestamente otorgaría el consumo generalizado. Se manifestó entonces, a nivel cognitivo, una cultura represiva, estereotipada y trivial; en tanto que, a nivel estructural, los

productos culturales fueron tasados únicamente con el parámetro del valor de cambio.

Un muy ilustrativo ejemplo de la cosificación y derivación mercantil de la cultura, se expresa en la forma y temática de las telenovelas.

A partir del éxito de "Senda prohibida" -primera telenovela de América Latina realizada a principios de la década de los 50-, el género del teledrama se ha convertido en cuestión sustantiva para la televisión mexicana. Su estructura dramática, extraída de los viejos melodramas populares del siglo XIX, se ha enriquecido con los caracteres propios de la idiosincracia socio-cultural del subdesarrollo. Así, la lucha por el ascenso social de las protagonistas-cientistas, el machismo y la marginación femenina son temas incansablemente recurrentes. Al respecto, Carlos Monsiváis comenta:

Como género, la telenovela no es por fuerza trampa mortal para la educación literaria del pueblo o catarsis a domicilio. Es sí, en los países latinoamericanos, una confirmación del analfabetismo funcional, el despliegue de los recursos melodramáticos del siglo XIX, el manual del chantaje emocional, el escenario donde los jamás actores y los nunca directores alternan con los rostros impasibles y los gestos milenarios (1).

Dentro de este esquema estereotipado que se repite sin cesar, la mujer de la telenovela -confinada en la mística de la femineidad-, tiene en el sexo su única frontera abierta. Por un

lado su castidad, juventud, belleza y debilidad la convierten en la idealización del deseo masculino; si se trata de una mujer casada, su función como madre y esposa está por encima de cualquier actividad de tipo profesional, ya que el amor y la fidelidad suelen constituir los únicos problemas femeninos. Por otra parte, la mujer que pasa de los treinta y no es casada es una "solterona" amargada con una función social indefinida. En este sentido, la belleza y juventud de la mujer es su máximo valor; una vez que los pierde, si no está casada y tiene hijos, quedará excluida del éxito social.

En contraparte de la mujer noble y "buena", se encuentra la mujer "mala" y villana quien desarrollará al máximo sus dotes de seducción para convertirse en la perdición del hombre.

El punto que unifica en las telenovelas a las mujeres buenas o malas, ya sean sirvientas, señoras de sociedad, estudiantes o empleadas, es su búsqueda del amor. Para el hombre, hallar el amor es un mero accidente, para la mujer es el eje de su existencia, el motor de sus acciones y la máxima gratificación (2).

Luego entonces, la televisión ha representado al entorno bajo un modelo en el cual la modernización nacional es fundamentalmente avance tecnológico que se apoya en normas represivas, figuras o personajes estereotipados y triviales. También las relaciones familiares (incluyendo las sexuales) se han desarrollado bajo las pautas de las normas represivas, estereotipos y trivialidades, según se presenta en la cultura

televisiva (*).

En un análisis breve del entorno puede destacarse que:

A. Las condiciones socioeconómicas del país son las que más influyen en las mismas representaciones televisivas (avance y progreso, reproducción del capital, consumismo...).

B. Los modelos de interpretación sobre el acontecer se estereotipan, quizás con el fin de poder "vender" tales expresiones; aquí se podría observar una doble interacción entre este aspecto superestructural y la estructura económica en donde ambos se refuerzan, bajo un esquema sobredeterminado por el capitalismo.

C. También se puede observar cómo las representaciones sobre el entorno (sobredeterminación socioeconómica y estereotipos) no sólo crean formas "nuevas" de interpretación, sino que también reafirman la idiosincracia del mexicano y de esta manera, una interdependencia de la enculturización televisiva con los patrones subjetivos de quienes "perciben la televisión".

D. En función de lo anterior, se puede decir que los modelos representacionales sobre el entorno que la televisión plantea,

(*) Las anteriores interpretaciones pueden sustentarse en análisis de contenido funcionalistas y estructuralistas. Debe advertirse que el común denominador de estas investigaciones es que no consideran el entorno, ni sus cambios, sino que sólo analizan las representaciones que las expresiones de la televisión han generado.

están condicionados por el mismo entorno, y que la mediación que realizan parten de principios tales como el progreso y avance tecnológico, a nivel general, y (en el ejemplo descrito), sumisión de la mujer (bella, bondadosa, madre...) ante el hombre (macho, misógino, autosuficiente...); todos ellos característicos de la sociedad mexicana, en la que -en las expresiones televisivas- se median en forma de estereotipos asignados a ciertos roles sociales.

3.3.1.1.2 Estructura

Como se indicó en el apartado anterior, a nivel superestructural las representaciones sobre el entorno, para la televisión mexicana, se ven encabezadas por conceptos tales como el avance y el progreso, pero en el análisis del nivel estructural, es decir, el nivel de producción/reproducción de las ideas sobre el entorno, valdría la pena revisar retrospectivamente la transformación de los parámetros de lo cultural generados a raíz de la apertura "modernista".

Al concluir el conflicto armado de 1910, el gobierno posrevolucionario tomó la decisión de rescatar para el país el proyecto de desarrollo capitalista formulado por las naciones centrales. Esta línea tomó su mayor impulso en la década de los 40 con la política de modernización. Ello ocasionó, además de un fuerte impacto en los sectores económicos y políticos, una especial repercusión en el ámbito socio-cultural.

Con la nueva dinámica se rompieron antiquísimos esquemas de

convivencia y expresión populares, dado que para las mentalidades "progresistas" no era factible seguir aceptando la cultura "anacrónica".

Fue así como el Estado mexicano se convirtió en el depositario del interés nacional y, a su vez, acuñó para sí el término de nación. La temporalidad, entonces, fue descrita en función del proceso productivo. La versión de que "el tiempo vale oro", tomada en su sentido estricto, ejemplifica con claridad el rechazo hacia una cultura cuyos parámetros de tiempo se insertaban en la festividad.

Dentro de las vastísimas expresiones de la cultura tradicional mexicana, múltiples fiestas y danzas -resultado de la fusión de lo autóctono con lo hispano- perdieron su sentido primigenio y se convirtieron en espectáculos vistosos que se observan de lejos. Celebraciones rituales pagano-religiosas que apelaban a la fertilidad de los campos como las fiestas a San Isidro Labrador, las danzas tlacocoleros, tortuga y del volador, cedieron ante un nuevo orden que las ubicó dentro del "tiempo de ocio", tiempo que debía incluirse no para el individuo en sí, para un individuo que en su tiempo de ocio hiciera algo productivo: empaparse de la cultura que se difunde dentro de un horario televisivo y lograr, a través de las normas y valores de esta cultura, hacer de ese tiempo de ocio un tiempo que no se pierda, un tiempo productivo, un tiempo que "valga oro".

Así, la temporalidad se sustentó en la demarcación entre vida cotidiana -signada por el proceso de producción y reproducción de capital-, y el momento de esparcimiento.

Esta demarcación entre vida productiva y esparcimiento también se vio reflejada en la misma forma de producción/reproducción de las "ideas" televisivas: los mensajes vistos como productos culturales sujetos a consumo, probaron su eficacia como mercancías.

Las telenovelas, por ejemplo, se convirtieron en el móvil infalible para los anunciantes. Por ello no es extraño que el canal 2 de Televisa, la estación con mayor cobertura nacional e internacional de la televisión privada, ocupe todas las tardes con su tradicional barra de telenovelas; incluso se ha abierto un espacio triple A -el tiempo de ventas más elevado- para las producciones de mayor calidad técnica.

Los hechos destacan el continuado éxito de los teledramas. De acuerdo a un estudio de "rating" elaborado por la International Research Associates (3) en 1980, se constató que entre los diez programas de televisión más vistos en el área metropolitana se hallaban cuatro telenovelas, una de ellas -"Muchacha de barrio"- en segundo lugar con 33 puntos de "rating".

Con refinada sutileza y apelando a las necesidades psicológicas de las masas se han logrado diseñar productos culturales que, en su intrínseca falta de originalidad y mediocridad narrativa y estética, han acogido su objetivo primario, la venta del producto televisivo: el tiempo.

Se puede observar cómo desde prácticamente el triunfo de la Revolución -hecho social-, se adoptó una forma específica de

producir/reproducir las representaciones sobre el entorno: la modificación del concepto de tiempo, que deja a un lado lo mítico para significar producción, entendida ésta como la generación de ganancias, inclusive en el tiempo de ocio. Es también digno de anotarse cómo la televisión adopta ese modelo: el esparcimiento debe estar sujeto a esta generación de ganancias a través de la venta de "tiempo", mientras que otros (los receptores) "descansen".

Es indudable la interrelación que se da entre televisión y condiciones sociales. Por un lado, la sociedad mexicana se ve envuelta en una dinámica de producción industrial de mercancías bajo la propuesta de la modernización y de no perder el tiempo; y por otro lado, la televisión hace patente que aun con el tiempo de ocio se puede ganar dinero, vendiendo ese tiempo a quienes, a su vez, tienen que ganar dinero vendiendo los productos fabricados industrialmente. Es importante mencionar que no se está reproduciendo a la estructura económica del sistema social, sino a las formas de pensar sobre los cambios que se dan en ese entorno social. La televisión no hace producir más o menos, sino que sólo "vende", difunde una posibilidad -por demás hegemónica- de pensar sobre una concepción de tiempo.

3.3.1.1.3 Infraestructura

El nivel infraestructural, en lo que toca al plano de las representaciones que la televisión mexicana hace del entorno, se refiere a los objetos en los que se materializan las prácticas sociales que tienden a producir/reproducir el conjunto de

interpretaciones sobre el acontecer, por lo que el nivel se limita a las cintas y películas grabadas en donde se aprecian los niveles estructurales y superestructurales.

En ese sentido, dado que los objetos materiales se constituyen como el producto de la infraestructura, y estos objetos sólo son los soportes materiales de las películas y cintas grabadas, realizar un estudio sobre ello bajo la perspectiva mediacional, carece de valor propio; sin embargo es conveniente señalar algunos aspectos:

1. Es importante reconocer que es precisamente en esos objetos materiales en donde se desarrolla la aplicación de los avances tecnológicos.

2. El avance tecnológico incorporado a los objetos materiales de la comunicación es uno de los aspectos más sobresalientes que permite diferenciar las formas de la comunicación pública. Por ejemplo: en la comunicación asamblearia el único instrumento es la capacidad biológica del Ego; en la de redes se requieren instrumentos que necesitan de papel (objeto material en donde se concretiza el conjunto de interpretaciones que Ego tiene sobre el mundo) y el uso de un lenguaje o código que se adapte a las características del papel. También se necesitan algunos agentes que se conviertan en emisarios y que se especialicen en ello, así como una red específica de relaciones sociales que permitan que los emisarios conozcan a quienes reciben los papeles y cómo se les hace llegar; estos papeles a su vez contienen un código que

sugiere significados que dan sentido o interpretan el mundo al cual hacen referencia.

3. Las características específicas del medio de comunicación son, en su acepción de objetos, donde se materializan las expresiones, las que influyen de manera directa, entre otros componentes, en las relaciones sociales que los actores emplean para producir comunicación pública, y que en el caso de la comunicación masiva, permiten una división social y sobre todo técnica del trabajo, que se necesita para producir mensajes en la televisión.

4. Como una consecuencia de los puntos anteriores, no importa para los análisis mediacionales caracterizar a los objetos en sí mismos, ni por los avances tecnológicos incorporados a los objetos; ese sería un estudio propio de otra disciplina (como ingeniería por ejemplo). Importaría entonces, resaltar en estudios como el que aquí se elabora el conjunto de relaciones que establece con otros niveles (superestructural y estructural).

5. Las relaciones sociales y técnicas de producción de la comunicación pública tienen como marco, sustento y sobredeterminación las formas generales de producción que rigen al sistema social en cuestión, es decir, para el caso de la televisión mexicana, las relaciones sociales y técnicas de producción están sobredeterminadas por la forma hegemónica en México: el capitalismo dependiente, razón por la cual, muchos de los estudios que se hacen acerca de la cultura en países con características semejantes a la de México, tiendan a dar

explicaciones sociales a fenómenos comunicativos, sin establecer la diferenciación.

Con base en los puntos anteriores, se pueden mencionar entonces algunas exclusiones e inclusiones en este tipo de análisis:

EXCLUSIONES

1. La aplicación de avances tecnológicos a los medios de comunicación

2. La forma de ordenar las señales informativas en los medios específicos de la comunicación

3. Relaciones sociales y técnicas para producir comunicación pública

4. Afectaciones directas y analogías del sistema social sobre el sistema de comunicación

INCLUSIONES

1. Afectaciones de los avances tecnológicos incorporados a los medios de comunicación sobre las formas de producción de comunicación

2. Afectaciones de los avances tecnológicos incorporados a los medios de comunicación sobre las representaciones

3. Las mutuas afectaciones de los avances tecnológicos incorporados a los medios de comunicación sobre los códigos y referentes de la misma comunicación

DISCIPLINA TEORICA

Ingeniería

Teoría de la información

Administración
Economía

Sociología

Como podrá deducirse de las inclusiones, se propone que son éstas las posibilidades que a partir de un análisis mediacional se pueden estudiar, ya que se reducen a ámbitos estrictamente comunicativos, es decir, a las relaciones que entre los propios componentes del sistema comunicativo se dan.

Una vez aclarados los puntos anteriores, resulta conveniente proporcionar algunas características del nivel infraestructural y su relación con el plano de las representaciones.

La televisión es un medio index, es sincrónico y concreto, es debido a ello que las relaciones que establece con respecto a la superestructura podrían tender a crear en Alter un mayor efecto de "realidad", de credibilidad, sobre todo cuando la televisión usa sus potenciales sincrónicas y concretas a toda su capacidad.

La televisión mexicana se ha caracterizado por mantenerse al día de las innovaciones tecnológicas y ha tratado de incorporarlas a sus formas productivas con una doble intencionalidad: por una parte, mantenerse como empresa productiva en el sistema social, en competencia con otras empresas, ya sean nacionales o internacionales como el en caso de INEVISION y TELEVISIA; por otra, proporcionar mayor calidad técnica a los televidentes e implícitamente hacer más analógica e isomórficas las señales televisivas con respecto al referente. Con esto último, Alter logra identificar cada vez más a la imagen televisiva con la realidad y con ello una mayor referencialidad, que es catalogada de objetiva.

Ante esta posibilidad cada vez mayor, la televisión mexicana

se preocupa por tener más emisiones "en vivo" (y sorprendentemente transmisiones deportivas o bien algunos acontecimientos sociopolíticos íntimamente ligados con las características esenciales del régimen político, tales como los informes presidenciales o los actos de toma de posesión de un presidente), y porque las emisiones sean, cada vez, más isomórficas a la realidad (con sonido sincronizado a la imagen, con muy poco tiempo transcurrido entre el suceso y la recepción, en color).

Habría que dejar sentado que si bien es cierto que eso sucede en la televisión mexicana, también es cierto que no sólo es particular del caso mexicano, sino de prácticamente todas las cadenas televisivas del mundo, ya que las transmisiones en vivo y en color (por mencionar sólo dos características de las más sobresalientes), forman parte de una práctica social difundida mundialmente. Lo que sí se constituye como característica particular de México, es la cantidad de incidencias de los mismos acontecimientos sobre los que se hacen transmisiones en vivo.

Al respecto, habría que reflexionar sobre lo que significa el plano de lo que se piensa sobre ese entorno, pues pareciera que este último se constituye casi exclusivamente de deportes y principalmente del fútbol; pareciera que este deporte es lo único que amerita el empleo de toda la capacidad tecnológica del medio televisivo. Quizá esta sea una de las causas por las que el fútbol guste tanto a los mexicanos (aunque existe la posibilidad de que sea al contrario, de que como gusta tanto a los mexicanos, sea para lo que más se empleen los avances

tecnológicos del medio televisivo).

Tendríamos que seguir reflexionando acerca de si el fútbol es tan llamativo por sí mismo, o porque precisamente se le ha conferido el estatus de importante, como resultado no sólo del tiempo que se le dedica los días destinados a la "diversión" (sábados y domingos), sino que implícitamente se le atribuye el papel de importante porque en el fútbol se hacen grandes esfuerzos para poner la tecnología al servicio de tales transmisiones, y como se argumentará en el siguiente apartado de este mismo trabajo, se transfiere el estatus que la tecnología tiene al referente. En otras palabras, es como si por usar un carro último modelo y el más sofisticado del mercado, la persona adquiriera, por transferencia, la característica de ser último modelo y la más sofisticada, por el hecho de poseer un objeto que sí la tuviera.

Indiscutiblemente, estudiar y proporcionar más características sobre esta relación implica reconocer tanto las afectaciones o relaciones entre planos de lo que se dice, hace y piensa con respecto a la tecnología incorporada en los medios, y por supuesto un estudio mucho más profundo del que aquí se pretende hacer.

3.3.1.2 SOBRE LOS CAMBIOS DEL ENTORNO

Como se mencionó al principio de este capítulo, y conforme a lo dicho en la propuesta de análisis, el plano de "lo que se piensa", tiene dos vertientes: lo que se piensa sobre el entorno (tratado en los tres puntos inmediatos anteriores) y sobre los

cambios (los acontecimientos, eventos, fenómenos o acciones que provocan una modificación) en ese entorno, reconociendo -como también se aclara en la propuesta-, que hay tres niveles de entornos: el superestructural, el estructural y el infraestructural. A continuación se presentan algunas consideraciones sobre cada una de estas posibilidades de estudio.

3.3.1.2.1 Superestructura

En este apartado se tratarán de establecer algunas de las más importantes características de la cultura televisiva mexicana que, según nuestra propuesta, están contenidas en las mismas expresiones televisivas, y "de lo que se puede pensar" acerca de los cambios que han sufrido las formas en las cuales se interpretan precisamente esos cambios. En otras palabras, se pretende proporcionar algunas características que permitan reconocer cómo la televisión mexicana propone esquemas cognitivos (del pensamiento, de lo que se piensa) para interpretar los hechos, acontecimientos, fenómenos o acciones, que hacen cambiar la realidad de los actores.

Uno de los hechos más notorios son los cambios tecnológicos que ha sufrido la sociedad de masas y que culturalmente se traducen como una transnacionalización del modelo racionalista de la tecnología hacia, como es el caso de México, países periféricos provenientes de naciones altamente industrializadas. Esta promoción abierta de patrones culturales conlleva una lógica que habría de conducir a la liberación

"mental" de las masas, en donde los viejos atavismos propios de la era precientífica tendrán que ceder ante las propuestas del mundo racional desarrollado y moderno.

Esta lógica ha de cristalizarse en la panacea del consumismo que se presenta para las masas como la expectativa más importante, como el más anhelado futuro:

"...los medios de comunicación sirven a un propósito directo: popularizar las explicaciones de la clase dominante. Con la garantía de un vastísimo sector analfabeto, es cuantiosa la influencia de radio, cine, televisión, fotonovelas, etc. El resultado previsible tal y como lo reiteran numerosos antropólogos: los pobres urbanos aspiran no a una identificación proletaria, sino a un futuro de consumidor. Su conciencia de clase se evapora y se trueca por una "avidez consumista" fundamentalmente adquisitiva y competitiva. En lo básico, la red de instituciones de la industria cultural funciona movilizando el apoyo y la credulidad populares no tanto para ratificar prejuicios sociales sino para refrendar la estructura misma del clasismo" (4).

La desconcientización de clase se vincula simétricamente al paulatino proceso de desnacionalización que sustenta la industria cultural al asumir como ideal de modernidad el "american way of life".

En los hechos esta tendencia -requerida casi imperiosamente por los sectores altos de la sociedad mexicana de la década de

los 50- se ha democratizado con amplitud en la televisión. Programaciones casi integras -léase canal 5 de TELEVISIA- redescubren cotidianamente la aceptación de lo norteamericano, de sus valores y perspectivas.

En el consumo de patrones extranjeros se cifra la renovada esperanza de uniformar las referencias culturales de todos los países y solidificar así, la integración de la "Aldea global" de Mc Luhan.

En otras palabras, se trata de proporcionar modelos que interpreten los cambios que se dan en la realidad de las masas, principalmente urbanas, como una consecuencia lógica del avance tecnológico. Así parece no haber otro tipo de cambios si no son tecnológicos y debido a que la adquisición de insumos con incorporación de tecnología (proveniente de países desarrollados, dentro del capitalismo) es sinónimo de cambio (de avance y desarrollo) se propicia el consumismo precisamente de tales productos.

Los modelos de enculturización para interpretar los cambios parten del supuesto de que tales cambios en los entornos físicos, sociales, económicos e inclusive de ideología (formas de pensar e interpretar la realidad) son "necesarios" para el desarrollo. Es como si se propusiera que, por ejemplo, los cambios en la ecología (léase alteración y/o destrucción del medio ecológico) son una consecuencia lógica, natural y necesaria para que las masas urbanas adquieran el estatus de "desarrollados", de acuerdo a patrones no propios, sino de los países centrales.

La televisión mexicana, en este sentido, al adoptar un

modelo comercial (en el sermón de Miguel Alemán), se comprometió implícitamente a difundir un modelo que propiciara el consumo, y que a su vez llevara consigo, a manera de modelo latente (modelo social de la mediación latente o abstracto) la propuesta de que a mayor cantidad de aparatos tecnológicos, mayor desarrollo cultural se tendría. Aunque cabría hacer la aclaración de que la difusión de ese modelo latente para interpretar los cambios no sólo es propuesto por la televisión, si es importante indicar que se refuerza por otros medios de comunicación e inclusive por otras instituciones mediadoras, principalmente la escuela, la familia y las relaciones sociales que los individuos establecen entre sí; sin embargo, debido a la capacidad de difusión y recepción de la televisión, creemos que cumple una función importante para la difusión y una muy posible eficacia enculturadora.

Para resumir, es de observarse que el modelo para interpretar los cambios que se transmiten por la televisión mexicana parte de una concepción de que tales cambios son provocados por el avance tecnológico, sinónimo de desarrollo cultural y social, y que para ser desarrollado es necesario propiciar tales cambios y asumirlos como necesarios, lógicos y naturales. Así, sólo se es desarrollado en la medida en que los individuos (masas urbanas) posean tales productos y por consecuencia los consuman. También se anota que este modelo cognitivo para interpretar los cambios tiene gran difusión gracias a la televisión, aunque ese modelo no es propio de este medio, sino que es retomado y reforzado por otras instancias

mediadoras.

3.3.1.2.2 Estructura

Si se considerara que la estructura es el conjunto de relaciones que los hombres establecen para producir/reproducir tanto los bienes materiales como los inmateriales y que tales relaciones se dan en un tiempo y espacio determinados, y que estos últimos conceptos son sólo una forma de pensar para registrar los cambios que se dan en la realidad, habría que considerar también que en el fondo de tales aspectos de lo que se trata (en el plano de lo que se piensa y en el nivel estructural) se da una forma específica de transmitir los saberes, ya que éstos son los reproductores/productores del conjunto de relaciones que los hombres establecen para producir/reproducir los bienes; es decir, para que los hombres se relacionen de tal o cual manera, es necesario que tengan un modelo cognitivo que les permita guiar sus acciones hacia tales fines.

De esta forma, de lo que se trata, en este plano del pensar y en este nivel de la estructura, es de comprender cómo se constituye el modelo cognitivo que la televisión mexicana propone para interpretar los cambios que se dan en la estructura. En ello se centra la razón de este apartado.

En el México del precapitalismo, los modos de transmisión del saber se fueron transformando con el ascenso de la lógica mercantilista, de una transmisión "acústica" u oral a una visual. Antes del cisma, la tradición mexicana fundamentó sus formas de interacción a partir de los esquemas heredados por una secular

cultura cosmogónica, oral por antonomasia. Ella, delineó la convivencia y la organización: "correr la voz" formó parte esencial en la vida del pueblo mexicano y latinoamericano en general.

La enseñanza herbolaria y el mismo reforzamiento de la institución familiar se concibieron dentro de una perspectiva omniabarcante, mágica, horizontal y "providencialista" hacia el universo.

Sin embargo, el lento proceso de desarrollo capitalista rechazó -tras la imposición de lo racional, de la enseñanza vertical y de la homogeneización social- toda la cultura acústica, tachándola de primitiva, irracional y acientífica. Se formuló entonces, la multiplicación del sistema escolarizado y de la industria cultural para desterrar mitos y "liberar al pensamiento".

Con ésto puede observarse que en el fondo se transformaron las formas de organización social -aunque esta modificación cae en el plano de lo que se hace-, pero en el plano de lo que se piensa se transformaron las concepciones que sobre esa organización social se tenía en la cultura secular mexicana y con ello la ascensión de una nueva forma de concebir tales relaciones y organización social para producir los bienes.

En las disciplinas de la educación se dice que cuando se enseña algo, no sólo se enseñan y aprenden los contenidos, sino también la forma de enseñarlo y las actitudes de quien enseña. Así, no sólo se cambiaron los referentes ni las características de los mismos, sino fundamentalmente se cambiaron las formas de

enseñarlas (omniabarcante, mágica, horizontal y "providencialista" hacia el universo) por otra forma vertical, segmentada por disciplinas, científica y causal. Quizá con estos cambios se logró una modificación sustancial en las formas de concebir los cambios, puesto que ahora no tienen explicaciones "mágicas", sino científicas; no son producidas por el conjunto del pueblo, sino por unos cuantos, no son causadas por la providencia, sino por fenómenos concretos y objetivos. Este cambio en las formas de transmitir el saber originó, pues, un cambio en las formas de pensar para interpretar los cambios que se dan en el acontecer de las masas.

Quizá el mejor ejemplo de lo anterior, es la forma en que se difunden las noticias y en dos aspectos: uno, la verticalidad de la emisión de los mensajes que son "dictados" por un personaje (Jacobo Zabludovsky) quien adopta una postura vertical ante los consumidores de noticias y quien además es una fuente autorizada para el propósito de la difusión de noticias, es decir, institucionalizado y ritualizado; dos, las explicaciones que se dan a los cambios que se suceden son explicaciones dadas desde una perspectiva racional y hasta científica, principalmente los cambios económicos, en donde una alza en el transporte público del Distrito Federal, tiene sus orígenes en el Golfo Pérsico o en los mercados de valores de Tokio o Londres, en lo que se da por llamar las interrelaciones de la macroeconomía.

En este ejemplo es notorio no sólo lo que se dice sobre el cambio en el acontecer, sino el modelo que se trata de difundir para interpretar esos cambios, un modelo que está implícito en la

forma de transmitirlo, de acuerdo a como se ha indicado líneas arriba.

Para resaltar los puntos importantes: el modelo para pensar los cambios del acontecer que son característicos de la cultura masiva televisiva en México, y que podrían generalizarse para América Latina, está basado en el cambio operado en la transmisión del saber en dos vertientes: por la forma en que se difunde (vertical, autoritaria institucionalizada y avalada "oficialmente"), y por lo que conlleva en cuanto a las bases o sustentos para explicar tales cambios (causal y científica).

3.3.1.2.3 Infraestructura

Como se mencionó en el punto 3.3.1.1.3, importa estudiar en este nivel no a los objetos materiales en los que se concretizan los bienes culturales, sino las relaciones que establecen esos objetos con los niveles estructural y superestructural; por ello es importante considerar que las instituciones televisivas en su búsqueda por obtener mayor fuerza empresarial han accedido a las nuevas tecnologías tras la lógica de que lo más avanzado en este ámbito encierra consigo la única posibilidad de progreso y modernidad. Decir no a lo tecnológico sería entonces negar el avance y hundirse en el atraso y anquilosamiento.

Con esta mística se logra integrar una memoria electrónica que en su paso avasallante trata de acabar con la tradicional memoria cultural. De esta manera, los antiguos mecanismos de convivencia grupal y de organización, fundados en el interés colectivo, son trascendidos para dar lugar a la valorización del

individualismo y consumo como expectativas fundamentales de la nueva sociedad. Las formas culturales resultantes del desarrollo sincrético del pueblo mexicano pierden su esencia pagano-religiosa y su precisión como entes vinculados a una estructura de interacción grupal. De manera aparente, podría pensarse que sólo se sustituye una forma específica de pensar, por otra manifestada en los objetos tecnológicos; sin embargo, esto no implica únicamente la sustitución de una transmisión oral del saber por transmisiones en donde se emplean, como signo inequívoco del avance cultural, los aparatos tecnologicizados, ya que esta nueva forma de interpretar no se sobrepone a la "vieja" como debido a un proceso surgido del pueblo (masas, mexicanos), sino que es impuesto por intereses nacionales que responden a otros intereses transnacionales, principalmente norteamericanos. Es como una nueva conquista que trata no de hacer síntesis culturales, sino simplemente de acabar con la "vieja cultura".

Ahora, la heterogeneidad, diversidad y riqueza de significación en las fiestas tradicionales, danzas y cerámicas, máscaras y metalisteria se convierten en curiosidades turísticas y folclorismo estereotipado cuyo valor se cifra en lo pintoresco:

Qué le importa a una clase en ascenso las indumentarias que ya son disfraces, las esencias que son baile de máscaras, atavíos típicos que son pasto de la Kodak o de los ballets para turistas, las trajes de Tehuana y China poblana, el orbe de Tlaquepaque y Mixquic y Xochimilco y Olinalá, las mitologías de Diego Rivera y el Indio Fernández, las aguas

de chí y nonchata y la preservación de las raíces (5).

En muchas otras interpretaciones sobre esta materialización de la "cultura nacional" se menciona que ésta es precisamente la síntesis de los "choques" interculturales entre dos modelos de interpretación de la realidad y bien podrían tener razón, en la medida en que las clases medias urbanas (masas urbanas) han mediado las "tradiciones", y las colocan ya no como una explicación válida (puesto que tales masas han asumido un modelo tecnológico), sino como una interpretación vieja, obsoleta, como historia inservible, como algo que se desdén y sin embargo forma parte del país, pero de otra época y tradición cultural "menos avanzada", de los "indios".

Precisamente esto último es lo interesante. Si bien pudiera considerarse que la interpretación de la síntesis cultural es una forma interesante de estudiar la mediación entre los choques culturales, es más importante resaltar que el "nuevo" modelo y sus objetos, producidos no por esas mismas masas, sino por grupos de intereses que descalifican lo "viejo", han originado una actitud de desdén hacia aquellos que "aún se atreven a usar lo propio del "atraso", en otras palabras, se ha originado un racismo entre los miembros de la misma raza. Es diferente el que alguien tenga en su casa "el árbol de la vida de los yaquis" como adorno, a alguien que lo tenga porque es parte de su concepción acerca de la vida: este último no "posee" cultura, es anticuado, es retrasado culturalmente y debe ser "educado" dentro de los parámetros de la racionalidad tecnológica.

Incluso, esta forma de interpretar la realidad ha originado que muchas poblaciones del país pierdan y sepulsen sus culturas como si ellas fueran un "pecado", y con ello se han acabado paulatinamente los pueblos y comunidades indígenas. En este proceso, no es sino hasta la década de los setentas cuando algunas voces del Instituto Nacional Indigenista dan un grito de alarma y se fomenta entonces, aún más, la comercialización de las artesanías, la exportación de mercancías culturales para el consumo de los grupos urbanos quienes, animados por una tendencia esnobista de recuperar "las tradiciones", se inundan de adornos que recuerdan la existencia de un pasado que, sin embargo, avergüenza.

Ahora, en el nuevo modelo de racionalidad tecnológica se niega la presencia de las diferencias políticas, económicas, sociales y culturales de los pueblos; todo se incorpora y homogeniza para uniformar aspiraciones y así, como señala Jesús Martín Barbero, "hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos".

Por otro lado esta racionalidad, máxima dimensión del paradigma modernizador (Martín Serrano, en el modelo cultural de la mediación del capitalismo, indica precisamente que la tecnología es el componente que permite dar coherencia a las explicaciones que se le asignan a la realidad), solo es inteligible en la medida en que puede ser interpretado como el modelo transnacional que involucra la intención de gigantescas corporaciones internacionales por afianzar su poderío económico, a través de las industrias culturales del mundo. Así por ejemplo,

desde la adhesión de México al sistema INTELSAT de telecomunicaciones vía satélite (1971), y la construcción y lanzamiento del Sistema Morelos de Satélites (1983-1985), la dependencia absoluta hacia la tecnología extranjera ha sido un "mal necesario" que se asume como precio del avance, pues se supone que una mayor cantidad de señales telecomunicativas originará, en consecuencia, un paso adelante en el desarrollo.

En esta etapa, la tecnología se sacraliza, es el nuevo mito de la memoria electrónica, la forma de integrar a las masas en su recién adquirida uniformidad, en donde no necesariamente el folclor es valorado como negativo, sino que se asume como parte de la historia nacional (de ahí que se guarde para adornar la casa), como una forma de aceptar "lo mexicano", pero sin otorgarle el significado y uso que los mexicanos autóctonos le han dado. Con esto último no se desea remarcar que el folclor, o quienes así vean a esos objetos de la "vieja cultura", debieran ser valorados como negativos, sino que simplemente, o complejamente, han mediado la historia nacional, bajo un modelo cognitivo de racionalidad tecnológica, cuyo resultado es precisamente el llamado folclor.

Así, para resumir, queda asentado que en los objetos con tecnología incorporada (tecnología en la acepción del capitalismo) se concretiza de mejor manera el choque y mediación que las masas urbanas mexicanas han "sufrido"; en ellos se manifiesta la síntesis de las formas de pensar (interpretar) la realidad cultural desde una perspectiva masiva, en donde la televisión (como aparato televisor), es en sí mismo el objeto que

mejor representa el avance, pero que sin lugar a dudas, resalta además los objetos culturales tradicionales y les asigna el significado y uso de mercancías culturales folclóricas.

3.3.2 PRACTICAS SOCIALES

En el subcapítulo anterior se hicieron algunas observaciones acerca de "lo que se piensa" sobre el entorno y sobre los cambios que se operan en ese entorno, ahora, se explicitarán algunas cuestiones sobre lo que "se hace" culturalmente en ese entorno y sobre los cambios de éste mismo, según el modelo planteado al inicio del presente capítulo.

3.3.2.1.1 PRACTICAS SOCIALES SOBRE EL ENTORNO

Para el desarrollo de este apartado se dividen las prácticas sociales en tres niveles: la superestructura, la estructura y la infraestructura.

3.3.2.1.1 Superestructura

Una de las formas más sobresalientes en las que se manifiesta un cambio superestructural en lo que se hace (plano de la situación), lo constituye la desaparición de la "barrera" entre lo público y lo privado, es decir, los conceptos que el pueblo tenía sobre lo que era público y lo que era privado. Este hecho se hizo palpable cuando en lo público apareció la cultura de masas como un mecanismo mediador que negó y encubrió las diferencias de clase.

En la cultura "antigua", los hechos de la vida privada se regían por parámetros públicos, se medían o se recordaban en función de los acontecimientos públicos, de tal forma que el nacimiento de un hijo, la muerte de un pariente, la enfermedad que padeció el hermano, la discusión sobre los problemas familiares, se daban antes o después, o el "mero día" de la fiesta de los "Santos difuntos", de la fiesta del Santo Patrono de la Iglesia, o del pueblo. Estas fechas también tenían que ver con las épocas de preparar la tierra, sembrar o cosechar. Es decir, lo público, los acontecimientos que afectaban a la comunidad, eran el parámetro concreto para referirse a los hechos de la vida privada y con ello, éstos últimos adquirían cierto sentido, interpretación y significado.

En la sociedad donde impera la cultura masiva es necesario abandonar tales referencias a la tierra o las fiestas pagano-religiosas, y tener una referencia acorde a las formas "naturales" de una nueva organización social, en donde no importa tanto el nombre de la familia que ese año tiene la "mayordomía" para cuidar la imagen del Santo, sino que importa fundamentalmente el día, mes, año, las horas y los minutos en los que tal acontecimiento se dio, es decir, las referencias personales y grupales de la antigua cultura fueron suplidas por parámetros más estables, abstractos y comunes para todos; con ello se ganó en "objetividad", en la medida en que un número hace referencia a una unidad igual a todas las demás unidades, independientemente de las particularidades.

De lo anterior se desprende que las personas dejan de ser

precisamente personas para convertirse en números, en masa, en individuos-masa igual a otros individuos-masa, y por lo tanto, al no haber diferencias, se deja de lado la clase social: con ello la cultura masiva proporciona el modelo mediador más deseable para una sociedad clasista: borrar las huellas de la división social. Triunfa así la democracia y todos son iguales, o al menos ésta es la forma de interpretar las prácticas sociales que de suyo son desiguales.

No obstante la disolución superestructural de la división de clases, era necesario intentar la creación de hábitos (como actitudes cognitivas), la formulación de ideas comunes entre la masa para que ésta pudiera tener la aspiración de igualarse con las clases hegemónicas. Esto es, ya se tenía ganado el concepto de igualdad entre los ciudadanos urbanos y faltaba brindar la oportunidad de que cualquier hombre-masa pudiera acceder a poseer todos los bienes materiales; es entonces cuando se crea la idea de que si se quiere (mejor dicho, si se puede o se tiene el dinero suficiente), se puede comprar todo lo que se quiera y con ello, se obtiene una forma mucho más concreta de igualar -superestructuralmente- a todos: el consumismo.

El consumismo es un concepto mal traído: en esencia, es la oportunidad que todo hombre-masa tiene para sentirse igual a otros sujetos que no pertenecen a su nivel social. La explicación es sencilla (y compleja): mientras más mercancías tiene el hombre-masa, es "más igual" a otros, vive en una sociedad más igualitaria, menos discriminante, más democrática. Esta forma de entender al consumismo no es, como se le pretende ver, un "mal

del sistema". sino al contrario, es la posibilidad mental, la mediación que la cultura masiva hace para que los hombre-mas tengan un parámetro para interpretar y significar su existencia.

Así, la cultura de masas se constituye a sí misma al ejercer la capacidad de integrar algunas señas de identidad de la vieja cultura popular y las necesidades del mercado por instrumentar la vía del consumo. Con esto se resuelve, en apariencia, el conflicto entre la postura dominante y la conciencia popular, situación que habría de integrarse en sustento de la estrategia hegemónica.

En este sentido, valdría la pena anotar el papel ejercido por las llamadas telenovelas "educativas", producidas por la televisión privada mexicana en los años 70.

En "Ven conmigo" (1975), "Acompañame" (1977) y "Vamos juntos" (1979) se manifestó, por un lado, el sometimiento de prácticas eminentemente estatales (la impartición de enseñanza), a la estructura del teledrama, fórmula perfeccionada de la cultura de masas. Asimismo, tales telenovelas, que en su momento trataron de contrarrestar la avalancha de críticas hacia TELEVISIA y su proyecto de comunicación social, pretendieron homogeneizar los intereses de los sectores más diversos para centrar la intención en el logro de un "bienestar" colectivo: la educación de las masas.

La cultura de masas se convierte en el lugar de la ficción, de la solución imaginaria; en ella no se da cabida a las contradicciones, es el espacio de la sempiterna armonía.

De esta manera se puede sintetizar que principalmente

existen tres elementos fundamentales para caracterizar a la cultura masiva por televisión en el caso específico de México: el cambio de referencias para significar y dar sentido a la vida privada, el significado que la cultura masiva asignó a la igualdad entre los hombres borrando las diferencias sociales, el consumismo como una consecuencia de tal democratización y, por último, la educación de las masas en manos del consorcio televisivo privado.

Con esto, se puede observar cómo la sociedad de masas ha conformado superestructuralmente una serie de conceptos bien armados que constituyen en sí mismo un modelo que permite guiar las prácticas sociales.

3.3.2.1.2 Estructura

México antes y ahora, al igual que el resto de los países latinoamericanos, ha formalizado una dinámica de crecimiento y desarrollo a partir de su continua adaptación a las alternativas modernizadoras que ha presentado su élite nacional, élite decididamente comprometida con las aspiraciones de las sociedades industrializadas. Así, el ánimo de ascender al mítico mundo de la vanguardia industrial se ha convertido en el "leit motiv" de la política mexicana y de las facciones potencialmente beneficiarias de la escalada desarrollista.

Si se accede al análisis de los grupos e instrumentos de poder que conforman los actuales esquemas de desarrollo, se concluirá que la etapa posrevolucionaria fue el marco que dio forma y vigor a la trayectoria de una nueva burguesía que se

configuró a través de una serie de estrategias económicas encaminadas a la construcción de un México adscrito al concierto de las "naciones modernas".

En los primeros años de la década de los 40 comenzó una fase de repunte económico que se caracterizó por centrar sus objetivos prioritarios en la industrialización del país. Se instrumentó una política de sustitución de importaciones que pretendió alentar la producción de bienes de consumo e inversión que hasta ese momento se importaban. Al mismo tiempo se promovió la construcción de vías terrestres y telecomunicaciones, así como la producción de los elementos que garantizaran el óptimo desenvolvimiento del proceso manufacturero (agua, electricidad, hidrocarburos...).

Asimismo, se impulsaron ampliamente los esfuerzos de inversión del sector privado, nacional y extranjero, mediante proteccionismos indiscriminados, reducidos aumentos salariales, creación de grandes obras de infraestructura, otorgamiento de créditos y suministro energético barato.

Todo ello dio por resultado un acelerado crecimiento económico que, en 1948, se manifestó en la elevación del producto nacional bruto a una tasa anual del 6%, en tanto que la producción manufacturera aumentó en un 8% (6).

Sin embargo, este "milagro mexicano" tuvo un altísimo costo social, económico y político. Por un lado, la acumulación de capital se centralizó en el fortalecimiento de los monopolios nacionales y extranjeros y los empréstitos empezaron a utilizarse como mecanismos de "equilibrio" de la balanza de pagos. También, se explotó en forma absoluta la fuerza de trabajo y se deterioró

el salario del 90% de los mexicanos, mientras que un pequeñísimo grupo logró concentrar cerca de la mitad del ingreso total del país. Asimismo, en el ámbito interno emergió un sector medio urbano que devino en el principal cliente de la producción industrial.

De esta forma se constituyó un proceso de apertura forzada que introdujo al país las posibilidades de hacer suyo un proyecto de modernización sustentado férreamente del exterior, todo bajo el ensueño desarrollista.

El largo y costoso proceso de modernización económica que se impuso en el país respondió a decir de los jefes estatales, al genuino "interés nacional", fórmula tácita de la concepción de un pasado histórico cristalizado en las instituciones del Estado. Así, pasado y presente amalgamaron sus enormes diversidades para construir el lenguaje político exclusivo de las fuentes oficiales. Tras la proclamación de la "Unidad Nacional" puesta en práctica por Avila Camacho, el Estado borró diferencias, ocultó la lucha de clases latente e hizo emerger el orgullo de la mexicanidad.

En el horizonte prevaleciente, el de la Revolución Mexicana, lo nacional -territorio, tradiciones, derrotas y conquistas, creencias, costumbres, religión- es el único espacio de las mayorías, sus vías de comunicación y cohesión internas. Lo nacional es adquisición histórica, lo que consiguió el pregonado millón de muertos de la lucha armada... Para las masas, lo nacional es el círculo de la seguridad, la compensación que transmuta los grandes valores (patria,

historia, religion, habla, costumbres, sensaciones utópicas) en las disposiciones de la vida cotidiana (7).

Este tipo de Estado que al asumirse como nación logró monopolizar el sentimiento histórico, pudo consolidarse en la medida en que fue capaz de convertirse en depositario de las aspiraciones de ascenso y bienestar.

De esta manera, la estructuración de lo nacional en la etapa de incipiente modernización fue el planteamiento básico en la retórica de un sistema que, en la búsqueda de legitimación, se apoyó en un populismo que dio forma al compromiso entre masas y Estado.

Resultó inevitable que, ante estas políticas económicas y sociales, una parte importante del campesinado -al ver las ofertas de las ciudades- abandonaran sus tierras para convertirse en masa citadina. Esta invasión masiva de espacios ciudadanos se constituyó en la causa fundamental que, más adelante, daría lugar al proceso de masificación. Con ello, las masas adquirieron una presencia relevante en los ámbitos sociales, económicos y políticos en el mundo material, en el nivel de la estructura, en la forma de producir y reproducir los bienes materiales e inmateriales necesarios para la sociedad masiva, en un plano de lo que se hace efectivamente.

Este modelo de desarrollo capitalista, una vez que aseguró a las masas en las ciudades, también propició el desarrollo estructural de la cultura masiva a través de una de las formas de comunicación social más importantes: la televisión. No se puede

entender a la cultura de masas sin el contexto antes enunciado: un modo de producción que asegura la producción industrial de mercancías, y un mercado ciudadano que al mismo tiempo que produce, consume esas mismas mercancías, y por otro lado, también se asegura la creación de una institución especializada en la producción de la misma cultura masiva, la "industria cultural televisiva".

Esta industria no se formula como el resultado del desarrollo industrial del país, sino que se presenta más bien como una forma específica de comunicación que se hace solidaria con el mismo desarrollo de lo que sucede en la realidad objetiva. Sería temerario afirmar que el avance económico de México es la causa de la cultura masiva por televisión, y viceversa, pero sí se puede afirmar que las condiciones dadas por el desarrollo industrial de las ciudades son el contexto natural en el que, dado el mismo desarrollo de las instituciones comunicativas, es posible que surja la denominada cultura masiva por televisión. Con esto se quiere dejar por sentado que la cultura masiva existe bajo ciertas condiciones (aunque podría mencionarse también que no necesariamente), y que la televisión como institución especializada en asuntos de interés público, retoma como referentes a esta cultura masiva; también se da por descontado que la misma televisión no sólo reproduce esa cultura, sino que también introduce ciertos cambios e innovaciones.

3.3.2.1.3 Infraestructura

Al inscribirse en la dinámica de reproducción de capital y al

estar sujetos a un planteamiento general de transnacionalización, vía tecnología y capitales. los medios de comunicación han podido consolidar una importante infraestructura.

Es así como la sutil presentación de los dispositivos ideológicos de estos medios, nítido retrato de la democratización desarrollista, ha favorecido -con escaso cuestionamiento- su libre expansión.

En este sentido, cabe destacar el proceso vivido por la televisión privada en México, proceso que se inició en 1955 con la creación del monopolio Telesistema Mexicano, el que, a su vez, daría lugar -en 1973- a la formación de una empresa aún más poderosa: Televisión Vía Satélite (TELEVISA).

Con su mística de empresa altamente productiva, TELEVISA logró la concesión para transmitir televisión por cable, a través de Cablevisión (1969); adquirió en 1976 el 20 por ciento de las acciones de Spanish International Communication Corporation y fundó el Sistema Univisión; logró transmitir directamente su programación a Estados Unidos mediante la cadena Spanish International Network (1980) y creó, a principios de 1989, la agencia internacional de noticias ECO.

A todo ello deben contarse sus intereses en radio (sistema Radiópolis...); en publicaciones (Provenemex, Edivisión...); en espectáculos (club de fútbol América...); en cine (Televisine, Videocentro...) y en infraestructura cultural (Fundación Cultural TELEVISA, Museo de Arte Moderno y Contemporáneo...) (8).

La industria cuultural avasalla y paraliza su desarrollo floreciente a la señal de los tiempos, los tiempos del "progreso"

y de la expansión tanto de mercados como de avances tecnológicos.

Mucho se ha escrito sobre este particular, es decir, sobre el crecimiento infraestructural de la televisión mexicana, lo cual por otra parte no es el propósito del presente trabajo, sino el indicar que es gracias a tal expansión y crecimiento físico, que la institución televisiva ha logrado hacerse oír y ver en prácticamente todo el territorio nacional; ha podido difundir la cultura masiva, propia de las ciudades, en el campo, en las pequeñas rancherías, en los pueblos de pequeños artesanos, etc.

Esto último -como ya se citó- ha ocasionado una nueva convergencia de culturas, de lo folclórico con lo urbano. La televisión se vio entonces, en la necesidad de incorporar esas culturas en sus transmisiones, aunque el interés no se centraba en caracterizarlas como propias de la "cultura nacional", es decir, la televisión no las incorporó porque se haya dado cuenta de que los receptores no urbanos (campesinos, indígenas...) no compartían los valores de la cultura masiva, sino que se incorporó para sacralizar como "arte" las manifestaciones culturales de los pueblos "antiguos y propiamente mexicanos" y convertirlos en mercancías que pudieran consumir tanto las masas urbanas como los mismos pueblos de los cuales se extraían esas manifestaciones.

Resulta interesante resaltar este último punto. Quizá una de las causas por las que se divulga tanto la cultura autóctona de las diversas regiones no sea el afán de rescatar y preservar esas tradiciones, sino de asegurar un mayor mercado que, por otro lado, es producto de la enorme capacidad instalada para la

difusión de mensajes. No es que la televisión privada se haya dado cuenta y mostrado un interés repentino por las "viejas culturas", no es tampoco que deliberadamente se haya planeado convertir las manifestaciones culturales autoctonas en "arte", o en mercancías, ni mucho menos que se haya planteado anticipadamente que la cultura masiva sustituyera a otras culturas: lo que aquí se plantea es el hecho de que el crecimiento infraestructural (la capacidad instalada de difusión y la posibilidad de llegar a cualquier parte de la República) fue lo que obligó a tomar como referente a las culturas autóctonas, que al ser mediadas por una institución de comunicación como es el caso de la televisión, se les consideró como "arte" y "mercancía" (al mismo tiempo y como antes quedó explicado).

Esto es posible dado que la televisión no obedece a modelos culturales ni sociales de comunidades indígenas, sino a un modelo claramente definido y solidario con el capitalismo, es una sobredeterminación histórica y un código al cual se somete no sólo la televisión, sino cualquier institución de comunicación masiva; es en otras palabras una mediación que al mismo tiempo es mediada y mediadora.

3.3.2.2. SOBRE LOS CAMBIOS DEL ENTORNO

El subcapítulo anterior trató de lo que se hace en el entorno, según el esquema planteado para el análisis de la cultura televisiva en México; faltaría ahora estudiar, en el plano de lo que se hace, las interpretaciones sobre los cambios del entorno en los tres niveles: superestructura, estructura e infraestructura.

3.3.2.2.1. Superestructura

En la conformación superestructural de la cultura masiva en México, es innegable la actuación del Estado, sobre todo, en cuanto propuso y difundió un modelo que permitiera interpretar los cambios que se sucedían en el entorno.

El Estado-nación se constituyó a sí mismo en el punto de cohesión dentro de los límites de la "identidad nacional", admitió que la modernización era inevitable y rechazó el lastre de un nacionalismo basado en lo folclórico y pintoresco que se vislumbraba como anacrónico y anquilosante. Así, el ejercicio nacionalista estatal se instituyó dentro de lo público a través de las conmemoraciones, periódicas y reiteradas, de las fechas que marcaron de alguna u otra forma el inicio de la "modernización en México", como por ejemplo, el aniversario de la expropiación petrolera, que constituye un "item" para esta concepción de modernidad que el aparato estatal difunde.

El Estado ya no desea compartir la nación y ofrece compensaciones: un horizonte social intimidatorio, servicios y prestaciones, la representación simbólica del impulso popular (aunque sin lucha de clases, asexuado y adecentado). Al sentimiento histórico se le encierra entre textos escolares o vallas cívicas (9).

En el otro sentido, la vigorizada burguesía demostró que el todo nacional no se inscribía obligadamente en la petrificación histórica y descubrió entonces, lo "íntimo" y cotidiano en el muy "sui generis" ser

nacional. Cine, radio, televisión, teatro frívolo, historietas e industria disquera fueron en ese momento los vínculos que las mayorías sostuvieron con la nacionalidad.

En su anhelo modernizador, los medios rechazan también las formas de la "atrasada" cultura popular y únicamente la rescatan para destacar en ella lo folklórico o para mostrar la ingenuidad, ignorancia y simpática torpeza del pueblerino que se enfrenta al desarrollo (léase "Club del Hogar y su personaje de "Madaleno").

El nuevo esquema nacionalista, fundamentado en la preponderancia del quehacer urbano, amalgamó sus características con la magia de lo novedoso, lo tecnológico y desarrollado que ofrecía la vanguardia capitalista del exterior, para proporcionar un modelo superestructural que permitiera a las masas una congruencia entre lo que pensaban de los cambios que se sucedían con los cambios mismos.

Al alimentar en las masas la utopía del ascenso social vía lo modernista, las clases dirigentes -mediante la cultura- avanzaron firmemente en la consolidación del proyecto mesiánico de hacer la luz donde antes sólo hubo obscuridad y atraso. Esto es quizá lo profundo de la nueva cultura, el salvar a los hombres del pueblo de la ignorancia y subdesarrollo.

Puede destacarse, entonces, que la etapa de desarrollo capitalista que ha vivido el país en las últimas décadas ha correspondido a una lógica paradigmática que señala a la razón tecnológica y al progreso como fenómenos causísticos.

Por otra parte, dado que el acercamiento de las masas hacia la naturaleza se ha hecho más irreal y ante la fantasía milenaria de tornar a lo natural, la industria de la cultura ha tratado de rescatar

aquello que se vislumbra cada vez más lejano. Básicamente a través de la televisión, la industria expone la belleza de unos paisajes imaginarios convertidos en realidad vicaria. Puesto que ya no es posible acceder con facilidad a la naturaleza "real", la televisión se encarga de bombardear al espectador con una enorme variedad de iconos que sugieren la evasión mediante imágenes.

Desde los cortes de canal que retratan las "bellezas" naturales de México hasta las emisiones de concursos como Miss Universo que dentro de su espectáculo muestran versiones idílicas de los paisajes "exóticos" que enmarcan su competencia, el propósito es rescatar los valores de la naturaleza, pero no una naturaleza de cosas, sino de iconos que representan a la televisión como el espacio supremo de la ficción.

Esto último caracteriza uno de los aspectos significativos de la cultura de masas: la sustitución de la naturaleza real por una naturaleza icónica, como una especie de "paliativo", quizá nuevamente, para "crear" una consonancia entre una naturaleza urbana muerta, y una naturaleza icónica vicaria de la real.

A manera de resumen, se anota que tanto el aparato estatal como la televisión (que a final de cuentas están finalizados con un sistema de producción capitalista nacional e internacional) han procurado difundir, con una intención persuasiva hacia las masas, un modelo cultural que permita interpretar los cambios como algo necesario dentro de una afán de modernización.

3.3.2.2. Estructura

La pretensión modernizante ha formalizado, implícita y

explícitamente, una relación de mutua afectación entre el desenvolvimiento del orden social y los medios de comunicación; todo ello inscrito en la necesidad común de avanzar a la manera de las naciones industrializadas, aun cuando ello signifique dependencia tecnológica, endeudamiento y la consecuente vulneración de la soberanía.

Para explicar esta afectación recíproca, valdría la pena analizar el inicio del proceso de masificación vivido en México, recordando que la conversión industrial, al alterar los antiguos esquemas de ordenación socioeconómica, generó un rotundo desequilibrio regional que se manifestó muy claramente en el descenso de la población dedicada a la agricultura y en el resultado de una política que enfatizó sus líneas de acción en el sector industrial y abandonó relativamente -sobre todo en ciertas zonas- el desarrollo agrícola.

Por ello, al disminuir las posibilidades de mejorar los niveles de vida en el campo, amplios contingentes de emigrantes se desplazaron a los centros urbanos con el interés de acceder a los bienes y servicios que las ciudades ofrecían, lo que motivó un crecimiento considerable en las urbes más importantes, sobre todo en la ciudad de México. Se calcula que un lapso de 10 años, de 1930 a 1940, la tasa de migración o de crecimiento social ascendió al 1.3% anual (11), cifra que continuó aumentando en el curso de los años siguientes.

Aun cuando la migración diversificó y pluralizó la composición urbana, la ciudad y sus autoridades se enfrentaron a insolubles problemas de planificación y administración de servicios, lo que recrudeció la marginación, la violencia social y la intermitente

creación de cinturones de miseria.

El conflicto demográfico en las poblaciones urbanas, consecuencia evidente e inmediata de la subordinación del campo a la ciudad trajo consigo una gran disparidad interna en lo que se refiere a la distribución de ingreso y al nivel de vida en general. Por un lado, la explosión urbana polarizó severamente la estratificación social; por otra parte, el proceso de asimilación cultural que sostuvieron los grupos de emigrantes que conformaron el nuevo perfil ciudadano resultó desfasante respecto a sus formas tradicionales de vida. Adolfo Gilly señala:

La urbanización incontrolada ... origina desarraigados, asentamientos desordenados y transitorios, mezcla, fusión y confusión de tradiciones y costumbres campesinas y urbanas y un nuevo y vastísimo sector popular -asalariados sobre todo, pero también semiocupado, de los viejos barrios obreros- que inunda y da su carácter al espacio urbano ahora dominante de la sociedad mexicana (11).

Si bien las nuevas masas trabajadoras acogidas del exterior de las ciudades acusaron enormes dificultades ante la escasa posibilidad de asumir posturas movilizadoras -debido fundamentalmente a la política corporativista de desactivar los movimientos obreros y campesinos a través de organismos como la CTM y la CNC-, su presencia impuso un profundo reordenamiento social que impactó la estructuración de la vieja sociedad citadina. A partir de entonces surgió el fenómeno de masificación social, que al ampliar forzosamente los derechos anteriormente exclusivos de la antigua "sociedad", integró al recién

construido sector popular a la dinámica cotidiana del consumo material e inmaterial.

La explicación de cómo se dio el proceso de masificación social en las grandes urbes mexicanas, se sustenta en una situación aún más compleja: la conformación de una cultura masiva, producida y destinada precisamente a gente recién llegada a las ciudades con culturas diferentes y autóctonas. En el plano de lo que acontece, ese es el cambio que se registra en el entorno tanto histórico, cultural, ecológico y social (la conversión de campesinos a masa urbana y todos los cambios por ello originado), y ese es también el mismo contexto en el cual se establecen las formas de producción/reproducción de la cultura masiva.

La cultura masiva no es un producto propio y exclusivo de los medios de comunicación y mucho menos de la televisión. Si bien la cultura existe independientemente de los medios que se emplean para su difusión e instituciones enculturizadoras, debe admitirse que la cultura masiva ha encontrado en los medios de comunicación social la mejor forma de producirse y reproducirse al mismo tiempo. Luego entonces, la cultura masiva existe por sí misma, pero también está íntimamente ligada a los medios de comunicación.

La ligazón entre medios de comunicación y cultura masiva es explicable desde la equifinalización de sistemas cultural y comunicativo, puesto que ambos tienen interrelaciones. Así, la cultura masiva se convierte en uno de los referentes -en el caso del asunto que toca esta tesis- de la televisión, pero al mismo tiempo ésta se encarga de introducir cambios y/o reiterar a la misma cultura.

Por todo lo anterior, se puede decir que las formas de producción

producción y/o reproducción de la cultura masiva por televisión en México, tiene las mismas formas de producción y/o reproducción de cualquier objeto material y/o inmaterial propios de una sociedad con un modo de producción capitalista, esto es, con un modo de producción industrial, lo que conlleva una homogeneización de las "mercancías" con un valor de cambio y de uso sobredeterminado por las condiciones de un mercado sujeto a la oferta y a la demanda y a las propias leyes del capitalismo.

Considerar de esta manera a la estructura de la cultura masiva por televisión, lleva a la aclaración de que las instituciones televisivas no son "industrias", propiamente dichas, no son empresas que produzcan "mercancías" cuyo único fin sea la generación de una plusvalía económica; si así se considerasen, no quedaría otra alternativa que ubicar a las empresas televisivas como empresas del sistema social y entonces, ello generaría la confusión, muy difundida, de que estas empresas tienen una doble función: como empresas del sistema social y como instituciones comunicativas.

La distinción anterior (de que no son empresas, productoras de mercancías del sistema social) obliga a considerarlas únicamente como instituciones comunicativas y por ende del sistema de comunicación. Sin embargo, ante los embates de algunos teóricos que señalarían que si se les puede considerar como "industrias" (propias del sistema social), debido a que producen mensajes que son "mercancías", habría que mencionar que si bien es cierto que la forma de producir esos mensajes es de una forma "industrial" o en serio, esa es una particularidad de la equifinalización que guardan la mayoría de los sistemas, de acuerdo al momento histórico específico.

Así, en este apartado se sostiene la diferenciación de sistemas y por ende la ubicación de las instituciones televisivas como propias del sistema de comunicación cuya finalidad es producir expresiones que toman como referente a la cultura masiva (generada por un proceso de masificación social), a la vez esta se ve modificada por las mediaciones propias de la televisión; y con ello se aclara también que los cambios de las situaciones sociales, culturales, ecológicas ... tienen afectaciones en las formas de producir y/o reproducir, en la televisión mexicana.

3.3.2.2.3. Infraestructura

Los cambios producidos por el desarrollo histórico, tecnológico, social y cultural en el nivel de la infraestructura y la concretización de éstos en objetos, principalmente en el caso de la cultura masiva por televisión en México, no es propiamente un aspecto que sea de relevancia para un estudio como el que aquí se pretende, sino analizar las relaciones que esta concretización tiene con los niveles estructural y superestructural.

En este sentido, la cultura masiva por televisión se ha convertido en el "objeto" más cambiante, más moderno, más sujeto a los avances y cambios tecnológicos. Televisa es el prototipo de la empresa que México "requiere", y lo hace patente con la introducción de la mayoría de los avances, y al ser una de las empresas mexicanas que "conquista el espacio" con la comunicación vía satélite, o que conquista los mercados internacionales de los propios Estados Unidos y de una parte de Europa con sus transmisiones por cable.

Es indudable que lo que la Televisión privada pregona, lo predica

con el ejemplo, modernizándose a sí misma.

3.3.3. EXPRESIONES

Las expresiones son un punto central en el desarrollo de cualquier estudio que pretenda ser abordado desde la comunicación. Por tal razón, el presente trabajo otorga prioridad al análisis de la expresión.

Cuando se trata de estudiar a las expresiones desde la disciplina que estudia a la comunicación, habría que hacer una serie de distinciones y definiciones que permitieran ubicar a las expresiones como elemento propio y diferenciador del mismo sistema comunicativo. En este sentido, es preciso estudiar las relaciones que las expresiones tienen con los actores que las producen, los instrumentos que las conducen y las representaciones que conllevan, entre otras posibilidades de estudio.

Lo anterior ha quedado muy claro en esta propuesta. Luego entonces, la interrogante se centra en cómo saber cuando estas expresiones hacen referencia a las interpretaciones sobre los aconteceres y o cambios de ese acontecer. La respuesta dada hasta ahora ha sido la referida al análisis de los contenidos, principalmente, las propuestas de Martín Serrano. Habría que aclarar que casi todas las posiciones teóricas plantean el análisis de contenido como una técnica para decodificar las expresiones, sin embargo, habría diferencias entre las técnicas empleadas por tales consideraciones teóricas.

Si se menciona la técnica del análisis de los contenidos proveniente de la Escuela de Madrid se debe a que ésta es la corriente teórica que esta tesis sustenta y que, por tanto -para ser congruentes con el desarrollo de lo hasta aquí apuntado-, se debería emplear.

En una revisión, por somera que fuese, tanto de "La Teoría de la Mediación Social" o de "La Producción Social de la Comunicación", o de algunas otras obras de Martín Serrano, el lector podría darse cuenta de lo complejo y sistemático que es el análisis de los contenidos de las expresiones. Por ello, es fácil entender que la realización de un análisis de los contenidos de las expresiones de la cultura masiva por televisión en México implica un trabajo tan amplio como el que aquí se presenta.

Hasta este momento se ha expuesto una forma específica de concebir a la cultura masiva por televisión, principalmente en México, y se ha partido de premisas tales como la división de sistemas (cultural, social y comunicativo), los que a su vez se integran de una infraestructura, una estructura y una superestructura; asimismo, se ha podido plantear una metodología que permite abrir campos de estudio muy interesantes, no sólo desde una perspectiva teórica, sino inclusive empírica y praxeológica. Con esto, sin embargo, se ha definido muy concretamente que el estudio de lo que se dice por televisión referente a la cultura, es lo propiamente comunicativo.

Esto último sería lo denominado comunicación cultural: las expresiones que están enclavadas en referentes culturales, en los modelos generales que los grupos sociales (y por ende los individuos) emplean para dar explicaciones y explicarse a sí mismos el mundo, los fenómenos que ocurren en ese entorno para que las acciones de los hombres de un determinado grupo social tengan algún sentido significativo.

Se ha mencionado que una de las posibilidades de estudiar a la cultura masiva por televisión es el análisis de las expresiones, el qué y cómo

representan (superestructura), qué y cómo se producen (estructura), y en qué y cómo se materializan u objetivizan (infraestructura); esto es factible al analizar los contenidos de las expresiones con referente cultural, pero -como se ha comentado- realizar estos análisis representaría la elaboración de otro trabajo. En todo caso, esta tesis pretende formular una distinción y clasificación de algunos aspectos relacionados con la cultura, mas no intenta hacer los análisis concretos.

El lector podría pensar que entonces el ejercicio que se presenta es incompleto, o bien, que llegado el momento de "aterrizar" en lo propiamente comunicativo, no se plantea el análisis. Sin embargo, se considera que el propósito no es hacer el análisis de las expresiones culturales por la televisión mexicana, sino elaborar una serie de pautas teóricas y metodológicas que pudieran sustentar un trabajo propiamente analítico.

De esta manera, a continuación se presenta un proyecto de investigación con el cual se daría por terminado este trabajo, en la inteligencia de que la prueba que corroborara la pertinencia de la propuesta se deja para otro momento (*).

(*) El proyecto al que se hace referencia fue ya elaborado como proyecto de investigación para la realización de una Maestría en Comunicación Social, y aprobado por la Universidad correspondiente; con ello cabe la posibilidad de continuar por esta línea de trabajo y probar y enriquecer todos los planteamientos teóricos y metodológicos que en esta tesis se plantean.

PROPUESTA PARA EL ANALISIS DE LOS CONTENIDOS DE LA CULTURA MASIVA POR
TELEVISION EN MEXICO

PLANTEAMIENTO INICIAL

Al ser entendida como sistema, la cultura se plantea como el conjunto de elementos articulados de una manera específica en el que si bien éstos se presentan en interrelación con los elementos de otros sistemas, incluso a veces homologables, también se caracterizan por ser elementos diferenciados que establecen relaciones únicas a partir del propio sistema. Así, la cultura se nos presenta como un sistema con un conjunto de elementos que invariablemente se hallan en innumerables actividades humanas.

Para que los elementos de la cultura (los valores y representaciones que los hombres se hacen de su mundo social e individual) se relacionen con otros elementos de otros sistemas, se emplea como vehículo a la comunicación. Esta se manifiesta como el sistema interactuante por excelencia, siempre y cuando esa relación sea simbólica, y que por esta vía se relacione con otro "algo" que también sea sustituido por símbolos. Es claro entonces que tanto las cosas, fenómenos o hechos constituidos, que pueden ser reales o no, así como las mismas relaciones, pueden ser referidas en la comunicación.

Lo anterior permitiría justificar el empleo de la comunicación como intermediario entre "lo cultural" y "lo cognitivo", que pase necesariamente por "lo social". A esta forma de intermediar se le llama mediación comunicativa, quizás en un primer momento porque se coloca en medio de dos cosas, pero, por constituirse en el medio que materializa

los elementos culturales para que puedan ser significativos por otros hombres y grupos sociales, esa mediación modifica de alguna manera a esa cultura y también prefigura el tipo de representaciones que los hombres podrían hacerse de ese "algo cultural".

Lo escrito hasta aquí se constituye como una premisa de la que se puede inducir que:

- A. Lo cultural, lo social, lo comunicativo y lo cognitivo son fenómenos diferenciables, pero al mismo tiempo interrelacionados.
- B. Una de las interrelaciones que establecen es la comunicativa, es decir, aquella que sustituye con expresiones a lo que se relaciona, sea esto real o no.
- C. Las mediaciones que se hacen empleando la comunicación prefiguran las representaciones que los hombres se pueden hacer acerca de lo que se sustituye en las expresiones.

A nivel general puede comentarse que eso acontecería en cualquier grupo social, pero que en cada caso habría particularidades ya no referidas sólo a la cultura que se quiere estudiar, sino también a la superestructura de los sistemas involucrados, a la estructura e infraestructura de los mismos. Estas variables (superestructura, estructura e infraestructura de los sistemas) se constituyen como las primeras grandes líneas que marcarían el trazo de una investigación que tratará de:

1. Interpretar una cultura como la mexicana a partir de su despegue industrial, a través de las expresiones televisivas.
2. Proponer una interpretación mediacional que brindara posibilidades

para caracterizar el tipo de relaciones que existen entre la superestructura, estructura e infraestructura de las expresiones referidas a la cultura, en la televisión mexicana.

En esta medida, el análisis de los contenidos de las expresiones con referencia cultural, a través de la televisión, en un nivel superestructural tendría que abordar problemáticas tales como:

- a) Cómo se eliminan las diferencias y se concilia la diversidad social.
- b) Cómo se conciben las visiones estereotipadas y estables del nuevo mundo que tales expresiones televisivas plantean.
- c) Cuáles visiones se rescatan del grupo que controla en la emisión y con cuáles se identifican como grupo.
- d) Cuáles relaciones se establecen entre lo etnocéntrico y lo exocéntrico, y qué relaciones guardan con la producción/reproducción del grupo social.
- e) ¿Son las expresiones televisivas las que más armonía y estabilidad guardan con el sistema social, es decir, la televisión es el medio más estable para las representaciones del referente?
- f) Cuáles son los referentes culturales de la televisión mexicana.
- g) Cuáles son las formas narrativas de la televisión mexicana.
- h) ¿Los códigos empleados por la televisión dependen fundamentalmente de la capacidad tecnológica y ésta, en qué ha producido cambios?
- i) Con respecto a otras formas de expresión de la cultura de masas, ¿la televisión es vanguardista, o bien representa el área más tradicional?
- j) Cómo se valoran las temáticas televisivas.
- k) Cuáles relaciones guardan la resemantización del ser mexicano con las expresiones culturales de la televisión mexicana, de lo nacional o

de lo mexicano.

En el nivel estructural, el análisis de los contenidos podría considerar las siguientes perspectivas:

- a. Cómo se relacionan los productores, distribuidores y consumidores de las expresiones culturales.
- b. Cuáles son las correspondencias entre la producción de las expresiones televisivas con las formas de producción capitalista en México, a partir de 1950 a la fecha.
- c. ¿Existen diferencias en cuanto a la división social del trabajo en la forma de hacer televisión con respecto a otros medios?
- d. Qué tipo de relaciones se establecen entre la selección de acontecimientos culturales y los tiempos y espacios televisivos.
- e. Qué correspondencia guardan los roles, atributos y actuaciones asignados a los personajes televisivos con respecto a los agentes sociales de la producción, o bien de otras esferas como la sociopolítica.

En el nivel de la infraestructura, el análisis de los contenidos podría referirse a:

- a. Cómo la adquisición de aparatos televisivos y los productos y servicios anunciados por la televisión han modificado las representaciones culturales.
- b. Cómo el avance tecnológico en los soportes materiales tiene interrelaciones con la superestructura y estructura de las expresiones televisivas.

De todo lo anterior podría derivarse el siguiente esquema de trabajo:

INTRODUCCION

CAPITULO UNO: PREMISAS TEORICAS

- 1.1. Identificación de los elementos de los sistemas
 - 1.1.1. Elementos del sistema cultural
 - 1.1.2. Elementos del sistema social
 - 1.1.3. Elementos del sistema comunicativo
 - 1.1.4. Elementos del sistema cognitivo
- 1.2. Posibilidades de interrelación entre los sistemas
 - 1.2.1. Conjunto hipotético de interrelaciones entre los elementos de los sistemas
 - 1.2.2. Conjunto viable de interrelaciones entre los elementos de los sistemas
 - 1.2.3. Establecimiento de las interrelaciones que se pueden dar con intervención del sistema comunicativo (referencialidad cultural)
- 1.3. La comunicación
 - 1.3.1. La comunicación: una forma de apropiación del mundo cultural reafirmación de la existencia del individuo dentro de una sociedad con un sentido significativo
 - 1.3.2. La comunicación como sistema interactivo y prefigurativo de las representaciones de los entornos que rodean a los actores
 - 1.3.3. La comunicación, una instancia mediadora

CAPITULO DOS: PREMISAS SOCIALES

- 2.1. La superestructura del sistema social
 - 2.1.1. Caracterización de las instituciones políticas en México, a partir de 1950
 - 2.1.2. Características ideológicas de los diferentes sectores sociales en México, a partir de 1950
- 2.2. Las relaciones de producción
 - 2.2.1. Características de las relaciones sociales de producción en México, a partir de 1950
 - 2.2.2. Características de las relaciones técnicas de producción en México, a partir de 1950
- 2.3. La infraestructura del sistema social mexicano
 - 2.3.1. La incorporación tecnológica en los medios de producción en México, a partir de 1950
 - 2.3.2. Caracterización del crecimiento de la infraestructura en México, a partir de 1950
- 2.4. Interrelaciones de la infraestructura, superestructura y estructura del sistema social con la cultura masiva en México
 - 2.4.1. Afectaciones en el nivel superestructural
 - 2.4.2. Afectaciones en el nivel estructural
 - 2.4.3. Afectaciones en el nivel infraestructural

CAPITULO TRES: ANALISIS DE LAS EXPRESIONES TELEVISIVAS EN LA CULTURA MASIVA DE MEXICO

- 3.1. Superestructura
 - 3.1.1. La diversidad social en la televisión mexicana: representaciones de las diferencias y conciliación de intereses

- 3.1.2. Las visiones estereotipadas y estables del mundo social (a partir de 1950)
- 3.1.3. Las visiones del grupo con incidencia en la emisión y la identificación como grupo con tales visiones
- 3.1.4. Relaciones entre la estabilidad del mundo que representan las expresiones televisivas con la realidad social referida
- 3.1.5. Relaciones etnocéntricas y exocéntricas de las representaciones televisivas con las formas de producción/reproducción de la sociedad mexicana
- 3.1.6. Principales referentes culturales de la televisión mexicana
- 3.1.7. Principales formas narrativas de la televisión mexicana
- 3.1.8. Interrelación entre los códigos empleados por la televisión mexicana y los avances tecnológicos
- 3.1.9. Valoración de los referentes culturales de la televisión mexicana
- 3.1.10. Relaciones entre la resemantización del ser mexicano con las representaciones de lo nacional y mexicano de la televisión mexicana
- 3.1.11. Correspondencia entre los roles y funciones asignados a los personajes televisivos con los actores sociales en la esfera sociopolítica y cultural
- 3.2. Estructura
 - 3.2.1. Relaciones entre los productores, distribuidores y consumidores de las expresiones culturales de la televisión mexicana
 - 3.2.2. Correspondencia entre las formas de producción de las expresiones televisivas con la producción capitalista de México, a partir de 1950
 - 3.2.3. Especificidad de la división social del trabajo para la producción de expresiones culturales en la televisión mexicana
- 3.3. Infraestructura
 - 3.3.1. Relación entre la tecnología incorporada a los aparatos receptores y recepción de expresiones culturales por televisión
 - 3.3.2. Relación entre la tecnología incorporada a los soportes materiales de las expresiones culturales y las representaciones sobre los mismos

CONCLUSIONES

NOTAS

- (1) Lourdes Guerrero, "La felicidad no da ratings", en Activa, n. 27, p. 94.
- (2) Cfr. Michèlle Mattelart, La cultura de la opresión femenina.
- (3) Cfr. International Research Associates, "El videómetro de hogares y personas".
- (4) Carlos Monsiváis, "La ofensiva ideológica de la derecha", en México, hoy, p. 324.
- (5) Carlos Monsiváis, "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", en Cuadernos políticos n. 30, p.41.
- (6) J. de Jesús Nieto López, Diccionario histórico del México contemporáneo (1900-1982), p. 34.
- (7) Carlos Monsiváis, ob. cit., p. 41.
- (8). Cfr. Raúl Trejo Delarbre et al, Televisa, el quinto poder.
- (9) Carlos Monsiváis, ob. cit., p. 40.
- (10) Cfr. Agustín Porrás, "La población", en Historia de México, tomo 12.
- (11) Adolfo Gilly, "La acre resistencia a la opresión", en Cuadernos políticos, n. 30, p. 49.

CONCLUSIONES

Desde la integración plena de paradigmas de interpretación filosófica, la preocupación por definir lo cultural ha sido inquietud recurrente que se ha vinculado a una profunda necesidad humana de autoconocimiento. Esta perspectiva -que sitúa al hombre dentro de su dimensión de ser social-, también ha sido concepto clave en la búsqueda de una fórmula que interprete globalmente a la sociedad. De esta manera, al trascender las limitadas posibilidades del mero ejercicio intelectual, el nombre "cultura" ha sido utilizado como instrumento de opresión, de legitimación del poder hegemónico, como objeto mítico del desarrollo. Se ha identificado, además, como una herencia social que debe reivindicarse, e incluso, como aquello que permea todo lo existente.

Si bien estas definiciones -generadas por el avance en la teoría de la investigación social para responder a necesidades históricas y funcionales muy concretas- han contribuido ampliamente en la comprensión del universo social, muestran una marcada limitación en la estructuración de una condición básica para entender lo cultural: la organización sistemática de un modelo que detalle en el fondo todo aquello que integra a la cultura.

En esa dirección el presente trabajo ha pretendido recobrar esa posibilidad y en una primera aproximación al concepto, sustenta que sólo en la medida en que la cultura sea vista como un producto mediado, será factible su interpretación y análisis. Para ello se ha identificado a la cultura como un sistema (vista por tanto desde un enfoque sistémico) con elementos multideterminados y multideterminantes que interactúan entre sí; este sistema, que parte de la noción que considera a la cultura como el conjunto de

interpretaciones colectivas y/o individuales sobre un entorno o sobre los sucesos de ese entorno (que es representacional, de prácticas sociales y de expresiones), y que se transmite por medios naturales o artificiales, incluye asimismo los niveles superestructural, estructural e infraestructural.

De esta serie de conceptos explicados en su momento con amplitud, se concluye que lo cultural está sobredeterminado por lo histórico y que las interpretaciones culturales que se hacen sobre el entorno, se han realizado a través de diversos modelos culturales que han configurado desde siglos la vida social.

En una dinámica en la que los modelos culturales, se han desarrollado de manera compleja y contradictoria en un afán normativo de lograr la estabilidad del grupo social, el modelo del capitalismo monopólico, actual paradigma explicativo de la cultura, se ha caracterizado por ser creador y contexto de una interesante modalidad cultural: la cultura de masas.

En este momento cabría apuntar que al centrar nuestro análisis en la cultura de masas, resulta necesario advertir, antes que nada, que la llamada "cultura de masas" no es una entidad ajena a lo que los teóricos han dado en llamar simplemente "cultura"; es, fundamentalmente, una forma muy *ouí generis* de abordar lo cultural, un sistema de vida derivada de una lógica mercantil en la que la cultura se convierte en producto comercial susceptible de ser vendido a una sociedad ya masificada y ávida de consumir.

La "cultura" ha jugado un papel normativo y mediador muy importante en el logro de la estabilidad grupal desde que el hombre se asumió como ser social; ahora, la fórmula mediadora imperante es la que destaca al producto cultural que se ofrece a las masas a

través de múltiples vehículos (la televisión es quizá uno de los más importantes).

Por lo anterior, este trabajo de tesis ha establecido dentro de su lógica la necesidad de hablar de los conceptos de "cultura" y de analizar las interpretaciones que los hombres se han dado en los diversos periodos históricos.

Luego entonces, y situados en el interés de estructurar un modelo de interpretación de la cultura de masas televisiva en el contexto de nuestra realidad mexicana, concluimos -a partir del análisis sistémico explicado suficientemente en el tercer capítulo de esta investigación- que sobre las representaciones y cambios del entorno,

1) La reproducción de figuras estereotipadas y triviales, de normas represivas y la presentación de modelos de vida "ideales" que la televisión ha representado para vender responden a la pautas de la "modernización nacional", la cual considera al progreso y al avance tecnológico como fenómenos biunívocos y que mistifica el esquema capitalista al señalarlo como camino de desarrollo (los modelos representacionales sobre el entorno que la televisión maneja están condicionados por el mismo entorno).

2) Además de las nuevas formas de interpretación que ha creado a partir de la lógica de la tecnología, la televisión ha rescatado los elementos tradicionales con los que la sociedad mexicana se ha definido a sí misma. Así, es observable una interdependencia de la enculturización televisiva con los patrones subjetivos de quienes "hacen televisión" y de quienes "perciben la televisión".

3) En concordancia con el modelo capitalista que rompe con el parámetro de temporalidad basado en la fiesta pagano-religiosa de

las culturas tradicionales, la televisión se instala en una dinámica en la que el "tiempo libre" de los sujetos debe ser, por necesidad, tiempo redituable, estrechamente ligado a la razón productiva. De esta manera, el esparcimiento televisivo debe estar sujeto a la generación de ganancias a través de la venta de "tiempo", mientras que los receptores "descansan" (la televisión vende y difunde una posibilidad de pensar sobre una concepción de tiempo).

4) El modelo para pensar los cambios del acontecer que caracterizan a la cultura masiva por televisión en México se ha sustentado en el cambio operado en la transmisión del saber: a) de la visión omniabarcante, mágica, horizontal y "providencialista" hacia el universo que tenían las civilizaciones precapitalistas, se pasó a una vertical, autoritaria, institucionalizada y avalada "oficialmente", b) de las explicaciones mágicas se pasó a las explicaciones causales y científicas.

5) En sus representaciones sobre el entorno y en su mismo crecimiento infraestructural, la televisión manifiesta una clara tendencia sacralizadora de la tecnología. Asimismo, crea una memoria electrónica que niega las viejas fórmulas de convivencia y de organización fundada en el interés colectivo. La única posibilidad de desarrollo se cifra, entonces, en la exaltación del individualismo y consumo como las más viables expectativas de orden social.

Sobre lo que "se hace" culturalmente en el entorno y sobre los cambios de él, se destaca que:

1) La televisión ha recreado ampliamente la "nueva" forma de

referencias para significar y dar sentido a la vida privada, que caracteriza a la cultura masificada. De esta suerte, los acontecimientos de la vida privada de los hombres ya no se recuerdan a partir de la temporalidad festiva, sino que se "miden" a través de parámetros estables, abstractos y comunes: día, mes, año, horas, minutos... Así, los individuos dejan de ser tales y se convierten en hombres-masa homologables a otros, lo que alienta la constitución del mito de la igualdad social.

2) La televisión ha contribuido de manera importante a difundir masivamente la promesa consumista: mientras más mercancías logre adquirir, el hombre-masa se iguala a sus similares y con ello, llegará a vivir en una sociedad más homogénea, menos desigual e, incluso, más democrática. En esencia, el consumismo ofrece al hombre-masas la oportunidad de sentirse igual a otros sujetos que no pertenecen a su clase social.

3) Más que formularse como el resultado del desarrollo industrial del país, la industria cultural televisiva se presenta como una estructura que se hace solidaria con el desenvolvimiento de la realidad objetiva. Asimismo, la televisión como institución especializada en asuntos de interés público toma referentes de la cultura masiva, reproduce esa cultura e introduce en ella ciertas innovaciones.

4) Ante una situación de desarrollo industrial que hace cada vez más irreal el acercamiento de las masas hacia la naturaleza, la televisión se constituye en el espacio supremo de la ficción al sustituir la naturaleza real por una naturaleza de íconos que sugieren la evasión mediante imágenes.

5) Aun cuando la cultura masiva no es un producto exclusivo de los

medios de comunicación. lo cierto es que esta cultura ha encontrado en ellos su mejor forma de expresión y reproducción. De esta manera, la institución televisiva -elemento propio del sistema de comunicación, no del sistema social- produce expresiones a partir de la cultura masiva, a la vez que modifica tales referencias culturales.

Respecto a las mismas expresiones culturales provenientes de la televisión mexicana, este trabajo ha concluido que en éstas se ubica propiamente la parte que compete al estudio comunicativo. Sin embargo, no resulta fácil poder dilucidar qué de la cultura es comunicativo debido al carácter multirrelacionado del ámbito cultural. Por lo tanto esta tesis termina donde debe empezar, es decir, se ha podido deslindar y especificar el objeto de estudio de la que se podría llamar comunicación cultural.

La comunicación cultural está delimitada por las expresiones que hacen referencia al conjunto de interpretaciones colectivas y/o individuales que sirven para interpretar (dar sentido y valorar) el entorno y los cambios que suceden en ese entorno. Igualmente, tiene tres niveles que se relacionan entre sí: superestructural, estructural e infraestructural.

En la última parte del capítulo tercero se detallan algunas de las posibilidades de estudio que, de continuarse, darían cuenta de la comunicación cultural en México a través de la televisión. No se cree que con ello se diga todo, ya que, por el contrario, tal posibilidad de búsqueda implica un conocimiento más profundo de la situación del país, de la teoría social, de la cultura mexicana y de las normas que rigen a la televisión; por ello, es importante reconocer que este trabajo termina en donde debe comenzar.

Quizá lo más importante de la "aventura" de realizar esta tesis es reconocer con franqueza que para abordar el estudio de la cultura masiva por televisión, se requiere de un mayor bagaje de conocimientos que los que actualmente posee la autora; no obstante se considera que lo investigado, los resultados, la metodología y la teoría empleada pudieran resultar útiles en el ejercicio de comprender alguna de las facetas de lo mexicano.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno, T.W. y Horkheimer, M. "La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas", en *Sociedad y comunicación*, compilador James Curran y Janet Woollacott, México. F.C.E., 1982.
- Aguilar, Alonso, Carmona, Fernando et al. *El milagro mexicano México*, ed. Nuestro tiempo, 1973.
- Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1987.
- Benjamin, Walter. "El arte en la época de su reproducción mecánica". en *Sociedad y comunicación*, compilador James Curran y Janet Woollacott. México. F.C.E., 1981.
- Berenguer, Castellary, Buxó, Rey et al. *Sobre el concepto de cultura*, Textos de antropología, Barcelona, ed. Mitre, 1984.
- Burquelin, Olivier. *La comunicación de masas*, Barcelona, ATE, 1974.
- Cuadernos Políticos México*, ediciones Era, n. 30, octubre diciembre 1981.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados España*, edit. Lumen, 1984.
- Enzensberguer, H.M. "La industria manipuladora de las conciencias", en *Antología de ciencias de la comunicación* compilador J. de la Mora y R. Sánchez, México, D.F., C.C.H. Vallejo, UNAM, 1982.
- Fiestas de México México*, Panorama edit., 1987.
- Florescano, Enrique, González Casanova, Pablo et al. *México hoy*, México, siglo XXI, 1985.
- García Canclini, Néstor. *Arte popular y sociedad en América Latina, teorías estéticas y ensayos de transformación*, México, Grijalbo, 1977.
- García Canclini, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva imagen, 1982.
- Giménez, Gilberto. *Notas para una teoría de la comunicación popular*, Santiago de Chile, Rev. Christus, año 43, n. 517, dic. 1978.
- Hansen, Roger D. *La política del desarrollo mexicano México*, siglo XXI, 1985.

- Herrera, Héctor Juan. *La cultura a través del canal 8 de televisión, análisis de dos programas representativos*, Tesis profesional, México. UNAM-ENEP Acatlán, 1987.
- Historia de México* México. Salvat mexicana de ediciones. tomo 12. 1978.
- Khan, J.S. *El concepto de cultura, textos fundamentales*, Barcelona. Anagrama, 1975.
- Lombardi Satriani. L.M. *Antropología cultural, análisis de la cultura subalterna*, Buenos Aires. edit. Galerna, 1975.
- Margulis, Mario. *La cultura popular, arte, sociedad e ideología* México, Comunicación y clases sociales. año 5. n.2. 1977.
- Mattelart, Armand y Michéle. *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*, México. siglo XXI, 1981.
- Mattelart, Michéle. *La cultura de la opresión femenina*, México. Serie popular Era, 1977.
- México te da a escoger: arte popular*. México. Fonart. SEP, Secretaría de Turismo. 1983.
- Nethol, Ana María y Piccini, Mabel. *Introducción a la pedagogía de la comunicación* México, Terranova, UAM Xochimilco, 1984.
- Nieto López, J. de Jesús. *Diccionario histórico del México contemporáneo 1900-1982*, México, Alhambra Mexicana, 1986.
- Fasquall, Antonio. *Comunicación y cultura de masas*, Caracas. Monte Avila edit., 1977.
- Paul, Alan. *El sitio de Hacondo y el eje Toronto-Buenos Aires*, México. F.C.E., 1982.
- Rosales Ayala, Silvano H. *Topito arte acá, una interpretación desde la sociología de la cultura*, Tesis profesional, México. UNAM-ENEP Acatlán, 1984.
- Serrano, Manuel Martín. *La mediación social*, Madrid, Akal editor, 1978.
- Serrano, Manuel Martín. *La producción social de la comunicación*, Madrid, Alianza editorial, 1985.
- Sucholdoski, Bogdan. *La educación humana del hombre*, Barcelona LAIA. 1979.

Swingewood, Alan. *El mito de la cultura de masas*, México. Premio editora. la red de Jonás, 1987.

Trejo, Delarbre. Raúl et al. *Televisa el quinto poder*, México, Claves latinoamericanas. 1987.

El videómetro de hogares y personas, International Research Associates, México, D.F., julio 1980.