

COLECCIÓN  
Luis Beltrán Prieto Figueroa

26

Eduardo Aranguibel Debrot

# Contrapunteo Cultural



Fondo Editorial Ipasme



COMANDANTE HUGO RAFAEL CHÁVEZ FRÍAS (†)  
LÍDER SUPREMO DE LA REVOLUCIÓN

**Nicolás Maduro Moros**

Presidente de la República Bolivariana de Venezuela

**Lic. Jorge Arreaza**

Vicepresidente Ejecutivo de la República Bolivariana de Venezuela

**Maryann Hanson**

Ministra del Poder Popular para la Educación

**Junta Administradora del Ipasme**

**Lic. Silfredo Zambrano**

Presidente

**Lic. Noris Coromoto Figueroa Bastidas**

Vicepresidenta

**Prof. Pedro Miguel Sampson Williams**

Secretario

**Fondo Editorial Ipasme**

**Diógenes Carrillo**

Presidente

COLECCIÓN  
Luis Beltrán Prieto Figueroa  
26

**Eduardo Aranguibel Debrot**

# Contrapunteo Cultural

RESPUESTA AL INTENTO DE HOMOGENEIZACIÓN  
POR PARTE DE LOS EMPORIOS MEDIÁTICOS



Fondo Editorial Ipasme



Contrapunteo Cultural

***Eduardo Aranguibel Debrot***

Deposito Legal: lf65120138001986

ISBN: 978-980-401-189-4

Montaje y Producción: **Luis Durán**

**FONDO EDITORIAL IPASME**

Locales Ipasme, final calle Chile con Av. Presidente Medina

(Av. Victoria) Urbanización Las Acacias

Municipio Bolivariano Libertador, Caracas.

Distrito Capital, República Bolivariana de Venezuela.

Apartado Postal: 1040

Teléfonos: 0058.212.6335330

Fax: 0058.212.6329765

# ÍNDICE

PRÓLOGO .....	7
<b>1. DE LA DESIGUALDAD SOCIAL A LA DESIGUALDAD CULTURAL .....</b>	<b>15</b>
- Trabajo y cultura .....	24
<b>2. EVOLUCIÓN DE LA CULTURA .....</b>	<b>31</b>
- I Salvajismo .....	32
- II Barbarie.....	40
- III Civilización .....	46
<b>3. CONQUISTA DE LA DESIGUALDAD CULTURAL .....</b>	<b>53</b>
- El Dorado y el Potosí.....	61
- Desarrollo cultural moderno en Europa.....	68
- El poder del capital .....	76
<b>4. LOS DUEÑOS DE LA COMUNICACIÓN .....</b>	<b>99</b>
El “ <i>Top Ten</i> ”.....	106
- AOL/Time Warner, Inc.....	107
- General Electric.....	109
- Gannett Company, Inc.....	111
- News Corporation.....	112

- Viacom .....	115
- Walt Disney Company.....	116
- Vivendi Universal.....	120
- The New York Times Company.....	121
- The McClatchy Company.....	123
- The Washington Post Company.....	123
- Dominio sobre el medio criollo.....	124
<b>5. CONTRAPUNTEO CULTURAL.....</b>	<b>133</b>
- Todas las voces.....	144
- El Estado de la mayoría .....	154
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>176</b>

## PRÓLOGO

Esta tesis sabe que estamos ante el desafío colectivo de construir un programa revolucionario y socialista en los campos teóricos y prácticos donde se vinculan, indisolublemente, la cultura, la identidad y la comunicación. Sabe que estamos ante la exigencia, objetiva y subjetiva, de los pueblos por emanciparse del fardo oscurantista burgués que ahoga el pensamiento y acción de los pueblos bajo el peso de la ideología de la clase dominante. Sabe, bien que lo sabe, que estamos ante el reto histórico y científico de radicalizar la “batalla de las ideas” en el marco de la lucha de clases y de la emancipación económica que dará base a una identidad, comunicación y cultura superadoras del estado prehistórico en que la humanidad se encuentra atrapada bajo el capitalismo.

Esta tesis abraza su responsabilidad científica con un compromiso de lucha que enriquece su carácter de herramienta teórica con la, todavía infrecuente en muchas tesis, asunción de compromisos éticos revolucionarios. Eso la pone en ventaja al tiempo que la compromete ante su propia historia porque estará obligada a llevar a la acción respuestas sobre lo que descubre en su fase de análisis. No podrá contentarse con observar y deberá rendir cuentas en la responsabilidad de transformar. Eso, dígame lo que se diga, es una oportunidad de vanguardia para una tesis que en nada anhela anclarse en formalismos academicistas decoradores de vanidades u oportunismos. La historia será su demandante primordial.

Hay que desentrañar constantemente el tráfico ideológico que se verifica, sin cesar, con ayuda de los aparatos de guerra psicológica burgueses. Tarea necesaria, aunque ingente e insalubre, que además de necesaria es interminable. En tal tarea se inscribe este trabajo que no disfraza sus compromisos científicos porque queda claro que los entiende como acción política indispensable. Es una lucha que, en última instancia, para nuestro interés es hoy la definición de identidad que más nos importa.

Se trata de una responsabilidad que debemos asumir a toda costa contra el espectáculo de intoxicación ideológica, impúdico e impune, que el capitalismo despliega ante nuestras narices. No importa qué tan insistentes parezcamos, no importa que algunas veces seamos repetitivos, no importa si algunos creen que es de “mal gusto” insistir en la denuncia contra las ofensivas ideológicas burguesas. No importa. El problema es de tal envergadura, a lo ancho, a lo largo y a lo profundo de las relaciones sociales que, incluso en su conjunto, los esfuerzos que hoy se hacen parecen siempre pocos, superficiales y efímeros. Tenemos una gran tarea por delante.

Las presiones permanentes que el capitalismo ejerce contra los pueblos encontraron, en los mass media, modos tecnológicamente desarrollados que muy pronto dejaron de contentarse con ser aparatos de control para especializarse en ser máquinas o púlpitos nuevos para la inoculación de miedos, disciplinadores psicológicos, sistemas adictivos para amaestrar gustos, preferencias y consumos... y especialmente púlpitos de una nueva religión infiltrada en casa capaz, si nos descuidamos, de hacernos agradecer todo

aquello que más mal nos hace, es decir, el colmo de la esclavitud más patológica. Y todo, además, mientras operan como hipnóticos funcionan como negocio. Negocio redondo. Y algunos creen que exageramos, ¿no?

Es, relativamente, sencillo elaborar listas de efectos perniciosos ocasionados a la humanidad por las máquinas de guerra ideológica burguesas; lo difícil es desentrañar sus redes y sus mercancías más peligrosas para exponerlos mientras se impulsa el ascenso de la conciencia y nos entrenamos para ofrecer no sólo resistencia sino combate de vanguardia. He ahí el desafío más grande. Todos tenemos en eso una responsabilidad que asumir. Es una asignatura ética irrenunciable.

Y entre las más urgentes tareas en el estudio, denuncia y transformación de la aplastante realidad oligarca en materia de comunicación, es de urgencia suprema romper con todos los fetichismos. Incluido el fetichismo del objeto de estudio. Detrás de todas las apariencias que nos exhibe la parafernalia empresarial y el *glamour* de los monopolios está un campo de guerra con tensiones de intereses burgueses que, por decir lo menos, combaten con las reglas más desalmadas y criminales. No nos hagamos ilusiones, estamos hablando del terreno donde luchan entre sí los fabricantes de la ideología dominante. El mismísimo infierno. No lo hermoseeemos con fetiches científicistas.

Tiene la más profunda importancia investigar, científicamente, el parque jurásico de los monopolios mediáticos, precisamente porque en él se incuban los modelos más atentatorios contra la libertad

de conciencia de los pueblos. Tiene sentido generar tesis y tratados exhaustivamente, comprometidamente con la denuncia y en especial con propuestas para la acción transformadora que supere los empirismos y los escapismos ideológicos. Tiene sentido porque es urgente y es importante, porque es prioritario y porque es una responsabilidad de tipo ético. Nada más y nada menos.

Pero la virtud fundamental de todo trabajo de investigación, que alcanza incluso carácter de denuncia, es arrojar saldos organizativos desde las bases. Esa es, al menos, una exigencia ética de nueva necesidad nacida de la crisis generalizada e irreversible del capitalismo y, especialmente, de la urgencia inexcusable de que la ciencia tome lugares cada vez más comprometidos con la emancipación de la humanidad.

Es que en sus bases, como en sus objetivos, la ciencia, especialmente la que toma los procesos comunicacionales como su objeto de estudio, necesita mantener en desarrollo una ética rigurosa e inescusable en contra de toda ecuación escapista que da por supuestos preceptos ambiguos o suposiciones puramente filantrópicas. El problema ético no es un asunto menor ni un campo de “buenas voluntades” donde sacamos a pasear nuestros espiritas caritativos. El riesgo que la humanidad atraviesa tiene a empeorarse entre tendencias monopólicas, multiplicación de fanatismos bélicos y fundamentalismos de la ideología de la clase dominante. Ese es uno de los ejes duros en este trabajo.

La crisis del capitalismo, que se prolonga ya demasiado en el tiempo y en sus estragos contra la humanidad es, además de un

repertorio abrumador de amenazas, un espejo crudo de nuestras debilidades y asignaturas pendientes. Estamos obligados a pensar en términos de defensa y en términos de ofensiva contra un modo de producción que exhibe permanentemente fuerzas depredadoras cuya irracionalidad y odio de clase parecen no tener fin ni límites. No podemos pensar sólo en términos de supervivencia cuando es la inmensa mayoría de los seres humanos la que es sometida, de pensamiento, palabra y obra, por la barbarie y la irracionalidad. Es imprescindible garantizar tareas organizativas, de movilización y de ascenso de la conciencia en las que el concurso de producciones teóricas no se contente con la descripción de las monstruosidades burguesas y sí, además, avancen decididamente en el objetivo de sumar fuerzas a las fuerzas revolucionarias del proletariado. Digámoslo muchas veces: es en la Revolución Socialista donde puede y debe ser identificado, por aproximaciones sucesivas y dialécticamente, el problema nuclear (y sus soluciones transicionales) de la triada identidad, comunicación y cultura.

No hay tiempo que perder. La meticulosidad académica debe reconducir su espíritu (y sus “para qué”) al calor de la lucha revolucionaria de los pueblos hasta identificar ahí su nueva identidad. Ante las urgencias históricas, ante la destrucción imperialista, bélica a mansalva, ante las operaciones de guerra psicológica contra los pueblos y sus riquezas naturales, casi cualquier otra posición parece torpe, inútil. Guardados todo los respetos pertinentes y las salvedades canónicas. No hay tiempo que perder porque hay un futuro que ganar.

La realidad impone cambios profundos en los paradigmas científicos dominantes. Por eso es que al trabajo científico y académico le es indispensable no rehuir ni su compromiso político ni la declaración precisa de los intereses a los que sirve. Eso también devela cómo se han desplegado y deslizado los productos burgueses de la identidad, la comunicación y la cultura y en qué estado está el combate revolucionario contra sus muy diversas hegemonías. No hay escapatoria por más puristas o “incontaminados” que se crean algunos.

Insistamos. Por ejemplo, si es la construcción de la “unidad” del proletariado la consigna que abre las puertas a la transformación revolucionaria del mundo, como lo planteó Marx en el *Manifiesto Comunista*, esa “unidad” nos da principios nuevos de identidad contra un mundo donde reina el individualismo y la atomización (matrices terribles que nos han llevado incluso a los peores escenarios bélicos). Estamos por ver cómo seremos cuando resolvamos el problema de la “unidad”. Está por descubrirse una nueva psicología y una conducta social nueva en una era colaborativa que, hasta hoy, no hemos podido conocer en su mejor expresión victimados por un mundo cercenado y tasajeado por los intereses de los latifundistas, los banqueros, los empresarios y los clérigos. En torno a esa identidad de la “unidad” los conceptos de comunicación y de cultura deben experimentar cambios radicales en sus paradigmas y, necesariamente, formas intelectuales y prácticas distintas para su interacción.

Imaginemos. Una realidad social transformada, en la que la dictadura de la mercancía no sea el peso único reinante para modelar discursos, en una organización social donde el mandato supremo para la comunicación no sea domesticar la conciencia de los pueblos para la servidumbre y al servicio del consumismo... inmediatamente quedará claro el trabajo supremo de emplear cada herramienta comunicacional en las infinitas y extraordinarias tareas de organizarnos para transformarnos plenamente... en cuerpo y alma.

Es hora de pensar el concepto *cultura* separado de todo el conservadurismo burgués, como una producción social capaz de garantizarnos la dialéctica de los cambios, objetivos y subjetivos, que la historia demandará a cada paso. Una idea de *cultura* tributaria de la Revolución donde *identidad* y *comunicación* simplemente en poco o nada se parecerán a lo que hoy se impone como templos ideológicos inamovibles. Ese es el desafío de la imaginación y de la ciencia. Tarde o temprano entenderemos que el contrapunto necesario y urgente, contra la identidad, la cultura y la comunicación de la clase dominante, es la Revolución Socialista... y mundial.

***Fernando Buen Abad Domínguez***



## **1. DE LA DESIGUALDAD SOCIAL A LA DESIGUALDAD CULTURAL**

Las formas de expresión cultural, tanto en Venezuela como en los demás países que en algún momento formaron parte, o que aún forman parte, de la periferia del capital, se ven seriamente amenazadas por la manera en que ese sistema plantea la comunicación masiva. Bajo esa concepción, una serie de valores, una determinada creencia, una visión para entender el mundo y el entorno social, se imponen, directa o indirectamente, a la hora de la difusión; algo alarmante debido a que la historia ha demostrado que la comunicación ha sido la principal herramienta que ha tenido la cultura para ser difundida y perdurar a lo largo del tiempo (Castells, 2005; Toffler, 1980).

La identidad nacional tiene su fundamento en la retórica y la narración; es precisamente a través de ellas como perduran los bailes típicos, los platos tradicionales, las formas de expresión, la historia en general de una nación, que se construyen y recrean históricamente, en tanto producto del intercambio cultural asimétrico (Montero, 2004).

Esa identidad cultural, y por lo tanto la comunicación, no es estática; al contrario, es un elemento que tiene vida a través de procesos dialécticos, en donde las circunstancias, las formas de trabajo y las modificaciones que puedan ocurrir de manera general en la socie-

dad influyen en gran medida. Por eso, entender la comunicación es tener en cuenta que consiste en un modo de intercambio, el intercambio superior entre seres humanos, que permite las relaciones dentro de una comunidad a través del hacer común significados y formas para dar vida a la dinámica social, pero, a su vez, que el contenido y los sistemas de comunicación han estado siempre determinados por los modelos de desarrollo económico y social:

*La comunicación es obra humana definible sólo por su práctica social concreta. Es necesidad objetiva y subjetiva en práctica de exteriorización constante sometida siempre a determinaciones de lugar, tiempo y clase social que la definen dinámicamente asignándole un papel histórico concreto. Ni ángel ni demonio, ni Dios por sí misma. En muchos sentidos comunicación es obediencia de intereses. De todo tipo. Jamás es inocente. Es imposible e invalidable cualquier definición de comunicación que no tenga base económica objetiva (Buen Abad, 2006, p. 109).*

La reflexión de Fernando Buen Abad permite entender que, al igual que en cualquier otro proceso histórico, la comunicación en sí no es ni mala ni buena. Para llegar a una conclusión es necesario identificar, bajo la fase del capitalismo conocida como globalización, de qué forma se utiliza, en función de qué intereses y si se lleva a cabo para beneficio de la mayoría de la población o sólo para enriquecer a una minoría de la sociedad. Por ello,

*Comunicarse es un acontecimiento social exigente, donde los sujetos de la comunicación disponen de ideas, medios, modos, estados de ánimo, relaciones sociales en condiciones de equidad, simultaneidad, compatibilidad. Cada sujeto de la acción comunicativa debe contar con todos los*

*recursos para librar el intercambio en condiciones justas y libres, legales y legítimas, objetivas y subjetivas. Comunes, pues (Ibídem, p. 114).*

Es importante insistir en el hecho de que como proceso que se desarrolla en ciertas condiciones, sus modos, medios, influencias y las distintas habilidades para ejecutarla se encuentran en constante cambio, reinención y perfeccionamiento, como todo proceso social. Esas alteraciones van a incidir en las bases de la identidad cultural de una sociedad. Al respecto, García Canclini (1995) señala un elemento fundamental:

*La identidad es una construcción que se relata... La radio y el cine contribuyeron en la primera mitad de este siglo (siglo XX) a organizar los relatos de la identidad y el sentido ciudadano en las sociedades nacionales. Agregaron a las epopeyas de los héroes y los grandes acontecimientos colectivos la crónica de las peripecias cotidianas: los hábitos y los gustos comunes, los modos de hablar y vestir, que diferenciaban a unos pueblos de otros (p. 123).*

A pesar de las inevitables variaciones que puedan tener las tradiciones culturales en un país, la idea de los hábitos que diferencian a unos pueblos de otros, lejos de plantear como argumento una división entre naciones, promueve la existencia de diversas culturas en todo el mundo. La definición clásica de cultura, profundizada por Comte, Weber y Durkheim, entre otros, tenía un sentido amplio, refiriéndose a una cultura normativa a nivel mundial, con conductas, creencias y determinados valores universales. Aunque hayan elementos y anhelos comunes entre las distintas tradiciones que

puedan existir globalmente, desde finales del siglo XIX, diversos autores profundizaron en la idea de que, filosóficamente, se puede hablar de las culturas, algo explicado por Federico Engels (2011) como la consecuencia de distintos entornos naturales y diversas formas de llevar a cabo el trabajo, ampliando así el concepto para dar cabida a distintas formas de relación cultural. En ese sentido, Astrain (2003) resalta que:

*El modelo contemporáneo de cultura (que yo situaría desde la década de los 40 hasta la actualidad) considera que no es posible pensar la cultura sino las culturas, de forma que se insiste en que ellas están formadas por conjuntos heterogéneos, tensionados y diversificados, de sistemas semióticos y prácticos que se entrecruzan y mezclan.*

Hablar de las culturas significa, entonces, asumir la existencia de identidades propias, compuestas por raíces históricas particulares, formas de relación, tipos de trabajo, maneras de comunicarse, modalidades de comunicación, entre otros. Sin embargo, el concepto de identidad cultural lleva consigo un debate propio:

*¿Identidad significa que uno es igual a uno, o, acaso, que uno es igual a otros? ¿En qué? ¿cómo?... ¿Qué identidad damos a la identidad en sociedades fragmentadas donde la miseria hace fetiches de sí misma, donde reina la demagogia, la ambigüedad, la atomización y la devastación?... En una sociedad dividida en clases la identidad de los grupos está dividida en clases. Se trata de una distinción entre identidades diametralmente opuestas y antagónicas que exige eludir toda ambigüedad y/o eclecticismo (Buen Abad, 2006, p. 143).*

Asumir la identidad cultural únicamente desde el ámbito del Estado-Nación es una consecuencia directa de la organización de los países con base en esa figura, aunque la realidad es mucho más compleja. La diferenciación de la sociedad en clases sociales genera formas de relación particulares a cada grupo social; incluso puede haber mayor identificación cultural entre dos individuos de una misma clase social de dos países distintos, que entre individuos de una misma nación pero provenientes de diversas clases sociales. Eso hace que el estudio de la cultura en el capitalismo sea algo tan complejo de asumir y de transformar.

Históricamente, a la antropología le correspondió el rol de estudiar a plenitud el tema cultural, pero la realidad actual exige mucho más que los conocimientos de una sola ciencia en particular para explicar y entender el entorno social (Mantecon, 1993). En este orden de ideas, García Canclini (1995) afirma que:

*Si la antropología, la ciencia social que más estudió la formación de identidades, encuentra hoy difícil ocuparse de la transnacionalización y la globalización, es por el hábito de considerar a los miembros de una sociedad como pertenecientes a una sola cultura homogénea y teniendo por lo tanto una única identidad distintiva y coherente. Esa visión singular y unificada, que consagraron tanto las etnografías clásicas como muchos museos nacionales organizados por antropólogos, es poco capaz de captar situaciones de interculturalidad (p. 125).*

Casi un siglo atrás, Engels hizo referencia a esta dificultad en su Dialéctica de la naturaleza:

*La investigación empírica de la naturaleza ha acumulado una masa tan gigantesca de conocimientos de orden positivo, que la necesidad de ordenarlos sistemáticamente y ateniéndose a sus nexos internos, dentro de cada campo de investigación constituye una exigencia sencillamente imperativa e irrefutable. Y no menos lo es la necesidad de establecer la debida conexión entre los diversos campos de conocimiento. Pero, al tratar de hacer esto, las ciencias naturales se desplazan al campo teórico, donde fracasan los métodos empíricos y donde sólo el pensamiento teórico puede conducir a algo. Ahora bien, el pensamiento teórico sólo es un don natural en lo que a la capacidad se refiere. Esta capacidad tiene que ser cultivada y desarrollada; y, hasta hoy, no existe otro medio para su cultivo y desarrollo que el estudio de la historia de la filosofía (2011, pp. 195-196).*

No solamente se necesita asumir distintas ramas de la ciencia para el estudio cultural, sino asumir que, para bien o para mal, el proceso del capital ha creado hibridaciones culturales entre los grupos sociales de todo el mundo, así como una reelaboración de ciertas identidades culturales que responde a la lógica de dominación inherente al capitalismo. En esas hibridaciones y cambios en el ámbito de la cultura de los pueblos es donde radica el principal peligro contra la esencia que les da vida y los elementos claves que los distinguen unos de otros: su memoria histórica fundamental.

La identidad cultural varía con las épocas históricas, debido a que ésta se encuentra íntimamente ligada a condiciones históricas que la van transformando, moldeando a nuevas condiciones, nuevas formas de pensar y de entender la realidad. No obstante, existen

unos ciertos principios y unas ciertas formas culturales que se han mantenido con algunas variaciones a lo largo del tiempo, a pesar del proceso de globalización y de las condiciones históricas.

Son esos mismos elementos que aún radican en la cultura del pueblo los que se encuentran amenazados por la inmensa cantidad de contenido comunicacional proveniente de naciones que constituyen los centros desde los cuales se generan las estrategias para emprender procesos de homogeneización cultural, cuyo único objetivo es la producción y reproducción del capital, aun a costa de exterminar culturas enteras.

Hoy más que nunca se hace necesaria una reflexión permanente en este sentido, especialmente entre los comunicadores del siglo XXI provenientes de los países afectados. Lamentablemente, en el aspecto académico e intelectual en general, los espacios de confrontación de ideas sobre este y otros temas de interés, quedan opacados ante el debate acerca de las posibilidades de los nuevos medios en el marco de la era de la información. Barreto (2006) destaca que:

*Hoy, la visión dominante que gobierna la investigación sobre la comunicación mira mal todo aquello que no esté referido a 'las potencialidades de los nuevos medios', dejando de lado toda discusión que pretenda asegurarse un espacio de confrontación en torno a problemas como la naturaleza del lenguaje, los intercambios simbólicos, el comercio y la economía de las relaciones lingüísticas, y, en fin, un sin número de caminos dilemáticos que intentan profundizar la reflexión (p. 126).*

La dimensión de la problemática adquiere mayor tamaño cuando se entiende que lo que antes se difundía en museos históricos, eventos comunitarios, obras de recreación locales, hoy tiene como principales herramientas de expansión a los grandes medios de comunicación en sus más variadas y diversas formas (Buen Abad, 2006). Es importante resaltar que este proceso de difusión y la utilización de tales herramientas modernas, lejos de contribuir a la expresión cultural de todas las naciones por igual, ha traído una amenaza para los países periféricos: la construcción de su identidad cultural con base en cosmovisiones foráneas derivadas de los centros capitalistas de dominación cultural, proceso que se ve favorecido por el uso y la difusión desigual de contenido a nivel mundial, en el llamado proceso de globalización del capital. Siguiendo a Ramonet (1992), es pertinente destacar que:

*El desarrollo actual de la informática y sus implicaciones en el campo general de la comunicación, constituye uno de los grandes acontecimientos de ruptura social en la historia de la humanidad. Inaugura una revolución radical comparable a la revolución industrial; de hecho, la magnitud de esta nueva revolución es muy superior, puesto que se sitúa concretamente en el punto de intersección de cuatro transformaciones convergentes: social, económica, técnica y cultural (p. 141).*

El proceso capitalista de globalización, el dominio y el posicionamiento de las grandes empresas transnacionales sobre los mercados de todo el mundo, jamás hubiese sido posible sin los medios de comunicación como principal herramienta; de hecho “la globalización se encuentra montada en buena medida en el desarrollo de los

medios de comunicación: así como en el siglo pasado el telégrafo, la fotografía y el cinematógrafo aproximaron los continentes e intensificaron el intercambio de las imágenes, en la actualidad los satélites de comunicación hacen posible el desenvolvimiento de cadenas televisivas planetarias” (Mantecon, 1993).

Quienes se oponen a la actual lógica de globalización de los medios de comunicación, entendida en términos de producción y reproducción del capital, no niegan la necesidad del avance tecnológico, sobre todo cuando los avances sociales deben ir de la mano, para alcanzar sus objetivos, de avances en el ámbito de la tecnología y, de manera particular, en los modos y medios para difundir información y promover conocimiento, algo que se encuentra en permanente perfeccionamiento con el pasar del tiempo.

La problemática no radica, por lo tanto, en el cine, la televisión, Internet o la radio en sí; tampoco en la creación de nuevas formas de comunicación e interacción a nivel global, sino en colocar tales avances en función de un muy reducido grupo de compañías, familias e incluso personas y no al servicio de la humanidad. Al percibir la inmensa cantidad de pobreza y miseria que, lamentablemente, aún existe en gran parte del mundo, se hace evidente la necesidad de repensar el uso de la tecnología y de la comunicación para ayudar a mejorar las condiciones de vida de muchos. Ello supone, a su vez, una reflexión con respecto a las maneras en que se puede avanzar hacia una sociedad sin clases y cómo alcanzar una verdadera democracia, basada en la inclusión y la

igualdad. Touraine relaciona esos temas con la desigualdad en el ámbito de la comunicación, destacando que:

*el debilitamiento de las diferencias y la comunicación intercultural en las sociedades modernas complejas obedece también a que en ellas no existe una relación social que no entrañe una dimensión jerárquica. Ya se hable de empleadores y asalariados, ricos y pobres, adultos y niños, instruidos e iletrados, siempre se hace referencia a una riqueza, un poder o una influencia desigualmente distribuidos (1997, p. 181).*

## **Trabajo y cultura**

Relacionar la desigualdad cultural con la desigualdad social parte del hecho de que la cultura está determinada por el trabajo, las relaciones de producción y las condiciones materiales de vida. En ese sentido, se puede afirmar que la desigualdad social engendra desigualdad cultural. Más allá de las particularidades naturales de cada región como elemento fundamental para desarrollar productos artificiales distintos entre continentes (Engels, 2007), la creación y difusión de una única cultura en todo el mundo, en el momento histórico del capitalismo, está íntimamente ligada a la desigualdad social que ese sistema engendra. Jamás será igual la concepción que puede tener sobre el mundo un niño africano hambriento a la de un niño de una familia real europea; de igual manera, jamás serán iguales los aportes culturales y las reflexiones intelectuales que de ellos surjan, más allá de los juicios de valor que puedan hacerse.

Para entender ese proceso y su impacto sobre la cultura, habría que preguntarse: ¿Siempre ha habido en la historia del ser humano distinciones de clase social en las formaciones económicas y sociopolíticas? ¿Existió siempre la conocida, y lamentablemente habitual, brecha entre ricos y pobres? Evidentemente que no. Incluso, “cuanto más lejos nos remontamos en la historia, tanto más aparece el individuo —y por consiguiente también el individuo productor— como dependiente y formando parte de un todo mayor” (Marx, 1857, 1977). Es decir, mientras más hacia el pasado se viaja en la historia de la humanidad, se encuentran formas de desenvolvimiento cada vez más ligadas a objetivos colectivos:

*Según Aristóteles, no siempre había sido así la sociedad (desigual), “porque los miembros de la primitiva familia solían compartir o participar de comodidades que eran todas propias suyas”. Es decir, al principio se trataba de una economía de tipo familiar, que Aristóteles llamó “natural”, —Más adelante aparece el trueque (“como hacen aún hoy algunas tribus bárbaras”, ibídem), pero sin destruir la economía natural, pues “no van más allá de intercambiar sus comodidades actuales por comodidades actuales; por ejemplo dando y tomando vino por grano’ (Ibídem). “El intercambio de esta clase, por tanto, no es contrario a la naturaleza. . . ya que existió para la satisfacción de la autosuficiencia natural” (Ibidem) (Correas, 1976, p. 133).*

Se hace necesario un estudio de la historia de la humanidad para comprender a plenitud las causas y consecuencias de la desigualdad cultural. Para ello la filosofía es una herramienta fundamental debido a que permite entender de un modo particular el univer-

so, el mundo, las relaciones humanas y el papel del individuo en una determinada formación socioeconómica. Esos conocimientos filosóficos, junto a una acertada y profunda metodología científica, son los que permiten al ser humano asumir una posición bien fundamentada frente a los acontecimientos, como lo aseguraba el filósofo griego Aristóteles:

*Establezcamos que las disposiciones por las cuales el alma posee la verdad cuando afirma o niega algo son cinco, a saber, el arte, la ciencia, la prudencia, la sabiduría y el intelecto; pues uno puede engañarse con la suposición y con la opinión (2005).*

Sin embargo, no existe una única manera de interpretar la historia. En las diversas disputas que se han realizado en los últimos siglos entre corrientes filosóficas por demostrar la veracidad de sus planteamientos, resalta el debate entre la concepción materialista y la concepción idealista. Carlos Marx y Federico Engels (2011), plantearon su concepción del materialismo en los siguientes términos:

*Los hombres son los productores de sus representaciones, de sus ideas, etc., pero los hombres son reales y actuantes, tal y como se hallan condicionados por un determinado desarrollo de sus fuerzas productivas y por el intercambio que a él corresponde, hasta llegar a sus formaciones más amplias. La conciencia no puede ser nunca otra cosa que el ser consciente, y el ser de los hombres es su proceso de vida real... La producción de las ideas y representaciones, de la conciencia, aparece al principio directamente entrelazada con la actividad material y el comercio material de los hombres, como el lenguaje de la vida real... lo mismo ocurre con la producción espiritual, tal y como se manifies-*

*ta en el lenguaje de la política, de las leyes, de la moral, de la religión, de la metafísica, etc., de un pueblo (pp. 24-25).*

Para los autores revolucionarios, el análisis del ser humano y de sus relaciones e interacciones con otros no debe partir del ámbito de las ideas, de la manera en la que estos se imaginan, se piensan o se representan a sí mismos; sino del desenvolvimiento en la vida real y material, siendo los factores ideológicos en el hombre y la mujer un “eco” de este proceso que los determina (Marx, 2011). Para ellos, cualquier forma de conciencia, incluyendo la religión y la moral, es dependiente; no son factores aislados, ajenos o con historia propia, sino que la producción material del ser humano produce a su vez determinadas ideas; al cambiar las formas de producción, inevitablemente cambian los pensamientos de una sociedad. Marx y Engels (2011) agregaron que:

*No es la conciencia la que determina la vida, sino la vida la que determina la conciencia. Desde el primer punto de vista, se parte de la conciencia como del individuo viviente; desde el segundo punto de vista, que es el que corresponde a la vida real, se parte del mismo individuo real viviente y se considera la conciencia solamente como su conciencia (p. 25).*

Asumir la revisión de la evolución humana (y con ello del concepto de cultura) desde este punto de vista, supone un viraje con respecto a autores que a lo largo de los años han intentado presentar la cultura como un producto de la mente del hombre y la mujer, de la actividad del cerebro humano y no como un

resultado de necesidades materiales históricas. En su Dialéctica de la naturaleza, Engels lo explica de la siguiente manera:

*No tratamos ni remotamente de defender el punto de vista de que arranca Hegel, el de que el espíritu, el pensamiento, la idea es lo primario y el mundo real un simple reflejo de la idea. Este punto de vista fue abandonado ya por Feuerbach. Hoy, todos estamos de acuerdo en que la ciencia, cualquiera que ella sea, natural o histórica, tiene necesariamente que partir de los hechos dados, y, por tanto, tratándose de ciencias naturales, de las diversas formas objetivas de movimiento de la materia; estamos de acuerdo, por consiguiente, en que en las ciencias naturales teóricas no vale construir concatenaciones para imponérselas a los hechos, sino que hay que descubrirlas en estos y, una vez descubiertas, y siempre y cuando que ello sea posible, demostrarlas sobre la experiencia (2011, p. 200).*

La necesidad de entender la historia a partir de elementos empíricamente registrables, como un conjunto de hechos íntimamente entrelazados e influenciados unos por otros, producto de determinadas condiciones materiales, debe ser la base fundamental de toda investigación científica. De esa manera, la historia deja de ser una cantidad de hechos singulares, abstractos, extraídos con pinzas de sus contextos y sus relaciones o un resultado del imaginario individual o colectivo, para expresar aquello que determina el presente humano:

*El pensamiento teórico de toda época, incluyendo por tanto la nuestra, es un producto histórico, que reviste formas muy distintas y asume, por tanto, un contenido muy distinto también, según las diferentes épocas. La ciencia del*

*pensamiento es, por consiguiente, como todas las ciencias, una ciencia histórica, la ciencia del desarrollo histórico del pensamiento humano (Engels, 2011, p. 196).*

Por lo tanto, asumir el estudio de las causas de la desigualdad cultural debe incluir una revisión a las etapas históricas por las que ha atravesado la humanidad; sólo así se puede entender a plenitud la manera en que las condiciones materiales de vida han determinado, en última instancia, la cultura, y cómo la desigualdad cultural es un producto directo de la desigualdad social.



## 2. EVOLUCIÓN DE LA CULTURA

Los distintos estadios en la evolución del ser humano, especialmente las formas de producción que se han llevado a cabo en cada uno de ellos, permiten comprender los elementos que históricamente han determinado las culturas de los pueblos. Uno de los textos fundamentales para ello es *El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado*, de Federico Engels. En él, el filósofo resume algunos de los argumentos que presentaron quienes, en su criterio, por primera vez, dieron una explicación coherente y razonable del origen de la cultura:

*(Lewis H.) Morgan es el primero que con conocimiento de causa ha tratado de introducir un orden preciso en la prehistoria de la humanidad... De las tres épocas principales —salvajismo, barbarie, civilización— sólo se ocupa, naturalmente, de las dos primeras y del paso a la tercera. Subdivide cada una de estas dos épocas en los estadios inferior, medio y superior, según los progresos obtenidos en la producción de los medios de existencia... Dice Morgan: “La habilidad en esa producción es lo más a propósito para establecer el grado de superioridad y de dominio de la naturaleza conseguido por la humanidad: el ser humano es, entre todos los seres, el único que ha logrado hacerse dueño casi en absoluto de la producción de sus víveres. Todas las grandes épocas del progreso de la humanidad coinciden, de una manera más o menos directa, con las épocas en que se extienden los medios de alimentarse (2007, p. 27).*

En ese sentido, la evolución del ser humano y de su cultura ha dependido únicamente del trabajo; ahí radica la fuente de toda riqueza en la sociedad. No sólo ha permitido crear todos los bienes y servicios con los que cuenta hoy la humanidad, además, fue factor fundamental para la evolución del mono a mujer y hombre. Los trabajos de Lewis Henry Morgan son esclarecedores en este sentido; el autor europeo se dedicó a analizar la manera en que las etapas del ser humano estuvieron determinadas por cambios en las maneras de producir y sus resultados. A pesar de que Morgan llevó a cabo sus investigaciones y su propuesta científica a mitad del siglo XIX sus conclusiones sirven hoy en día como un punto de partida para entender algunas de las principales características de las primeras fases en la evolución de la humanidad. Siguiendo lo establecido por Morgan se pueden categorizar tales etapas de la siguiente manera:

***I Salvajismo:*** Se conoce como la etapa más primitiva del ser humano. Su inicio está determinado por la diferenciación, cada vez más pronunciada, entre los primates y la raza humana. En este período predomina “la apropiación de productos naturales enteramente formados; las producciones artificiales del hombre están destinadas, sobre todo, a facilitar esa apropiación” (Engels, 2007, p. 33). Con la creación de los primeros objetos artificiales, los procesos de producción que se requerían para ello y el nacimiento de un intelecto primitivo como consecuencia de los logros alcanzados, surge un primer estadio de la cultura, que Engels califica como “estadio prehistórico de la cultura”.

Los primeros avances y progresos que permitieron la evolución del mono hacia la figura del ser humano estuvieron determinados por un fenómeno en particular: la división de funciones entre los pies y las manos. Los primeros ancestros en la vida del género humano se movilizaban utilizando todas sus extremidades al mismo tiempo; cuando se le comenzó a dar un uso distinto a unas partes se evidencia la semilla de la transformación del animal a hombre y mujer. En su estudio sobre los primeros estadios del ser humano, Engels (2011) afirma que:

*Hace muchos centenares de miles de años, en una época, aún no establecida definitivamente, de aquel período del desarrollo de la Tierra que los geólogos denominan terciario, probablemente a fines de este período, vivía en algún lugar de la zona tropical —quizás en un extenso continente hoy desaparecido en las profundidades del océano Índico— una raza de monos antropomorfos extraordinariamente desarrollada. Darwin nos ha dado una descripción aproximada de estos antepasados nuestros. Estaban totalmente cubiertos de pelo, tenían barba, orejas puntiagudas, vivían en los árboles y formaban manadas. Es de suponer que como consecuencia directa de su género de vida, por el que las manos, al trepar, tenían que desempeñar funciones distintas a las de los pies, estos monos se fueron acostumbrando a prescindir de ellas al caminar por el suelo y empezaron a adoptar más y más una posición erecta. Fue el paso decisivo para el tránsito del mono al hombre (2011, p. 202).*

La utilización de las manos para funciones distintas a las demás extremidades es considerada un “paso decisivo para el tránsito del

mono al hombre” porque le brindó al ser humano la posibilidad de llevar a cabo el trabajo, en relación con las exigencias y necesidades de cada momento. La transición del movimiento en cuatro patas a la posición erecta tal como se desplaza el ser humano hoy en día se puede apreciar y comprender mejor en las distintas especies de primates que existen en el planeta Tierra, entre las que resaltan: chimpancé, gorila, sifaka, orangután, cebus, mandril, lemur, papión, mono bonobo (smuts). La diversidad en la familia de monos evidencia evoluciones distintas en el tiempo con respecto a la utilización de las extremidades, algunos de ellos aún en el estado más primitivo a cuatro patas, otros en la utilización de las extremidades superiores para funciones distintas y algunos en el movimiento semierecto, aunque en los dos últimos casos sigue siendo de manera esporádica la utilización de tales recursos, es decir, como raza no dependen de ellos aún. Al respecto, Engels (2011) agrega:

*Cuando se encuentran en la cautividad, realizan con las manos varias operaciones sencillas que copian de los hombres. Pero aquí es precisamente donde se ve cuán grande es la distancia que separa la mano primitiva de los monos, incluso la de los antropoides superiores, de la mano del hombre, perfeccionada por el trabajo durante centenares de miles de años. El número y la disposición general de los huesos y de los músculos son los mismos en el mono y en el hombre, pero la mano del salvaje más primitivo es capaz de ejecutar centenares de operaciones que no pueden ser realizadas por la mano de ningún mono. Ni una sola mano simiesca ha construido jamás un cuchillo de piedra, por tosco que fuese (p. 203).*

En los primates más evolucionados se puede apreciar la manera en que actuaba el mono que llevaría al nacimiento del ser humano más primitivo, llevando a cabo funciones extremadamente sencillas. Acostumbrar la mano, forjarla y desarrollar flexibilidad, necesitó de miles de años antes de poder realizar alguna de las más elementales herramientas artificiales para el trabajo o la alimentación. Sin embargo, una vez que la mano fue libre se dio el paso decisivo para la evolución y los avances posteriores, sobre todo a raíz de la destreza adquirida con el pasar del tiempo, que era transmitida de generación en generación a través de transformaciones y modificaciones biológicas en el cuerpo humano y de la enseñanza y el conocimiento compartido entre los primeros hombres y mujeres. El autor europeo afirmó que ese proceso inició por la utilización de las extremidades superiores para alcanzar alimentos en los grandes árboles del momento y relacionó ese logro con el tema cultural:

*Vemos, pues, que la mano no es sólo el órgano del trabajo; es también producto de él. Únicamente por el trabajo, por la adaptación a nuevas y nuevas funciones, por la transmisión hereditaria del perfeccionamiento especial así adquirido por los músculos, los ligamentos y, en un período más largo, también por los huesos, y por la aplicación siempre renovada de estas habilidades heredadas a funciones nuevas y cada vez más complejas, ha sido como la mano del hombre ha alcanzado ese grado de perfección que la ha hecho capaz de dar vida, como por arte de magia, a los cuadros de Rafael, a las estatuas de Thorwaldsen y a la música de Paganini (Engels, 2011, p. 204).*

Por la complejidad del primer período histórico en la vida del hombre y la mujer, Morgan lo subdivide en tres categorías menores para optimizar su estudio y comprensión:

***1º Estadio inferior:*** Para Morgan, el principal producto que resultó de esta fase del género humano fue la elaboración de un lenguaje articulado. Este elemento comunicacional resulta de suma importancia, no sólo porque permitiría un mejor desenvolvimiento en los nacientes grupos sociales y una interacción efectiva entre quienes los conformaban; además de ello significa la creación del medio necesario para darle vida y continuidad histórica a la cultura, así como perdurabilidad a lo largo del tiempo y a través de las distintas generaciones que en él han hecho vida.

La concepción materialista de la historia permite entender que esta primera forma de comunicación humana fue un logro y una consecuencia directa del trabajo primitivo que se realizaba en aquél momento. Para confirmarlo, basta analizar este elemento desde la óptica del planteamiento de Charles (Carlos) Darwin, quien estableció, en su idea de la “correlación del crecimiento” (1859), la manera en que la evolución y el desarrollo de una parte en particular del cuerpo permitía a su vez una evolución y un crecimiento, cualitativo o cuantitativo, en otra parte del sistema humano aunque, a primera vista, no haya ningún tipo de relación entre las dos. Por ello, la posición erecta en el hombre y la mujer, la utilización de las manos para fines determinados, fueron mecanismos que repercutieron sobre otras partes, y permitieron, entre otras cosas, la creación de un primer lenguaje articulado. Habría que recurrir una

vez más a las concepciones de Engels (2011) para profundizar en tales afirmaciones:

*Con cada nuevo progreso, el dominio sobre la naturaleza, que comenzara por el desarrollo de la mano, con el trabajo, iba ampliando los horizontes del hombre, haciéndolo descubrir constantemente en los objetos nuevas propiedades hasta entonces desconocidas. Por otra parte, el desarrollo del trabajo, al multiplicar los casos de ayuda mutua y de actividad conjunta, y al mostrar así las ventajas de esta actividad conjunta para cada individuo, tenía que contribuir forzosamente a agrupar aún más a los miembros de la sociedad. En resumen, los hombres en formación llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de decirse algo los unos a los otros. La necesidad creó el órgano: la laringe poco desarrollada del mono se fue transformando, lenta pero firmemente, mediante modulaciones que producían a su vez modulaciones más perfectas, mientras los órganos de la boca aprendían poco a poco a pronunciar un sonido articulado tras otro (p. 205).*

La diferencia entre las formas en que se comunican los animales y el lenguaje humano es otra prueba contundente del papel que jugó, y sigue jugando, el trabajo en la creación del lenguaje y sus constantes modificaciones. Los animales no llevan a cabo un proceso de producción y de trabajo como lo hacen el hombre y la mujer; por lo tanto, ni las razas más avanzadas cuentan con un lenguaje articulado para expresarse; cuando mucho, emiten ciertos sonidos abstractos. Así, a pesar de los años y el tiempo histórico que han vivido las distintas especies animales, éstas no han desarrollado sus órganos para la emisión de un lenguaje completamente articulado.

Sólo unos pocos, por particularidades biológicas, pueden llegar a comunicarse de esta manera, pero aún así requieren de la intervención del hombre y la mujer como especie evolucionada, el ejemplo más evidente en este sentido son los loros domésticos o en cautiverio. Existen otras especies que, aunque no puedan expresarse, llegan a entender hasta cierto punto el lenguaje articulado humano, como el caso de los perros, pero de igual manera necesitan de la intervención de la especie humana para ello.

**2º *Estadio medio:*** Durante esta etapa el trabajo del ser humano evoluciona hasta dominar la pesca, permitiendo así incluir pescados, crustáceos, moluscos y demás animales marítimos en su alimentación. Este acontecimiento va de la mano con el dominio y la utilización del fuego de manera cotidiana; se explica a raíz de que solamente haciendo uso de ese recurso era posible hacer comestible el resultado de un día de pesca (Engels, 2007). No solamente es notable el avance que significó para el ser humano la utilización del fuego, tanto para la alimentación como para los futuros procesos productivos; además de ello es necesario resaltar la manera en que con la pesca se inició el proceso de diseminación del género humano por el planeta Tierra, como consecuencia del seguimiento de las costas y los ríos para pescar, algo que sentaría las bases para la creación de diversas culturas en todo el mundo con el pasar de los siglos.

La caza y el fuego significaron dos gigantescos avances para la vida del ser humano, gracias a ellos se empezó a diversificar la alimentación del hombre y la mujer, algo que sería determinante para su desarrollo intelectual y, por lo tanto, cultural. Sin embargo, el ser hu-

mano aún no vivía únicamente de la caza, esta era considerada como un elemento ocasional debido a que los resultados eran inciertos, dependían de la disponibilidad de animales, del clima, de la efectividad con que se realizara, entre otros muchos elementos.

**3° *Estadio superior:*** El factor determinante y a la vez el mayor logro de este momento histórico es la creación del arco y de la flecha, surgidos a partir de las necesidades en el ámbito alimenticio. Ello supone, en primer lugar, un avance intelectual en el ser humano, debido a la elevada complejidad de dicho objeto en comparación con productos artificiales anteriores y las herramientas utilizadas hasta entonces. Analizando el logro desde una perspectiva histórica, el arco y la flecha permitieron que la caza adquiriese aún mayor peso para los primeros humanos debido a que facilitó la obtención de animales. Estos inventos tuvieron una significación y una dimensión tan grande como lo fue la espada de hierro en la barbarie y el arma de fuego en la civilización. Sin duda alguna, el arco y la flecha significaron un avance en las capacidades de razonamiento en el hombre y la mujer, el cerebro comenzaba a adquirir cada vez más la forma de cerebro humano como lo conocemos hoy:

Primero el trabajo, luego y con él la palabra articulada, fueron los dos estímulos principales bajo cuya influencia el cerebro del mono se fue transformando gradualmente en cerebro humano, que, a pesar de toda su similitud, lo supera considerablemente en tamaño y en perfección. Y a medida que se desarrollaba el cerebro, se desarrollaban también sus instrumentos más inmediatos: los órganos de los sentidos. De la misma manera que el desarrollo gradual

del lenguaje va necesariamente acompañado del correspondiente perfeccionamiento del órgano del oído, así también el desarrollo general del cerebro va ligado al perfeccionamiento de todos los órganos de los sentidos... El desarrollo del cerebro y de los sentidos a su servicio, la creciente claridad de conciencia, la capacidad de abstracción y de discernimiento cada vez mayores, reaccionaron a su vez sobre el trabajo y la palabra, estimulando más y más su desarrollo (Engels, 2011, pp. 206-207).

***II Barbarie:*** Durante esta etapa histórica se desarrollan nuevas formas de producción, entre las que resaltan la ganadería y la agricultura. La primera de ellas permitió que el consumo de carnes fuese algo cada vez más frecuente, lo que ayudó, a su vez, a desarrollar aún más el cerebro humano. Otro de los grandes logros de este período es el establecimiento geográfico de los grupos humanos en distintas partes del mundo, llevando a cabo actividades y procesos de producción particulares a su ámbito, sentando así las bases para dejar atrás la cultura uniforme y dar paso a la creación de distintas culturas en todo el planeta. Esta diferencia, justificada a partir de los distintos recursos naturales disponibles en cada lugar, es planteada de la siguiente manera:

*Hasta aquí hemos podido considerar la marcha del progreso de un modo general, aplicándose en un período determinado a todos los pueblos, sin distinción de localidades. Pero con el advenimiento de la barbarie hemos llegado a un estado en que se marca la diferencia de los dones naturales entre los dos grandes continentes terrestres (Engels, 2007, p. 30).*

El establecimiento en sitios distintos generó necesidades distintas en las poblaciones primitivas, especialmente por el clima. Los grupos sociales conformados hasta entonces se habían desarrollado, en su inmensa mayoría, bajo climas cálidos, por lo que, al llegar a zonas frías o en donde había estaciones distintas, nacían nuevas exigencias para los seres humanos. El hombre y la mujer debieron crear esferas de trabajo que les permitieran, por ejemplo, la producción de vestimentas para protegerse del frío, así como habitaciones mucho más desarrolladas para resguardarse, entre otras.

Ese proceso de dispersión fue llevado a cabo, por iniciativa propia y de manera conciente, únicamente por el ser humano. La conformación del planeta Tierra a lo largo de los siglos permite entender la manera en que la inmensa mayoría de las especies animales se limitan a un eje especial de acción durante toda su vida, siendo unas pocas, como las aves, las que realizan grandes movilizaciones a través del espacio. Diversos estudios, como los llevados a cabo por Morgan, aseguran que los animales domésticos e insectos parásitos que se diseminaron por el planeta, acostumbrándose a climas diferentes y, como consecuencia de ello, teniendo modificaciones biológicas a través del tiempo, lo hicieron únicamente siguiendo al hombre y a la mujer.

De esa manera, la propagación del ser humano por el planeta, determinada en última instancia por el recorrido de ríos y costas para la pesca (Morgan, 1971), permitió el asiento de tribus en los dos grandes bloques terrestres que para aquella época existían. Ahí, las condiciones materiales, los elementos naturales disponibles para la

producción, así como los distintos climas, determinaron modos de vida distintos para quienes habitaban cada uno de los continentes. Desde una época tan temprana como la barbarie se estableció una clara diferenciación entre la cultura que nacería en cada uno de los distintos espacios geográficos.

Para poder apreciar de una manera mucho más clara esas distinciones, Morgan subdivide el proceso de barbarie en distintos niveles:

***1º Estadio inferior:*** En este período histórico nace y se profundiza una de las principales formas de expresión cultural para aquella época: la alfarería. Ésta surge a partir de la costumbre de recubrir con arcilla los objetos artificiales creados por el hombre y la mujer, usualmente de madera o de cestería, para evitar que se viesan afectados por el fuego y se maltrataran. Poco después el ser humano se percató de que no había necesidad de colocar un objeto interior para darle forma y uso de ese tipo a la arcilla. Este detalle es de suma importancia, debido a que sirve como un ejemplo más para fortalecer la necesidad de entender la historia desde la óptica materialista.

Entre los logros alcanzados por el hombre y la mujer en este período, además de la alfarería, resaltan la domesticación y cría del ganado y el cultivo de cereales. Sin embargo, estos procesos no tuvieron un desarrollo paralelo e idéntico entre los continentes; al contrario, se desarrollaron de manera distinta:

*El continente europeo, el llamado antiguo mundo, poseía casi todos los animales domesticables y toda clase de cereales propios para el cultivo, menos uno de estos; el continente americano no tenía más mamíferos mansos que la*

*llama (y aún así, nada más que en una parte del sur), y uno solo de los cereales cultivables, pero el mejor, el maíz. Estas condiciones naturales diferentes, hacen que desde ese momento siga su marcha propia la población de cada continente (Engels, 2007, p. 30).*

Más allá de las diferencias que podían existir en el ámbito socioproductivo, es cierto que tanto para un continente como para el otro, la diversificación cada vez más acelerada de la alimentación fue un factor determinante para la intelectualidad y la expresión cultural del ser humano.

La carne aportó al hombre y a la mujer diversas sustancias que fueron vitales para el desenvolvimiento y la evolución como especie, algo que fue perfeccionándose y profundizándose con el paso de una generación a otra. Aunque este aporte no se limitó al crecimiento del cerebro, los nuevos componentes dieron al ser humano más fuerza para realizar las labores cotidianas y para llevar a cabo los distintos procesos productivos, una capacidad de transformar la realidad con la que antes no contaban. El consumo de carne no fue, entonces, algo intrascendental en la vida del hombre y la mujer; significó un antes y un después para la evolución como especie.

**2º Estadio medio:** Durante el tiempo que abarca este estadio aumenta notablemente la complejidad de las labores que realiza el ser humano, entre las que resaltan el empleo de adobes y de la piedra para fines de construcción, así como el cultivo de hortalizas y de otras hierbas mediante el riego, además de la cría de animales domésticos. Estos logros son el resultado de la relación directa y social entre la mano, el lenguaje articulado y el cerebro humano.

Gracias a ellos, el trabajo se diversificó cada vez más, haciendo posible llevar a cabo operaciones cada vez más complejas y plantearse, como humanos, metas más altas.

**3º Estadio superior:** A este estadio, pertenecen los griegos de la época heroica, las tribus itálicas poco antes de la fundación de Roma, los germanos de Tácito, los normandos del tiempo de los vikingos. Dos factores marcan este último estadio de la barbarie en la historia del género humano: el primero de ellos es la creación de la escritura alfabética, permitiendo la notación literaria, que sirvió para el desenvolvimiento económico de aquellas sociedades y como una manera de plasmar las costumbres, las tradiciones y las ideas en general para las generaciones venideras, permitiendo así profundizar la continuidad cultural a lo largo del tiempo. Junto con ello, resalta la fundición del hierro, que no sólo permitió desarrollar armas más poderosas, como la espada, sino que además ayudó a la creación de nuevas herramientas productivas, sobre todo para el ámbito de la agricultura, como el arado:

*Ante todo, nos hallamos aquí con el arado de hierro arrastrado por animales, que hace posible el cultivo de la tierra en gran escala, la agricultura, y por lo mismo produjo un aumento prácticamente casi ilimitado de los medios de existencia para las condiciones de entonces; el arado es el que hizo aprovechables la tala de los bosques y su transformación en tierras de labor y en praderas, transformación imposible antes de que se introdujesen el hacha y la reja de hierro. Pero también resultó de ello un rápido aumento de la población y de la densidad de esta en un espacio pequeño. Antes de la era de la agricultura, debió necesitarse de un estado de cosas muy excepcional, para que medio millón de hombres pudie-*

*ran reunirse bajo una misma y única dirección central, y es de creer que esto no aconteció nunca (Engels, 2007, p. 32).*

Las nuevas formas de producción, resaltando entre ellas la agricultura a gran escala, aumentaron la densidad de las poblaciones, y, uno de los factores más importantes, permitieron la agrupación de grandes cantidades de seres humanos en un mismo espacio geográfico. La interacción entre los habitantes comenzaba a potenciarse cada vez más a través de la reunión y de la unión en torno a fines comunes; con ello se establecían las bases para la creación de la formación socioeconómica conocida como “sociedad”, pero, sobre todo, se potenció la creación cultural de los pueblos al asentarse. Los avances en los procesos productivos fueron determinantes en ese sentido, como afirma Marx (2011):

*Toda la concepción histórica, hasta ahora ha hecho caso omiso de esta base real de la historia, o la ha considerado simplemente como algo accesorio, que nada tiene que ver con el desarrollo histórico. Esto hace que la historia deba escribirse siempre con arreglo a una pauta situada fuera de ella; la producción real de la vida se revela como algo protohistórico, mientras que la historicidad se manifiesta como algo separado de la vida usual, como algo extra y supraterrrenal. De este modo, se excluye de la historia el comportamiento de los hombres hacia la naturaleza, lo que engendra la antítesis de naturaleza e historia. Por eso, esta concepción sólo acierta a ver en la historia los grandes actos políticos y las acciones del Estado, las luchas religiosas y las luchas teóricas en general, y se ve obligada a compartir, especialmente en cada época histórica, las ilusiones de esta época (pp. 29-30).*

**III Civilización:** La gran mayoría de los autores citados hasta ahora no vivieron lo suficiente como para poder estudiar a plenitud el estadio de la modernidad humana. Sin embargo, su trabajo sentó las bases para poder comprender las causas que llevaron a la conformación de esta etapa de la humanidad, tanto en el ámbito productivo, como en las relaciones sociales y expresiones culturales.

Una característica fundamental de este período es el trabajo llevado a cabo bajo la figura de la manufactura. Gracias a esta nueva forma de producción los seres humanos se vieron aún más agrupados que en el pasado. Anteriormente, para realizar, por ejemplo, una carroza, cada uno de los productores realizaba su aporte por separado. Es decir, el carpintero trabajaba la madera por su cuenta, la que luego era enviada a otra persona para que fuese pintada, luego a otro taller para ser ensamblada, etc. La manufactura supuso la agrupación de todos estos elementos en un mismo establecimiento; así, las relaciones de trabajo se vuelven aún más dependientes de lo colectivo y el trabajo aún más social, a pesar de que, bajo la lógica del capital, la apropiación de la plusvalía se siga llevando a cabo por una minoría de la población. Ahora, en un mismo taller trabajaban el carpintero, el pintor y el ensamblador; con ello “la manufactura reúne a varios oficios en uno solo, o bien divide un oficio en varios” (Cafiero, 1980).

A diferencia de los demás estadios de la humanidad, en este período no es necesario hablar de determinados inventos materiales que hayan marcado esta época histórica. Por encima de los avan-

ces y las conquistas particulares en la etapa de la civilización se encuentra el surgimiento, la utilización y la potenciación de la maquinaria moderna, que permitió la creación de todo tipo de productos artificiales, impensables por el ser humano hace apenas dos siglos. Su nacimiento e incorporación como elemento fundamental del proceso productivo la hacen, por sí sola, el más grande avance material de este período, con ella se pudo avanzar de la manufactura a la gran industria tal como se conoce hoy en día. Sin embargo, desde su primera implementación en la cadena de producción, el uso que se le dio a la maquinaria fue criticada:

*Si la maquina es el medio más poderoso de acrecentar la productividad del trabajo, es decir, de acortar el tiempo de trabajo necesario para la producción de una mercancía, conviértese, como sostén del capital, en las ramas de la industria de la cual se apodera, en el medio más poderoso de prolongar la jornada de trabajo más allá de todo límite natural. El medio de trabajo, convertido en máquina, álzase independiente frente a los trabajadores (Marx, 1999).*

Bajo la óptica del naciente sistema capitalista, la maquinaria, lejos de servir como una herramienta para desarrollar a plenitud las capacidades y las cualidades del ser humano, desplazó esas características a un segundo lugar. Con ello, la creatividad que requería la creación de un determinado artefacto en las épocas históricas pasadas, era sustituida por una labor mecánica y rutinaria, algo que, junto al decrecimiento en la calidad de vida, atentaba contra la intelectualidad del hombre y la mujer. Marx (1999) señaló las palabras que en una época tan temprana como 1844, el político y

filósofo inglés conocido como Lord Ashley declaraba ante la Cámara de los Comunes de Inglaterra:

*El trabajo de los obreros empleados en las operaciones de las fábricas es hoy tres veces mayor que el momento en que fueron introducidas estas operaciones. Las máquinas han realizado, sin duda alguna, una obra que reemplaza los tendones y los músculos de millones de hombres, pero han aumentado también de manera prodigiosa el trabajo de los hombres sometidos a su terrible movimiento (p. 178).*

La gran “Revolución Industrial”, antes de significar progreso y desarrollo, fue, entonces, un proceso en el que la inmensa mayoría de las capacidades de los hombres y las mujeres, inicialmente de Europa, fueron mutiladas. Incluso, la facilidad con la que se podía maniobrar la maquinaria, un trabajo conocido como los “feeders” (Cafiero, 1980), quienes sólo debían introducir materia prima en la máquina, llevó a la utilización, cada vez más elevada entre el siglo XVIII y XIX, de niños y mujeres para el proceso productivo.

La facilidad con la que aprende el ser humano cuando está en sus primeros años de vida fue aprovechada por la burguesía para desplazar a toda una serie de obreros que, aunque pudieran aprender sobre dichas actividades, exigían remuneraciones y protestaban para que estas se cumplieran, algo que los pequeños no hacían.

No obstante, las largas horas de trabajo afectaron más a las mujeres de la época. Las posiciones estáticas e incómodas de la intensa jornada laboral, llegaron a deformar sus pelvis, como consecuencia de un desarrollo anormal en los huesos de la cadera, así como

otras deformaciones en la columna vertebral (Engels, 2007). Esto, a su vez, llevó a anormalidades y distorsiones en los embarazos de quienes sufrían tales dificultades; algunas, incluso, se volvían infértiles como consecuencia de las limitaciones físicas.

El empeoramiento de las condiciones de vida de los pueblos que se guiaban por esa lógica colocó las principales herramientas de producción y comunicación en manos de unos pocos, profundizando un proceso de creación cultural determinado por los intereses de la minoría de la población, más allá de las particularidades y de los elementos disponibles en el momento histórico, como determinantes también en la expresión cultural:

*En lo concerniente al arte, ya se sabe que ciertas épocas de florecimiento artístico no están de ninguna manera en relación con el desarrollo general de la sociedad, ni por consiguiente, con la base material, con el esqueleto, por así decirlo, de su organización. Por ejemplo, los griegos comparados con los modernos, o también Shakespeare. Respecto de ciertas formas del arte, la épica por ejemplo, se reconoce directamente que, una vez que hace su aparición la producción artística como tal, ellas no pueden producirse nunca en su forma clásica, en la forma que hace época mundialmente; se admite así que en la propia esfera del arte, algunas de sus creaciones insignes son posibles solamente en un estadio poco desarrollado del desarrollo artístico. Si esto es verdad en el caso de relación entre los distintos géneros artísticos en el ámbito del propio arte, es menos sorprendente que lo mismo ocurra en la relación entre el dominio total del arte y el desarrollo general de la sociedad (Marx, 1977, p. 68).*

Por lo tanto, no debe asumirse que la etapa de civilización está por encima de otras en la historia en cuanto a producción y desarrollo cultural, sino que cada una de ellas tuvo sus particularidades culturales de acuerdo con las necesidades, condiciones materiales y aspiraciones de cada sociedad. Los hallazgos científicos han sido fundamentales para llevar a cabo cambios culturales como raza debido a que han aclarado muchos de los grandes misterios que la humanidad tenía hace siglos. Un claro ejemplo en este sentido es la mitología griega; ella fue la base principal para la cultura y la expresión artística de la antigua Grecia y todas las artes se enriquecieron con los relatos del poder de Poseidón sobre el mar y el de Zeus materializado en el rayo. Con el entendimiento de los fenómenos marítimos y las descargas eléctricas gracias a la ciencia, tales fuentes de inspiración fueron desplazadas, debido a que la mitología se desarrolla a partir de la manera en que el ser humano entiende la naturaleza que lo rodea, como señala Marx (1977):

*La mitología egipcia no hubiese podido jamás ser el suelo, el seno materno del arte griego. Pero de todos modos era necesaria una mitología. Incompatible con un desarrollo de la sociedad que excluya toda relación mitológica con la naturaleza, toda referencia mitologizante a ella, y que requiera por tanto del artista una fantasía independiente de la mitología. Por otra parte, ¿sería posible Aquiles con la pólvora y el plomo? ¿O, en general, la Iliada con la prensa o directamente con la impresora? Los cantos y las leyendas, las Musas, ¿no desaparecen necesariamente ante la regleta del tipógrafo y no se desvanecen de igual modo las condiciones necesarias para la poesía épica? (pp. 68-69).*

Las particularidades del período que Engels y Morgan califican como civilización hacen necesaria una reflexión más profunda con respecto a este momento histórico de la humanidad, no sólo porque en él se profundiza la lógica de la desigualdad social, y por lo tanto cultural, en la raza humana, sino porque durante este estadio se lleva a cabo el evento que habría de imponer esa dinámica europea sobre suelo americano: la Conquista española.



### 3. CONQUISTA DE LA DESIGUALDAD CULTURAL

Para el año en que Cristóbal Colón llega a tierras americanas, España llevaba a cabo una intensa lucha cultural en su territorio. La Inquisición, un holocausto encabezado por la Iglesia católica y distintas monarquías aliadas para exterminar otras religiones e imponer su creencia por la fuerza, fue un proceso originado por causas netamente culturales. La diversidad de creencias era inaceptable para quienes ostentaban el poder, que veían en el calvinismo, el protestantismo en general y la religión musulmana, entre otras, una amenaza para su dominio; la realeza y la alta jerarquía católica necesitaban que toda la población adorara a un mismo Dios y se sometiera a unas mismas leyes “sagradas” para garantizar un control más efectivo. Para ello, no sólo incendiaban libros y obras de arte de otras religiones; además catalogaban de herejes y quemaban en público a quienes no se sometieran a su voluntad. Este proceso cultural era tan necesario para las clases dominantes, que lo llevaban a cabo aun a costa de perder mano de obra y esclavos eficientes:

*La defensa de la fe católica resultaba una máscara para la lucha contra la historia. La expulsión de los judíos — españoles de religión judía— había privado a España, en tiempos de los reyes católicos, de muchos artesanos hábiles y de capitales imprescindibles. Se considera no tan importante la expulsión de los árabes —españoles, en realidad, de religión musulmana— aunque en 1609 nada menos que*

*275 mil fueron arriados a la frontera y ello tuvo desastrosos efectos sobre la economía valenciana, y los fértiles campos del sur del Ebro, en Aragón, quedaron arruinados, Anteriormente, Felipe II había echado, por motivos religiosos, a millares de artesanos flamencos convictos o sospechosos de protestantismo: Inglaterra los acogió en su suelo, y allí dieron un importante impulso a las manufacturas británicas” (Galeano, 2000, p. 26).*

España era entonces uno de los países europeos que más luchaba en su territorio contra las nacientes religiones en aquel continente. En Holanda, e incluso Francia, el protestantismo había conquistado mayor cantidad de terreno, algo que la realeza española no estaba dispuesta a permitir, costara lo que costara. En España se miraba con recelo el “espíritu mercantil” que promovía el calvinismo, algo que podía atentar contra el dominio económico que mantenía la monarquía (Weber, 1998). Esa sed de dominación e imposición cultural es la que llega a América con Cristóbal Colón en 1492. Con ese evento histórico empieza la destrucción de los cimientos culturales bajo los cuales se había desarrollado de manera autóctona el territorio que luego se conocería como “América”. Hasta la llegada de los españoles, el continente había llevado a cabo grandes avances culturales de manera autónoma (Engels, 2007). Las tres grandes civilizaciones nacidas en tierras americanas fueron la máxima expresión del potencial y las particularidades de la cultura de este lado del mundo. Resaltan los logros alcanzados por los Incas, en el territorio de Ecuador, Perú y Bolivia, quienes llevaron a cabo una intensa labor arquitectónica, con estructuras

civiles (edificios públicos y puentes, entre otros), religiosas (templos como el Coricancha, construido con paredes de oro y piedras preciosas) y militares (como la fortaleza de Sacsayhuamán y Machu Picchu); los Mayas, cuyas tradiciones eran llevadas a cabo por pueblos de Centroamérica y el sur de México, entre las que resaltan la construcción de ciudades como “Chichén Itzá”, el sistema de escritura más complejo de los pueblos indígenas americanos, usado para la historia, las matemáticas, la botánica y la astronomía, además de la medición y el entendimiento del tiempo y el espacio (Pilar, 1983); y los Aztecas, cuya civilización se desarrolló en los actuales territorios mexicanos y cuya concepción de la planificación llevó a la construcción de Tenochtitlán, considerada como uno de los centros urbanos mejor planeados de las antiguas civilizaciones (Olivas, 2005) y a la creación de islas artificiales para ganar terreno productivo.

La llegada de los españoles acabó con todos aquellos logros. Bernal Díaz del Castillo, quien acompañó a Hernán Cortés en la conquista de México, escribió que su llegada a América era para “por servir a Dios y a Su Majestad y también por haber riquezas”. Las riquezas fueron el motor principal de la conquista por parte de los europeos, quienes, en su sed por hacerlas suyas destruyeron los cimientos culturales y productivos de las civilizaciones americanas. Las tierras que eran utilizadas para llevar a cabo una agricultura comunal pasaron por la fuerza a manos de los españoles; todos los cultivos de yuca, papa y maíz, entre otros, fueron destruidos, así como las maneras para producirlos.

Este proceso se reforzó con la implementación de la esclavitud en las minas para extraer oro y plata, debido a que los indígenas eran desplazados de sus tierras originarias, destruyendo lo poco que quedaba de las formaciones culturales y desempeño productivo, además de que los científicos, matemáticos, artesanos, cultores y la población indígena en general, tuvieron que dejar para siempre el trabajo en el que hasta el momento se habían desempeñado, para convertirse todos en esclavos de los españoles, a quienes no les interesaban las cualidades de cada uno de ellos sino que realizaran un trabajo mecánico y embrutecedor en función de intereses europeos. Refiriéndose a las causas que permitieron la dominación sobre los indígenas, Eduardo Galeano (2000) señala lo siguiente:

*Había de todo entre los indígenas de América: astrónomos y caníbales, ingenieros y salvajes de la Edad de Piedra. Pero ninguna de las culturas nativas conocía el hierro ni el arado, ni el vidrio ni la pólvora, ni empleaba la rueda. La civilización que se abatió sobre estas tierras desde el otro lado del mar vivía la explosión creadora del Renacimiento. América aparecía como una invención más, incorporada junto con la pólvora, la imprenta, el papel y la brújula al bullente nacimiento de la Edad Moderna. El desnivel de desarrollo de ambos mundos explica en gran medida la relativa facilidad con que sucumbieron las civilizaciones nativas. Hernán Cortés desembarcó en Veracruz acompañado por no más de cien marineros y 508 soldados; traía 16 caballos, 32 ballestas, diez cañones de bronce y algunos arcabuces, mosquetes y pistolones. Y sin embargo, la capital de los aztecas, Tenochtitlán, era por entonces cinco veces mayor que Madrid y duplicaba la población de Sevilla, la*

*mayor de las ciudades españolas. Francisco Pizarro entró en Cajamarca con 180 soldados y 37 caballos (p. 16).*

Sin embargo, referirse a la desigualdad cultural que existía entre los dos continentes para aquel entonces necesita de un análisis para comprender a plenitud las particularidades de cada una de las sociedades y no caer en el discurso banal y absurdo que apoya la idea de que en América Latina hay inferioridad cultural y productiva, como resultado de la falta de esfuerzo y dedicación de sus pobladores.

No se debe olvidar que para el siglo XV, Europa ya tenía cientos de años desarrollándose con base en la desigualdad social; la opresión permitía la existencia de ciertos grupos sociales y la existencia de sociedades de clases fue lo que permitió el desarrollo cultural y económico de gran parte de ese continente.

Los territorios conquistados por España ofrecían una complejidad sociocultural distinta a la que prevalecía en Europa. Por un lado, estaban las llamadas grandes civilizaciones americanas, cuyo esplendor se debía a una dinámica de poder derivada de la organización social en clases con presencia de esclavos y, por el otro, existían también sociedades sedentarias, nómadas y seminómadas cuya relación con el entorno estaba determinada por la subsistencia, por lo que la lógica de dominación y explotación de unos por otros no estaba presente y prácticas productivas como la agricultura comunal eran frecuentes.

Un elemento que ayudó a concretar con mayor rapidez la conquista tuvo que ver con la salud. Es conocido que los pobladores de la

Europa del siglo XV padecían diversas enfermedades, de las cuales casi ninguna existía en las comunidades americanas hasta que llegó la conquista. Más de la mitad de la población originaria de América murió a causa de enfermedades traídas por los españoles, debido a que sus cuerpos no podían generar defensas frente a ellas. William Mcneill asegura que los europeos era portadores del tifus, la lepra, la fiebre amarilla, la viruela, así como de enfermedades venéreas, entre otras:

*Los habitantes del Nuevo Mundo no eran portadores de ninguna infección grave que pudiera ser contagiada a los europeos y africanos que llegaron a sus tierras. Al contrario, la brusca confrontación con una larga lista de infecciones que europeos y africanos habían ido recogiendo a lo largo de miles de años, provocó el desastre demográfico en los aborígenes americanos. Las razones de este desequilibrio son bastante comprensibles, ya que en comparación con la complejidad ecológica del Viejo Mundo, el Nuevo no era más que una enorme y vulnerable isla (Mcneill, 1984).*

El “desarrollo” de Europa, consecuencia de la explotación llevada a cabo en su continente, también influyó en la sumisión. Éste causó una profunda impresión en los nativos americanos, quienes creían que el jinete y el caballo eran una misma bestia y se desmayaban frente al estruendoso sonido de las armas de fuego. La Iglesia católica no perdió el tiempo para aprovechar esta situación, alegando que “los caballos eran de origen sagrado, ya que Santiago, el Patrón de España, montaba en un potro blanco que había ganado valiosas batallas contra los moros y judíos, con ayuda de la Divina Providencia”. Declaraciones de ese tipo, junto a las creencias

locales, llevaron a los indígenas a suponer que la llegada de los conquistadores se debía al retorno de los dioses, como Moctezuma que pensó que Hernán Cortés era la encarnación del dios “Quetzalcóatl”, que castigaba a los aztecas por su mala conducta.

Hasta cierto punto, sobre todo al principio de la conquista, los españoles se aprovecharon del susto y la impresión que causaban en los indígenas americanos por las creencias culturales de éstos, pero, inevitablemente, tenían que imponer su cultura europea para garantizar la sumisión y lograr extraer las riquezas materiales del continente. Por eso, al llegar a cada nueva ciudad o comunidad, los militares españoles debían leer un texto que exhortaba a los habitantes a convertirse a la fe católica o de lo contrario, deberían pagar las más altas consecuencias:

*Si no lo hicieréis, o en ello dilación maliciosamente pusiereis, certificoos que con la ayuda de Dios yo entraré poderosamente contra vosotros y os haré guerra por todas las partes y manera que yo pudiere, y os sujetaré al yugo y obediencia de la Iglesia y de Su Majestad y tomaré vuestras mujeres y hijos y los haré esclavos, y como tales los venderé, y dispondré de ellos como Su Majestad mandare, y os tomaré vuestros bienes y os haré todos los males y daños que pudiere” (Galeano, 2000, p. 13).*

El símbolo de la cruz y las armas marchaban juntas para dominar a la recién conquistada América. Las razones para ello se explican en la necesidad de volver sumisos a los conquistados: la alta jerarquía católica en Europa catalogó como un evento “sagrado” la conquista española, alegando que se trataba de “expandir el rei-

no de Dios en la tierra”, a tal punto que el papa Alejandro VI fue el encargado de decidir a quién le pertenecían las tierras “recién descubiertas” por los europeos; personalmente, nombró a la reina Isabel “dueña y señora del Nuevo Mundo” y dividió algunas partes entre la Corona de Castilla Aragón y Portugal (Vargas, 1991).

No fueron únicamente cambios en las creencias religiosas; hasta la vestimenta cambió con la llegada de los europeos. Muchos de los atuendos que hoy se asumen como “elementos culturales aborígenes” fueron en su momento una imposición por parte de la Corona española:

*La actual vestimenta indígena fue impuesta por Carlos III a fines del siglo XVIII. Los trajes femeninos que los españoles obligaron a usar a las indígenas eran calcados de los vestidos regionales de las labradoras extremeñas, andaluzas y vascas, y otro tanto ocurre con el peinado de las indias, raya al medio, impuesto por el virrey Toledo. No sucede lo mismo, en cambio, con el consumo de coca, que no nació con los españoles; ya existía en tiempos de los incas. La coca se distribuía, sin embargo, con medida; el gobierno incaico la monopolizaba y sólo permitía su uso con fines rituales o para el duro trabajo en las minas. Los españoles estimularon agudamente el consumo de coca. Era un espléndido negocio. En el siglo XVI se gastaba tanto, en Potosí, en ropa europea para los opresores como en coca para los oprimidos. Cuatrocientos mercaderes españoles vivían, en el Cuzco, del tráfico de coca; en las minas de plata de Potosí entraban anualmente cien mil cestos, con un millón de kilos de hojas de coca. La Iglesia extraía impuestos a la droga (Galeano, 2000, p. 49).*

Gracias a esa imposición cultural es que se pudo llevar a cabo la extracción de minerales que tanto anhelaba España, porque, como diría el almirante Cristóbal Colón en sus diarios: “del oro se hace tesoro, y con él quien lo tiene hace cuanto quiere en el mundo” (Iraburu, 2003).

## **El Dorado y el Potosí**

La extracción de minerales a través del trabajo forzoso acabó con la cultura y la vida de los pocos indígenas que habían sobrevivido a las enfermedades y a los primeros enfrentamientos con los españoles. La Corona manejó siempre un discurso hipócrita: mientras de manera pública hablaba de eliminar la explotación en las minas, en privado exhortaba a sus jefes y representantes a intensificarlo cuanto fuese necesario para extraer ganancias.

Con o sin ley, los derechos de los indígenas no fueron respetados jamás y la Corona española lo sabía. De hecho, en 1577 Felipe II escribía sobre la aniquilación cultural en tierras americanas que “no debía escribirse acerca de ritos y ceremonias e idolatrías que los indios usaban en su infidelidad [ ... y] no consentir que por ninguna manera persona alguna escribiera sobre cosas que toquen a superstición y manera de vivir que estos indios tenían, en ninguna lengua” (León, 1998). En 1581, el mismo Felipe II se jactaba de que un tercio de los indígenas americanos habían sido eliminados. En 1601, Felipe III alegaba que las madres americanas preferían matar a sus hijos antes que fuesen a trabajar en las minas, pero que

eso no debía hacer “flaquear la producción”. En 1631, Felipe IV renovó los decretos necesarios para profundizar el trabajo y la producción en las minas con mano de obra americana. Tan así era, que había americanos que preferían declararse mestizos para no tener que acudir al trabajo forzoso. Esta es una de las principales causas que tergiversaron la concepción patriótica, los valores culturales y la fortaleza nativa de los americanos hacia la exaltación cultural del “ser europeo”.

Esa forma de trabajo afectó directamente al desarrollo cultural, social y económico del continente americano, entre otras cosas, porque arrasó con gran parte de la población del continente, generando uno de los más grandes genocidios conocidos hasta ahora por la humanidad. Se estima que para la época precolombina había más de setenta millones de habitantes entre todos los indios de América, mientras que un siglo y medio después de la conquista había sólo tres millones y medio. Se redujo tan drásticamente la población porque, además de todo, los hombres eran llevados a trabajar en las minas con sus mujeres y sus niños. De cada diez que subían al cerro, siete no regresaban jamás. Sólo en el cerro Potosí, uno de los más conocidos por la riqueza de plata que contenía, murieron ocho millones de indígenas, muchos, en el camino hacia las minas. Sin embargo, no era un premio llegar con vida al destino; al contrario, quienes lo hacían llegaban a padecer incluso más que sus difuntos compañeros (Galeano, 2000, p. 40).

La lógica de desigualdad y opresión que se había desarrollado para aquel entonces en Europa llevó a todo tipo de argumentos para jus-

tificar tales atrocidades. Incluso los pensadores europeos más ilustres expresaban desprecio por los nativos americanos y los veían como inferiores.

Galeano (2000) expone algunos de esos argumentos: En la América de Voltaire se catalogaba a los indios como perezosos y estúpidos; el conde de Buffon afirmaba, además de referirse a los indios como animales, que no se registraba en ellos “ninguna actividad del alma”; un virrey de México justificaba la explotación en las minas como una herramienta para expulsar la “maldad natural” de los indígenas; Juan Ginés de Sepúlveda alegaba que los indios eran tratados de esa manera por tener unas costumbres contrarias al Dios cristiano; e incluso Hegel hablaba de la “impotencia física y espiritual de América”.

El daño cultural no sólo se llevó a cabo en la destrucción de las formas de producción que llevaban a cabo los indígenas americanos, de sus formas de organización social y de la vida de la inmensa mayoría de los habitantes; también se expresó en el uso que los españoles daban a los minerales que extraían, completamente distinto al de los indígenas. Estos últimos utilizaban el oro y la plata principalmente para ofrendas a los dioses, para decorar los altares y los templos que desde siglos antes se habían construido para rendir homenaje a las formas sobrenaturales. Además de ello, los empleaban para forjar distintas figuras y accesorios para identificar a la tribu o exaltar al vocero electo (Olivas, 2005). Los españoles no sólo saquearon las minas y los terrenos; además fundieron todos los artefactos de oro, elementos culturales valiosísimos para

la historia de la humanidad, para llevarlos a Europa en forma de lingotes:

*Antes de que Francisco Pizarro degollara al inca Atahualpa, le arrancó un rescate en «andas de oro y plata que pesaban más de veinte mil marcos de plata, fina, un millón y trescientos veintiséis mil escudos de oro finísimo...». Después se lanzó sobre el Cuzco. Sus soldados creían que estaban entrando en la Ciudad de los Césares, tan deslumbrante era la capital del imperio incaico, pero no demoraron en salir del estupor y se pusieron a saquear el Templo del Sol: «Forcejeando, luchando entre ellos, cada cual procurando llevarse del tesoro la parte del león, los soldados, con cota de malla, pisoteaban joyas e imágenes, golpeaban los utensilios de oro o les daban martillazos para reducirlos a un formato más fácil y manuable... Arrojan al crisol, para convertir el metal en barras, todo el tesoro del templo: las placas que habían cubierto los muros, los asombrosos árboles forjados, pájaros y otros objetos del jardín (Galeano, 2000, p. 20).*

Al igual que había ocurrido en todos los períodos históricos antes de la Conquista española, los sitios donde se concentró la producción fueron a su vez los espacios en donde se llevó a cabo una explosión cultural. Uno de los ejemplos más resaltantes es el cerro de Potosí, cuyo auge económico y productivo lo hicieron cuna de nacimiento de una tendencia artística conocida como el “Barroco hispanoamericano”, exponente de la hibridación cultural que se estaba llevando a cabo entre Europa y América. Estaba inspirada en la tendencia de la península Ibérica, pero estuvo determinada por las particularidades del suelo americano, entre ellas: la necesi-

dad de construir piezas arquitectónicas resistentes a los sismos en México o Perú, estando acompañadas con elementos decorativos creados a partir de las rocas brillantes y de distintos colores que se encontraban en América, materiales con los que no contaban los artistas europeos. Algo similar ocurrió con la literatura del “Barroco hispanoamericano”:

*La marca distintiva del Barroco y el Renacimiento iberoamericanos está dada por ese choque de culturas que representa este continente. La antigua tradición indígena, el predominio español, el aporte cada vez más frecuente del negro (que comienza a llegar como esclavo a fines del siglo XVI trayendo consigo sus creencias y tradiciones)... forman un entramado que teñirá con características propias a estos dos movimientos. Un rasgo cultural que diferencia fundamentalmente la escritura colonial de la europea es la escritura mestiza. Los mestizos son los hombres en donde más se pone de manifiesto este choque cultural y su literatura recogerá las contradicciones propias de dicho choque. Uno de los propósitos más importantes de su obra será el de explicarle al europeo su antiguo mundo y su propia manera de vivir; la América que está surgiendo” (Anderson, 1954, p. 2).*

Los anhelos de la Corona española por erradicar por completo algunos de los principales elementos culturales de los indígenas americanos no se cumplieron; incluso surgieron figuras de divinidades con rastros morenos, así como el “signo escalonado” de Tiahuanacu en vez de la cruz cristiana y la utilización de la cruz junto a los símbolos de las culturas tradicionales. De esa manera nacieron las figuras de vírgenes y demás santos latinoamericanos, influenciados por la dominación y la cultura europea.

La transfiguración que se dio en América con la llegada de los españoles no estuvo restringida únicamente al ámbito de los minerales y las piedras preciosas; también hubo un proceso de distorsión en la manera en que se llevaba a cabo la agricultura, así como un cambio radical en los productos que resultaban de ésta. Cuando ocurre la llegada de los españoles a tierras americanas, las especias y las plantas tropicales eran un factor determinante en el mercado europeo. Cada vez se exigía mayor cantidad de insumos de sal, para conservar la carne, así como de pimienta, azúcar y jengibre, pero estos productos se creaban en el Lejano Oriente y su adquisición resultaba altamente costosa, tanto por el traslado, como por los márgenes de ganancia que pretendían los intermediarios. La llegada a América significó la posesión de territorios perfectos para el cultivo, así como la obtención de nuevas plantas y hortalizas que no se conocían en Europa para ese momento.

De forma similar a lo ocurrido en el caso de los minerales y las piedras, los sitios donde se establecía la mayor producción de ciertas especias y hortalizas, fueron espacios donde se concentró altamente la dinámica cultural. En este sentido, Cuba es uno de los mejores ejemplos. Como territorio esencial para la producción de azúcar, fue catalogada como Capitanía General por el imperio español. En ella no se construían sitios para la formación, el esparcimiento y el uso de las cualidades humanas, sino únicamente sitios para la producción del azúcar y edificaciones destinadas a la élite extranjera que gobernaba. Estas últimas, aunque se encontraban en total antagonismo con los intereses de sus habitantes, han quedado para

la historia como elementos culturales de gran importancia, que marcaron un momento particular de la historia del Caribe. Ese paisaje, compuesto por estructuras como la Catedral de La Habana y la arquitectura de La Habana vieja, que aún hoy sigue impactando a quien le visita, fue el resultado directo de la apropiación de la fuerza de trabajo cubana durante la conquista.

Igual pasó en otras regiones, como Caracas con el cacao, así como Maranhão y el algodón, entre otros. Las ciudades que en época de la conquista fueron exponentes culturales, una vez terminado el saqueo pasaron a la miseria y la pobreza. Hasta el siglo XX, la inmensa mayoría de las ciudades y países que alimentaron la codicia europea y que fueron exponentes culturales eran catalogados como los más pobres del mundo, una de las pruebas más fieles para entender cómo aquel auge cultural, económico y social se llevó a cabo únicamente a raíz del esfuerzo y la explotación de los indígenas y habitantes americanos, para beneficio de una minoría extranjera. Esa pobreza material fue el producto de una imposición que determinó de qué manera debían desenvolverse y en qué debían creer los países hispanoamericanos. A cada país se le estableció lo que debía producir en función de Europa; y así, las vocaciones de los latinoamericanos, al igual que sus culturas, estaban determinadas a ultramar:

*Pensaréis tal vez, señores, que la producción de café y azúcar es el destino natural de las Indias Occidentales. Hace dos siglos, la naturaleza, que apenas tiene que ver con el comercio, no había plantado allí ni el árbol del café ni la caña de azúcar (Marx, S/F).*

## Desarrollo cultural moderno de Europa

La conquista europea en suelo americano no solamente es importante para analizar la manera en que la cultura latinoamericana emprendió un rumbo distinto al que había desarrollando hasta ese momento. Ese evento histórico explica el auge cultural y económico de Europa en la etapa moderna; ninguno de los grandes eventos de la civilización hubiesen sido posibles sin el saqueo de recursos a América durante la época colonial.

El progreso del continente europeo a raíz de los recursos obtenidos en América Latina se debe a que éstos, al igual que las ganancias que se generaban, no iban al bolsillo de España. Las guerras religiosas, “guerras santas”, que llevaba a cabo la Corona española habían dejado en bancarota a aquella nación, el país se encontraba hipotecado frente a distintos países y banqueros de diversa índole como genoveses y alemanes; a ellos se destinaba la plata americana que llegaba a suelo europeo; aun cuando su primera parada fuese España, su destino final eran los bolsillos de prestamistas como los Grimaldi, los Welser o los Függer.

Estos últimos eran conocidos como una de las familias más poderosas de Europa; su trabajo consistía en dar préstamos a monarcas y gobiernos a cambio de intereses, así como dar prestaciones a la Iglesia si ésta les permitía gestionar los ingresos por las ventas de indulgencias, igual que el monopolio sobre el comercio de plata y cobre, entre otros elementos. La banca (familia) Függer prestó cerca de 30.000 florines a Alberto de Brandeburgo para que comprase su cargo de arzobispo;

prestaron dinero a Carlos I para que fuese emperador del Sacro Imperio, además de financiarle las guerras que quiso llevar a cabo; e incluso hicieron posible, entre otras cosas, la creación de la capilla de San Pedro para la Iglesia católica (García-Parra, 2012). Todo eso y más podía ser llevado a cabo gracias a las inmensas proporciones de la riqueza que se extraía de América.

Las nacientes potencias europeas y, con ellas, los principales banqueros del momento, sabían lo que implicaba apoderarse de la naciente economía latinoamericana. El oro, la plata, la pimienta, el azúcar y todo el mercado del “Nuevo Mundo” eran vistos no como elementos que permitían satisfacer algunas necesidades locales, sino como productos de alto consumo y con un alto valor de intercambio, lo que implicaba grandes ganancias. No solamente se pensaba en venderlas en mercados lejanos; las élites de aquel entonces consideraban obtener ganancias a través de la venta de recursos americanos a la misma Latinoamérica.

Este proceso se debía a la transformación de la materia prima obtenida en tierras americanas en productos transformados y, además, a las riquezas monetarias, sobre todo la plata, que era utilizada para pagar los costes de la nueva producción, así como de las exportaciones de los productos acabados que serían destinadas a América. Esta dinámica creció hasta el punto en que, para el siglo XVI, el valor de las exportaciones de metales preciosos en América Latina era cuatro veces mayor que el de las importaciones europeas, compuestas por productos realizados con materia prima americana, como vino, aceite y otros artículos.

El desarrollo cultural europeo de la Edad Moderna no fue, entonces, una consecuencia de las “mentes ilustres” ni de “cualidades superiores” de sus principales personajes, sino un proceso que ocurrió a costa de la dominación cultural, política y social de los pueblos americanos y africanos. Estos últimos comenzaban a jugar un papel cada vez más determinante debido a que el genocidio de los conquistadores había acabado prácticamente con todos los indígenas del continente y se hizo necesario, en ojos de los europeos, buscar una fuerza de trabajo que suplantara a aquellos, o que potenciara la producción en tierras americanas (Iraburu, 2003).

La primera opción para ello fueron los africanos, hechos esclavos por los traficantes, algo que luego pasaría a ser una dinámica común para la monarquía europea. Aquí se evidencia la importancia que tuvo el esclavismo primitivo en la conformación de la sociedad europea. De este modo, el uso de la fuerza de trabajo americana y africana en beneficio de Europa era la evolución lógica de la esclavitud primitiva iniciada en tierras grecorromanas. Así, se utilizó la mayor cantidad de fuerza de trabajo que el mundo había conocido hasta ese momento para permitir la acumulación de ganancias más grande en la historia de la humanidad:

*El saqueo, interno y externo, fue el medio más importante para la acumulación primitiva de capitales que, desde la Edad Media, hizo posible la aparición de una nueva etapa histórica en la evolución económica mundial. A medida que se extendía la economía monetaria, el intercambio desigual iba abarcando cada vez más capas sociales y más regiones del planeta. Ernest Mandel ha sumado el valor del oro y la plata arrancados de América hasta 1660, el botín extraído de Indonesia por*

*la Compañía Holandesa de las Indias Orientales desde 1650 hasta 1780, las ganancias del capital francés en la trata de esclavos durante el siglo XVIII, las entradas obtenidas por el trabajo esclavo en las Antillas británicas y el saqueo inglés de la India durante medio siglo: el resultado supera el valor de todo el capital invertido en todas las industrias europeas hacia 1800. Mandel hace notar que esta gigantesca masa de capitales creó un ambiente favorable a las inversiones en Europa, estimuló el «espíritu de empresa» y financió directamente el establecimiento de manufacturas que dieron un gran impulso a la revolución industrial. Pero, al mismo tiempo, la formidable concentración internacional de la riqueza en beneficio de Europa impidió, en las regiones saqueadas, el salto a la acumulación de capital industrial (Galeano, 2000, p. 29).*

Es usual apreciar los logros y los avances de Europa en los ámbitos cultural, social, económico y político, pero muy pocas veces se reflexiona acerca de lo que costó ese desarrollo para otros pueblos que, de no haber un continente americano oprimido, sin poder desarrollarse a sí mismo, jamás hubiese existido la etapa histórica moderna europea tal como se conoce hoy en día. Es probable que la humanidad hubiese llegado de igual manera, tarde o temprano, a desarrollar cuadros como los de Da Vinci o esculturas como las de Donatello, así como la máquina de vapor y el automóvil; pero el crecimiento, hasta cierto punto paralelo, entre ambos continentes, debió haber sido lo correcto y no el veloz avance de uno a costa del retraso histórico del otro, algo contra lo que habría de luchar toda su vida el Libertador Simón Bolívar:

*Los americanos en el sistema español que está en vigor, y quizá con mayor fuerza que nunca, no ocupan otro lugar en la sociedad que el de siervos propios para el trabajo y,*

*cuando más, el de simples consumidores; y aun esta parte coartada con restricciones chocantes; tales son las prohibiciones del cultivo de frutos de Europa, el estanco de las producciones que el rey monopoliza, el impedimento de las fábricas que la misma Península no posee, los privilegios exclusivos del comercio hasta de los objetos de primera necesidad; las trabas entre provincias y provincias americanas para que no se traten, entiendan, ni negocien; en fin, ¿quiere usted saber cuál era nuestro destino? Los campos para cultivar el añil, la grana, el café, la caña, el cacao y el algodón; las llanuras solitarias para criar ganados, los desiertos para cazar las bestias feroces, las entrañas de la tierra para excavar el oro que no puede saciar a esa nación avarienta... Jamás éramos virreyes ni gobernadores sino por causas muy extraordinarias; arzobispos y obispos pocas veces; diplomáticos nunca; militares sólo en calidad de subalternos; nobles, sin privilegios reales; no éramos, en fin, ni magistrados ni financistas, y casi ni aun comerciantes; todo en contravención directa de nuestras instituciones (Bolívar, 2009 pp. 94-95).*

Lo que antes eran minas y lavaderos de oro que formaban parte de una cadena productiva que databa de siglos atrás, en donde se conjugaban elementos que fortalecían una cultura propia y autóctona, que ayudaba a potenciar el dinamismo de esa sociedad a través de sus creencias y sus formas de organización, se convirtieron en las tumbas de los habitantes locales; igual ocurrió con el campo, cuyos aportes, a través de la agricultura comunal, podían ser admirados por el mundo entero, pero que, gracias a la conquista, se habían convertido en sitios de explotación hasta límites impensables, hasta el punto en que las madres aborígenes preferían asesinar a sus

propios hijos antes que dejarlos trabajar bajo la mano y la mirada de los conquistadores (León, 1998).

Galeano, en su más famosa obra, coloca las palabras de un técnico estadounidense para ejemplificar a través de un caso concreto, el atraso al que fue empujada Latinoamérica luego de la conquista. El norteamericano calculó en 1936 que realizar un sólo acre de las terrazas de irrigación que en su momento hicieron los aztecas, hubiese costado en el siglo XX más de treinta mil dólares. El investigador estadounidense no agrega el daño que se le ocasionaría a la naturaleza si esas construcciones se realizaran bajo la lógica de la expansión económica capitalista, que no vela por el bienestar del planeta Tierra, algo que hacía aún más valiosas las obras de los pueblos originarios latinoamericanos que, además de su genialidad y de la manera en que aún hoy podían ser utilizadas, fueron llevadas a cabo sin dañar en modo alguno la naturaleza, debido a que ésta era venerada y considerada como un ser sagrado: la “Pachamama” como la diosa tierra, la “Mama Cocha” como la diosa del mar, “Urpay Huachac” como la diosa de los peces y aves marinas, “Mama Raiguana” como la diosa responsable de repartir las plantas alimenticias al hombre y la mujer (Rostworowski, 1988), algo que habría contribuido enormemente a desarrollar una cultura preventiva y de preservación con respecto a los recursos naturales, una mentalidad de la que tanto necesita el mundo actual.

No fue posible visibilizar los aportes culturales autóctonos debido a que a lo largo de los siglos prevalecieron otros principios, los que interesaban a la élite conquistadora. Con el pasar del tiempo,

la persecución contra los indígenas y contra la cultura aborígen se convirtió en parte del día a día de los latinoamericanos; los trajes, las tradiciones, incluso los rasgos físicos indígenas que aún existían en el continente, eran vistos con desagrado y con tono de burla en todo momento. En Bolivia, un país de profundas raíces indígenas, hasta el siglo XXI un indígena no podía caminar por la acera si un “hombre blanco” caminaba por ella también. A medida que nuevos recursos naturales eran descubiertos, los pocos indígenas que quedaban en suelo latinoamericano debían desplazarse, lo que llevó a su asentamiento en los sitios más apartados y las zonas más pobres de los países de Hispanoamérica, como es el caso de los Mapuches en Chile o el desplazamiento de indígenas en Venezuela luego de los yacimientos de petróleo.

Sin embargo, el desplazamiento era un lujo con el que no contaron, incluso con el que no cuentan hoy, muchas de las poblaciones aborígenes. La principal opción de las clases dominantes fue exterminar todo rastro de aquellas civilizaciones; los indígenas eran perseguidos y asesinados para permitir la expansión de los terratenientes y latifundistas. En el Caribe la situación no era mejor; ya desde la época de la conquista aquellas tierras se encontraban prácticamente sin habitantes aborígenes; en el caso de República Dominicana, desde el siglo XVI los indígenas se suicidaban en masa para no tener que trabajar para los españoles. De igual manera, y a pesar de su esplendor, la inmensa mayoría de las ciudades latinoamericanas y de los elementos culturales de cada una de ellas, como las conocemos hoy en día, fueron

erigidas sobre lo que alguna vez fue la cultura y la civilización autóctona latinoamericana:

*Hoy día, en el Zócalo, la inmensa plaza desnuda del centro de la capital de México, la catedral católica se alza sobre las ruinas del templo más importante de Tenochtitlán, y el palacio de gobierno está emplazado sobre la residencia de Cuauhtémoc, el jefe azteca ahorcado por Cortés. Tenochtitlán fue arrasada. El Cuzco corrió, en el Perú, suerte semejante, pero los conquistadores no pudieron abatir del todo sus muros gigantescos y hoy puede verse, al pie de los edificios coloniales, el testimonio de piedra de la colosal arquitectura incaica (Galeano, 2000, p. 20).*

Cuatro siglos tardó México para alcanzar la población que tenía antes de la llegada de los españoles. No se trata, entonces, de que los latinoamericanos sean inferiores, sino que se les regresó a la Edad de Piedra con la conquista europea. Lejos de haber una evolución paralela, con sus particularidades pero existiendo una relación de iguales entre continentes, a cada país latinoamericano se le impuso una forma de producción particular en función de los intereses europeos; la fuerza de trabajo local, las riquezas minerales, los frutos y hasta la tierra dejaron de producir para sus habitantes.

De ahí nace la desigualdad social y cultural en tierras americanas, a través de la imposición de la lógica de dominación europea, que potenció la desigualdad en la región, enfrentó a países americanos unos con otros y promovió cada vez más la división de clases sociales en cada uno de los países latinoamericanos: un robo que ayudó al surgimiento de todo el continente europeo; todos los activos latinoamericanos eran convertidos en capital europeo, en

función de aquel centro de poder, cuya característica principal fue consecuencia de la conquista. Así, la llegada de la llamada modernidad fue una expresión de la dominación sobre América por parte de las naciones europeas:

*El descubrimiento de los yacimientos de oro y plata de América, la cruzada de exterminio, esclavización y sepultamiento en las minas de la población aborigen, el comienzo de la conquista y el saqueo de las Indias Orientales, la conversión del continente africano en cazadero de esclavos negros: son todos hechos que señalan los albores de la era de producción capitalista. Estos procesos idílicos representan otros tantos factores fundamentales en el movimiento de la acumulación originaria (Marx, 1999, p. 140).*

## **El poder del capital**

La inmensa cantidad de recursos que fue incorporada a la economía y a la dinámica europea permitió la potenciación de ese continente hasta formas impensables, incluso para las mismas élites que lo gobernaban: surgían nuevas clases sociales, así como nuevos intereses y nuevas maneras de entender el proceso de producción llevado a cabo por el hombre y la mujer. Las monarquías de la época, sobre todo la española, veían con recelo la manera en que, a pesar de las luchas culturales que se habían llevado a cabo en su territorio y del poder financiero que habían logrado consolidar durante siglos, surgía un nuevo modelo económico, político y social que aunque partía de la misma lógica de acumulación y desigual-

dad que el entonces vigente, suponía un cambio en la dirección del poder y en la manera en que se llevaba a cabo la apropiación de mercancías y del proceso productivo en general. La decadencia de España como potencia cultural y económica, así como el auge de otras naciones, es la evidencia más clara de aquella transición histórica:

*La independencia frente a España fue el punto de partida de todo el ideal bolivariano. A esa posición de principio no renunció jamás. España era un poder, pero no el único. Mucho más fuertes eran Inglaterra, Francia y los Estados Unidos. En cuanto al comercio marítimo y al poderío naval, las dos primeras superaban a España, y en cuanto al desarrollo industrial, las tres iban muy por delante de la Corona. Francia, Inglaterra y los Estados Unidos desarrollaban una economía capitalista, mientras en España subsistía una sociedad con grandes rezagos feudales (Pividal, 2006, p. 159).*

La lucha por la independencia llevada a cabo en suelo americano contra la Corona española fue, hasta cierto punto, un éxito. Sin embargo, únicamente el Libertador Simón Bolívar entendió que la lucha no debía asumirse sólo contra España, sino contra toda pretensión por dominar, cultural y económicamente a la “América meridional”. Bolívar previó el nacimiento y el desarrollo de un nuevo sistema que, con cuna en Europa, habría de ser una amenaza para el continente americano. En una fecha tan temprana como 1824, en la invitación al Congreso Anfictiónico de Panamá, Bolívar escribía: “el movimiento del mundo lo acelera todo, pudiendo también acelerarlo en nuestro daño».

Esa transformación fue la transición histórica hacia las relaciones de producción capitalistas. Con ellas, el feudalismo comenzaba a ser algo del pasado, destinado únicamente a llenar las salas de los museos y a servir como trama principal para la cinematografía. El capitalismo se caracterizó por erigir a la naciente clase social de la burguesía como elemento de dominación en la sociedad, sustentada en la explotación del trabajo asalariado. Al igual que los modos de producción que le precedieron (esclavismo y feudalismo), el capitalismo se consolidó a través de la lógica de la desigualdad; esclavo, siervo y obrero, aun con las particularidades históricas de cada uno de sus momentos, trabajan todos para una misma finalidad: el beneficio de un amo. Incluso, aunque a simple vista no se perciba, existe una línea descendente entre esas tres figuras en cuanto a calidad de vida se refiere:

*La revolución burguesa ha destruido el feudalismo y ha transformado la servidumbre en asalariado. Pero, al mismo tiempo, ha arrebatado al trabajador los pocos medios de existencia que le aseguraba el régimen de servidumbre. El siervo, aun cuando tuviese que trabajar la mayor parte del tiempo para su señor, tenía, sin embargo, un pedazo de tierra, así como los medios y el tiempo necesarios para cultivarlo. La burguesía ha destruido todo esto, y ha hecho del siervo un trabajador libre, que no tiene otra alternativa que hacerse explotar, por el primer capitalista llegado, o morirse de hambre (Cafiero, 1980, p. 98).*

A lo largo de la historia, el trabajo ha consistido en el consumo de la fuerza de trabajo de los seres humanos, de la materia prima necesaria y de los medios o herramientas para el trabajo. La manera

en que esto ocurra ha de determinar, en última instancia, las ideas que producen el hombre y la mujer, así como sus instituciones y formas de organización social. Por eso, el apropiamiento por entero de la tierra, de los recursos naturales y de las herramientas para la industria por parte de la burguesía, fue un elemento determinante en la creación de la desigualdad moderna. Bajo esta nueva forma de producción, el ser humano no cuenta con los componentes más elementales para el trabajo, debiendo, para subsistir, vender su fuerza de trabajo a un patrón.

La perversa lógica de la economía en función de una minoría llegó a convertir la fuerza de trabajo en mercancía, y así como el concepto de mercancía fue un elemento clave para el sistema feudal, la venta y compra de la fuerza de trabajo del ser humano es un punto primordial para el sistema capitalista porque es lo que permite la apropiación y la acumulación de la riqueza. Esa riqueza es posible a través de la diferencia entre lo que vale la fuerza de trabajo y el producto de esta:

*Existe una gran diferencia entre el precio de la fuerza de trabajo y el producto de esta fuerza de trabajo. El salario de una jornada de trabajo representa lo que se necesita para hacer subsistir al obrero y a su familia durante veinticuatro horas, pero no representa del todo lo que el obrero produce en una jornada de trabajo. Nuestro poseedor de dinero sabe muy bien que las tres pesetas de salario pagadas por él representan la manutención de su obrero durante veinticuatro horas, pero no lo que éste ha producido durante las doce horas que él ha trabajado en el taller (Cafiero, 1980, p. 31).*

El trabajador produce una cierta cantidad de elementos, cuyo valor no se expresa en el pago que le da el patrón, que se apropia de ese excedente, lo que permite en el capitalismo profundizar las diferencias de clase social y cuya lógica permite entender, como se verá, la desigualdad cultural moderna. Esa idea de apropiación fue resumida por Marx en un concepto: la plusvalía. Ésta puede ser de dos maneras: plusvalía absoluta y plusvalía relativa. El primer término se refiere al aumento de horas en la jornada laboral para obtener mayores ganancias. Esta forma de explotación fue común durante las primeras fases del sistema capitalista; sin embargo, las reivindicaciones sociales y las luchas populares que se han llevado a cabo con el pasar del tiempo han disminuido la aplicación de este mecanismo, alegando la necesidad de que el obrero necesita de una cierta cantidad de horas para satisfacer «ciertas necesidades físicas y morales, como dormir, alimentarse, reparar sus fuerzas, etc.» (Marx, 1999). La burguesía, como clase dominante, debió ingeniárselas para obtener cada vez mayores ganancias sin aumentar la cantidad de horas laborales. De esa manera nace la plusvalía relativa. Marx (1999), refiriéndose a la profundización y a la intensificación del trabajo en una misma cantidad de horas laborales, observa:

*Las variaciones posibles de la jornada de trabajo no exceden del círculo formado por los límites que imponen la naturaleza y la sociedad. Pero esos límites son por sí mismos muy elásticos y dejan la mayor latitud. Por eso vemos jornadas de trabajo de diez, doce, catorce, dieciséis, dieciocho horas, es decir, que tienen las duraciones más diversas. El capitalismo ha comprado la fuerza de trabajo en su valor de una jornada. Ha adquirido, por lo tanto, el derecho de hacer trabajar*

*durante todo un día al trabajador a su servicio. Pero ¿qué es un día de trabajo? En todos los casos, es algo menos largo que un día natural. ¿En cuánto? El capitalismo tiene su manera de ver especial sobre ese límite necesario de la jornada de trabajo... El tiempo durante el cual trabaja el obrero es el tiempo durante el cual consume el capitalista la fuerza de trabajo que ha comprado. Si el asalariado consume para sí su tiempo disponible, roba al capitalista (pp. 100-101).*

El estudio del modo de producción capitalista es sumamente extensivo, pero basta analizar algunos de sus principales elementos para entender la manera en que ha sido el creador y el principal promotor de la desigualdad social y cultural moderna. En ese sentido, el concepto de plusvalía relativa es importante debido a que se refiere a la manera en que se genera la distribución no equitativa de las ganancias en la sociedad, pero además porque expresa la manera en que el capital convierte al hombre y la mujer en simples operadores de máquinas, sin posibilidad alguna de desarrollar sus cualidades como seres humanos ni los aportes culturales que podrían realizar en beneficio del desarrollo social. La intensificación del trabajo en aras del capital, utilizando para ello la maquinaria moderna, fue un elemento criticado incluso desde sus inicios y por los intelectuales más prominentes, como Adam Smith:

*El espíritu de la mayoría de los hombres se desarrolla necesariamente de conformidad con sus ocupaciones diarias. Un hombre que se pasa toda la vida en ejecutar un pequeño número de operaciones sencillas no tiene ocasión ninguna de ejercitar su inteligencia. Se hace generalmente tan estúpido e ignorante como le es posible serlo a una criatura humana (Cafiero, 1980, p. 64).*

No sólo se dividió cada vez más el trabajo en la sociedad; con ello se deformó y se dividió al trabajador y a la trabajadora. La creatividad y la capacidad para el trabajo que el ser humano había desarrollado desde su evolución de mono a hombre y mujer era sustituida por una tarea parcial que, como dice Adam Smith, hace al ser humano estúpido e ignorante. En palabras de Adam Ferguson: “El arte de pensar, en un período en que todo está separado, puede formar por sí mismo un oficio aparte” (Ferguson, 1783). Tal decadencia se lleva a cabo únicamente para satisfacer las ganancias monetarias de algunos. Gracias a las máquinas, el capitalista logra superar todos los obstáculos que le impone la sociedad y logra su objetivo de generar riqueza a costa de todo lo demás, incluso a pesar de que a primera vista se muestren él y su sistema, como moralmente correctos:

*El asalariado, a su vez, aparece ante el observador superficial como un estado mucho más superior a la servidumbre, porque el trabajador parece, en este estado, perfectamente libre, y parece recibir el valor del trabajo ejecutado por él. ¡Extraña ilusión! Si el trabajador pudiera efectivamente realizar por sí mismo el valor de su trabajo, entonces el sistema de producción capitalista ya no podría existir. El trabajador no puede obtener nada más que el valor de su fuerza de trabajo, única cosa que puede vender, porque es el único bien que posee en el mundo. El producto de su trabajo pertenece al capitalista, el cual paga al proletario el salario, es decir, su manutención» (Cafiero, 1980, p. 76).*

¿Cómo es posible que se mantenga esta lógica sobre la población?  
¿Cómo la inmensa mayoría de la sociedad puede mantenerse inerte

e incluso sumisa ante esta realidad? La estructura económica es, en última instancia, la que determina las relaciones sociales. Sin embargo, existen algunos elementos que la complementan y que permiten su continuidad histórica. Esos elementos fueron catalogados por Marx y Engels como las “superestructuras” jurídico-política e ideológica. La superestructura ideológica es el elemento determinante en la conformación de patrones culturales, en tanto ella se encarga de difundir las ideas necesarias para permitir el desarrollo del sistema:

*Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o, dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder espiritual dominante. La clase que tiene a su disposición los medios para la producción material dispone con ello, al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, lo que hace que se le sometan, al propio tiempo, por término medio, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente. Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes, las mismas relaciones materiales dominantes concebidas como ideas; por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante son también las que confieren el papel dominante a sus ideas. Los individuos que forman la clase dominante tienen también, entre otras cosas, la conciencia de ello y piensan a tono con ello; por eso, en cuanto dominan como clase y en cuanto determinan todo el ámbito de una época histórica, se comprende de suyo que lo hagan en toda su extensión y, por tanto, entre otras cosas, también como pensadores, como productores de ideas, que regulen la producción y distribución de las ideas de su tiempo (Marx-Engels, 2011, pp. 30-31).*

Si bien es cierto que el análisis de Marx con respecto a la estructura y a las superestructuras no se refiere únicamente al modo de producción capitalista sino que, por el contrario, es aplicable a toda la evolución del hombre y la mujer, éste, sobre todo la superestructura ideológica, adquiere una importancia mayor a la hora de analizar la desigualdad cultural de los siglos XIX, XX y XXI. Quienes poseen los recursos, el capital y el poder necesario sobre la producción material en una sociedad son a su vez quienes controlan la producción de las ideas que se habrán de difundir en ese espacio y tiempo determinados; sólo quien tenga gran cantidad de recursos puede poseer, bajo la lógica del capital, un canal de televisión, una emisora de radio o un impreso y los habrá de utilizar para difundir las ideas que al dueño —y no a la sociedad— le interesen, en función de sus aspiraciones, como ocurre hoy en día con los emporios mediáticos.

No todos en la clase dominante participan en la producción de las ideas. Así como el capital dividió y subdividió al trabajo en general, en esta situación también se plantea una división del trabajo; sólo algunos en el seno de la clase dominante participan en el desarrollo de la propuesta intelectual y de los conceptos que habrían de formar a la opinión pública: los ideólogos conceptivos activos que hacen del crear la ilusión de esta clase acerca de sí misma su rama de alimentación fundamental (Marx y Engels, 2011), mientras que por otro lado sólo se perciben seres que, aún siendo de la clase dominante, actúan de manera pasiva frente al contenido, bien sea porque no disponen del tiempo para formarse o porque ese es su papel ante el sistema.

La característica y las formas en que se llevan a cabo tanto la producción material como la producción de las ideas están determinadas, en última instancia por la necesidad, de la burguesía en el caso del capitalismo, de acumular riquezas materiales, lo que permite entender la dinámica comunicacional del siglo XXI en gran parte del mundo. Es decir, “la estructura económica de la sociedad constituye en cada caso el fundamento real a partir del cual hay que explicar en última instancia toda la superestructura de las instituciones jurídicas y políticas así como los tipos de representación religiosa, filosófica y de otra naturaleza, de cada periodo histórico” (Engels, 1964, p. 12).

Sin embargo, no deben resumirse todos los factores que interactúan en la dinámica social a la estructura económica. Los demás elementos de la sociedad, entre los que resaltan las esferas jurídicas, políticas y artísticas, se relacionan y repercuten unas sobre otras (Engels, 1964). La aclaratoria de Engels resulta determinante, debido a que plantea, sin abandonar las premisas fundamentales del materialismo histórico, la importancia de las ideas para transformar la realidad, incluyendo la estructura económica de una sociedad. Tanto para dar continuidad a un sistema ya establecido, como para construir uno nuevo, la superestructura ideológica se hace necesaria, debido a que garantiza la difusión de la concepción filosófica que habría de tener una sociedad con respecto a su entorno y al mundo en general para que ese sistema sea viable.

La ideología tiene como función principal organizar a la sociedad en torno a un objetivo común: fijar y asegurar una cierta cantidad

de tareas en los individuos que la conforman, así como establecer la manera en que esos ciudadanos habrían de relacionarse entre ellos; busca crear en el ser humano una determinada forma de “conciencia social” para su desenvolvimiento o no en una comunidad. De esa manera se actuó en la Antigua Grecia, difundiendo las ideas pertinentes para garantizar la esclavitud de la mayoría de la población para aquel entonces; igual los europeos que llegaron por primera vez a suelo americano imponiendo una religión y una cierta cantidad de valores que habrían de garantizar el dominio de la Corona sobre las tierras conquistadas, e igual ocurre bajo el sistema del capital:

*En una sociedad de clases esta función está dominada por la forma que toma la división de los hombres en clases. La ideología está destinada, en este caso, a asegurar la cohesión de los hombres en la estructura general de la explotación de clase. Está destinada a asegurar la dominación de una clase sobre las otras haciendo aceptar a los explotados sus propias condiciones de explotación como algo fundado en “la voluntad de Dios”, en “la naturaleza”, o en “el deber moral”, etcétera (Harnecker, 1974, p. 99).*

De ahí la importancia y la necesidad que las clases dominantes en el sistema del capital dan a los medios de comunicación. No se puede, desde su percepción, difundir ideas que vayan en contra de las creencias establecidas que garantizan la continuidad del trabajo asalariado y la acumulación de riqueza por parte de su clase social, pues ello conduciría a una transformación de la realidad y acabaría con su dominio sobre la sociedad. Así, los medios de comunicación, en sus más variadas y diversas formas, durante la época del

capital, sirven para legitimar y profundizar la división de clases sociales y, con ello, la desigualdad cultural.

Esta dinámica era llevada a cabo dentro de unos límites geográficos determinados. El sistema del capital se desarrolló en principio en Europa y se limitó a un proceso de acumulación dentro de las fronteras de cada uno de sus países:

*Los hechos citados en este libro son tomados todos de Gran Bretaña: en primer lugar, porque es el país en que la producción capitalista ha alcanzado su máximo desarrollo (para aquel entonces), máximo hacia el cual, por lo demás, tienden todos los países civilizados; y, en segundo lugar, porque tan sólo en Gran Bretaña es donde existe un material conveniente de documentos concernientes a las condiciones de trabajo, reunidos mediante los trabajos de comisiones gubernamentales regulares... En uno de los barrios más populosos de Londres, la mortalidad anual de los herreros es del 31%. Esta profesión, que por sí misma no ofrece nada de nocivo a la salud, es destructiva del hombre por la simple exageración del trabajo (Cafiero, 1980, p. 35).*

Inglaterra fue el primer país en desarrollar plenamente el sistema capitalista. Desde mediados del siglo XIX era considerada la principal potencia en este sentido, siendo proveedor de gran cantidad de artículos manufacturados a otros países, aunque la lógica y la necesidad por la acumulación de riquezas, por parte de las élites de otros países europeos, terminaron con el dominio inglés. A través de medidas proteccionistas, cada uno de los demás países de ese continente fueron creciendo hasta convertirse en Estados capitalis-

tas independientes. La lógica de la acumulación del capital llevaría a la apropiación, cada vez en mayores proporciones, de todo el proceso de producción en sus localidades; así nace la figura del oligopolio como una característica particular del capitalismo del siglo XX, con la finalidad de abaratar aún más los precios de producción y aumentar la ganancia del capitalista por cada producto o servicio vendido:

*El incremento enorme de la industria y el proceso notablemente rápido de concentración de la producción en empresas cada vez más grandes constituyen una de las particularidades más características del capitalismo... la concentración, al llegar a un grado determinado de su desarrollo, por sí misma conduce, puede decirse, de lleno al monopolio, ya que a unas cuantas decenas de empresas gigantescas les resulta fácil ponerse de acuerdo entre sí, y, por otra parte, la competencia, que se hace cada vez más difícil, y la tendencia al monopolio, nacen precisamente de las grandes proporciones de las empresas. Esta transformación de la competencia en monopolio constituye de por sí uno de los fenómenos más importantes —por no decir el más importante— de la economía del capitalismo moderno (Lenin, 1975, pp. 12-14).*

Continúa Lenin sobre la nueva configuración del sistema del capital:

*Una particularidad extremadamente importante del capitalismo, que ha alcanzado su más alto grado de desarrollo, es la llamada combinación, o sea la reunión, en una sola empresa, de distintas ramas de la industria que representan en sí o bien fases sucesivas de la elaboración de una materia prima (por ejemplo, la fundición del mineral de hierro,*

*la transformación del hierro en acero y, en ciertos casos, la elaboración de tales o cuales productos de acero), o bien distintas ramas que desempeñan unas con relación a otras un papel auxiliar (por ejemplo, la utilización de los residuos o de los productos accesorios, producción de artículos de embalaje, etc.)” (Ibídem, p. 16).*

La tendencia al monopolio como característica fundamental del capitalismo moderno es lo que permite entender la desigual dinámica cultural del siglo XXI. Hasta el siglo XIX, el capitalismo había llevado a cabo una economía de libre concurrencia en los países donde se asentaba; su relación con el exterior se llevaba a cabo a través de un “mercado mundial”, es decir, se relacionaba con otros países a través de la venta de las mercancías que producía en su suelo. La diferencia fundamental con la nueva forma de capitalismo, desarrollada entre los siglos XX y XXI, es la exportación de todo el proceso productivo hacia otras naciones, “lo que caracteriza al viejo capitalismo, en el cual dominaba plenamente la libre competencia, era la exportación de mercancías. Lo que caracteriza al capitalismo moderno, en el que impera el monopolio, es la exportación de capital” (Lenin, 1975). El autor ruso hace una síntesis del recorrido histórico para llegar a esta nueva modalidad:

1. 1860-1880, punto culminante de desarrollo de la libre concurrencia. Los monopolios no constituyen más que gérmenes apenas perceptibles.
2. Después de la crisis de 1873, largo período de desarrollo de los carteles, pero éstos constituyen todavía una excepción, no son aún sólidos, todavía representan un fenómeno pasajero.

3. Auge de fines del siglo XIX y crisis de 1900-1903; los carteles se convierten en una de las bases de toda la vida económica. El capitalismo se ha transformado en imperialismo.

Bajo esta nueva dinámica, la fuerza de trabajo, los recursos materiales y los mercados de los países con menor desarrollo material pasaban, casi en su totalidad, a manos de las élites dominantes de las principales naciones del mundo. Con ello se profundiza el proceso de transculturización en las naciones a donde llega el capital extranjero debido a que la producción tiende a asumir las características impuestas por los intereses del capital transnacional, al igual que se hacen esfuerzos, a través de los medios de comunicación, por crear una opinión pública en los países de la periferia cuyos anhelos e intereses se vean reflejados en lo que produce o lleva a cabo el gran capital internacional.

Esto es posible debido a que la exportación incluye la exportación de las relaciones de producción del país de origen, es decir, con la industria se exporta también la lógica oligopolista que, en aquel caso, se llevaba a cabo en Europa. A través de este proceso se plantea una de las principales contradicciones de esta dinámica social, económica y política: con la expansión territorial del proceso productivo, la necesidad de contar con mayor cantidad de mano de obra para llevarlo a cabo, así como la conquista de más y nuevos avances para la producción, el trabajo adquiere cada vez más características sociales, mientras que los medios fundamentales para la producción, material y de ideas, continúan en manos de una minoría ínfima de la población.

Uno de los principales factores que hizo posible la exportación de capital y la inversión de Europa y, posteriormente, Estados Unidos, en regiones como Latinoamérica fueron los bancos. Hasta entonces, los bancos habían funcionado como simples intermediarios en la sociedad para realizar pagos y resguardar el dinero que algún particular, familia o institución tuviese. Bajo esa concepción, el capital monetario era inactivo hasta que el/la dueño/dueña decidiera hacer uso de sus recursos, pero los bancos crecieron y una de las transformaciones que sufrieron como institución fue darle un uso permanente a todo capital monetario. A través de la figura del crédito y del préstamo convirtieron el capital inactivo, en activo. Este elemento permitió la expansión, cada vez más acelerada, del oligopolio capitalista en los países europeos.

Luego de esta transformación los bancos sirvieron para poner al servicio de la burguesía los activos de la sociedad, además de permitirles enterarse de la situación financiera de otras empresas, dueños de empresas y países enteros, teniendo además la posibilidad de ejercer presión e incluso controlarlos a través de “la ampliación o restricción del crédito”. Así, el crecimiento y el desarrollo de la industria comenzaban a estar determinados en gran medida por la relación entre las élites bancaria e industrial:

*En cuanto a la estrecha relación existente entre los bancos y la industria, es precisamente en esta esfera donde se manifiesta, acaso con más evidencia que en ninguna otra parte, el nuevo papel de los bancos. Si el banco descuenta las letras de un empresario, le abre una cuenta corriente, etc., esas operaciones, consideradas aisladamente, no disminuyen en lo más mínimo la independencia de dicho empre-*

*sario y el banco no pasa de ser un modesto intermediario. Pero si estas operaciones son cada vez más frecuentes e importantes, si el banco “reúne” en sus manos inmensos capitales, si las cuentas corrientes de una empresa permiten al banco —y es así como sucede— enterarse, de un modo cada vez más detallado y completo, de la situación económica de su cliente, el resultado es una dependencia cada día más completa del capitalista industrial con respecto al banco” (Lenin, 1975, p. 40).*

De la misma manera en que la dinámica de la acumulación concentró la industria en pocas manos, las distintas entidades bancarias de mediano y pequeño tamaño comenzaron a desaparecer progresivamente y se erigió sobre ellas el gran capital financiero, un número muy reducido de bancos grandes que cuentan con casi todo el capital de la sociedad, influyendo en la repartición de los medios de producción, así como en todos los procesos de la industria de una Nación, incluyendo el dominio sobre los medios de comunicación.

Tanto la evolución del capital hacia los oligopolios, como el papel que la banca comenzó a jugar en la dinámica económica para acrecentar la acumulación monetaria, son elementos que permiten entender las relaciones mundiales del siglo XXI, en especial la manera en que se plantea la desigualdad cultural moderna. El primero de los conceptos se refiere a la manera en que un puñado de países, empresas y personas aumentaron su influencia y su dominio sobre el mundo, mientras que el segundo hizo posible la inversión de aquellos en tierras extranjeras, tales como Latinoamérica, no sólo en el ámbito netamente productivo, sino en inversión para com-

prar, e incluso crear, medios de comunicación y formas para llevar a cabo la comunicación en esos países con el contenido mediático que interesara a la élite transoceánica.

Durante la primera mitad del siglo XX el mundo pudo conocer hasta dónde podía llegar el afán por conquistar nuevos mercados. Las guerras mundiales han sido el más claro exponente; los resultados de cada una de ellas evidencian que el objetivo fundamental de tales conflictos no fue la “lucha por la humanidad”, ni la “preservación de la patria”, ni ninguna de las excusas que tanto se han difundido históricamente, sino un proceso en donde las élites del mundo luchaban por repartirse el mundo; lograr obtener mayor fuerza de trabajo, recursos naturales y posibilidades de venta en regiones a las cuales no habían llegado antes y que ahora, gracias a la evolución y al crecimiento del capital, podían:

*La época del capitalismo moderno nos muestra que entre los grupos capitalistas se están estableciendo determinadas relaciones sobre la base del reparto económico del mundo, y que, al mismo tiempo, en conexión con esto, se están estableciendo entre los grupos políticos, entre los Estados, determinadas relaciones sobre la base del reparto territorial del mundo, de la lucha por las colonias, de la “lucha por el territorio económico”... Los capitalistas reparten el mundo, no como consecuencia de su particular perversidad, sino porque el grado de concentración a que se ha llegado les obliga a seguir este camino para obtener beneficios; y se lo reparten “según el capital”; “según la fuerza”; otro procedimiento de reparto es imposible en el sistema de la producción de mercancías y del capitalismo” (Lenin, 1975, p. 96).*

Ya para mitad del siglo XX el mundo se encontraba “repartido” entre las grandes potencias mundiales capitalistas. Sin embargo, eso no quería decir que no se presentaran cambios en la conformación del sistema a nivel internacional. La Segunda Guerra Mundial fue el exponente más claro de esa posibilidad. Hasta entonces, el liderazgo del capitalismo moderno estaba radicado en Europa, pero el conflicto bélico permitió el auge y el establecimiento de Estados Unidos como principal potencia capitalista mundial. Para 1945, año en que culmina la guerra, el continente europeo había quedado completamente devastado. No solamente se trataba de los millones de fallecidos en combate; la infraestructura de casi la totalidad de las principales ciudades había sido arrasada; igual había ocurrido con las instalaciones productivas y las arcas de las instituciones financieras estaban prácticamente vacías debido a la inmensa cantidad de recursos monetarios que se invirtieron en la fabricación de artículos y vehículos de guerra, entre otros grandes gastos de la época.

Los Estados Unidos no habían padecido en absoluto ninguna de esas tragedias. Su país se encontraba al otro lado del mar; una nación que, a excepción del ataque a Pearl Harbor, no recibió ningún tipo de bombardeo. Su infraestructura se encontraba intacta e igual ocurría con sus recursos financieros. La inmensa mayoría de la inversión contra los nazis era llevada a cabo por la Unión Soviética, y, en segundo lugar, Inglaterra; Estados Unidos, hasta el desembarco en Normandía el 6 de Junio de 1944, unos meses antes de finalizar el conflicto, no se había involucrado en la Segunda

Guerra Mundial, por lo que no había sufrido grandes dificultades como lo tuvieron la nación comunista y el continente europeo en general. Siguiendo la lógica del capital, la nación norteamericana aprovechó la oportunidad histórica para crecer, a través de la inversión en Europa, específicamente bajo la figura del Plan Marshall, un proyecto creado por el Departamento de Estado de los Estados Unidos, por su principal cabeza: George Marshall. En su histórico discurso de presentación del plan, Marshall afirmó:

*Al considerar lo que se precisa para la rehabilitación de Europa, la pérdida física de vidas, la destrucción visible de ciudades, factorías, minas y ferrocarriles, fueron correctamente estimadas, pero se ha hecho obvio en los últimos meses que esta destrucción visible era probablemente menos seria que la dislocación de toda la fábrica de la economía europea... Cualquier gobierno que esté dispuesto a ayudar en la tarea de la recuperación, encontrará, estoy seguro de ello, plena cooperación por parte del Gobierno de los Estados Unidos. Cualquier gobierno que maniobre para bloquear la recuperación de otros países no puede esperar apoyo de nosotros (Marshall, 2003).*

La exposición que se hizo a la opinión pública del Plan Marshall no contó con detalles acerca de cómo y a través de qué mecanismos se iba a llevar a cabo la reconstrucción de Europa. No hubo cifras, planes de acción ni medidas concretas, lo que llevó a muchos a catalogar tal presentación como una simple retórica abstracta que no podía evidenciar sus verdaderos intereses. Diversos autores catalogaron el plan como un proyecto con fines políticos, que buscaba contener el avance de la ideología socialista cuyo eje fundamental

era para aquel entonces la Unión Soviética. Se creía que las élites dominantes europeas temían un surgimiento revolucionario en el continente como consecuencia de la guerra. En Historia de la política exterior de la URSS, se puede leer:

*El Gobierno y la prensa soviéticos denunciaron enérgicamente la naturaleza imperialista de la Doctrina Truman. El periódico Pravda señaló en aquellos días que esa “doctrina” significaba una nueva intervención en la vida de otros Estados y que las pretensiones de EE.UU. al papel dirigente de los asuntos internacionales aumentaban al tiempo que crecían las apetencias de los círculos norteamericanos interesados... En 1947, Washington (...) quiso asegurar, por medio de la ayuda prometida, la influencia económica, política y militar dominante de los EE.UU. en los países de Europa Occidental, arruinados por la guerra, detener, valiéndose de la intervención, el ascenso del movimiento revolucionario, que se observaba en muchos de esos países, así como aislar a la URSS y hacer retornar a los cauces del desarrollo capitalista a todos los Estados democrático-populares o, por lo menos, algunos de ellos (Academia de Ciencias de la URSS, 1947).*

Esa inversión que se hacía con el Plan Marshall tenía, entre sus objetivos, financiar la importación de productos que Europa necesitaba y con los que no podía contar por falta de empresas o porque excedían su capacidad de pago. Una de las condiciones fundamentales que se exigía a las naciones europeas a cambio de tales recursos era iniciar el proceso de liberación comercial de sus economías. De esa manera, la industria europea comenzaba a desarrollarse de manera mixta; Europa-Estados Unidos y en muchos

casos, únicamente bajo la inversión norteamericana. Igualmente, bajo el pretexto de proteger al continente de una sublevación popular socialista, se invirtió en la creación e instalación de bases militares estadounidenses en suelo europeo.

Más allá de si aquellas eran o no las razones políticas para el Plan Marshall, la historia demostró que, económicamente, el proyecto tuvo como resultado la instauración de los Estados Unidos como principal potencia capitalista a nivel mundial. Entre abril de 1948 y junio de 1951, el gobierno estadounidense brindó una ayuda de más de 13.000 millones de dólares de la época. La manera en que se realizaba el reparto entre los países europeos estaba determinada según la renta per cápita de cada uno de ellos. Al hacerlo de esa manera, la principal ayuda iba al bolsillo de las naciones que habían formado los “Aliados”, las principales naciones capitalistas hasta la guerra, mientras que los países neutrales o del Eje no recibieron ayuda o no en la misma cantidad que sus hermanas naciones (Universidades de Oviedo, Cantabria y País Vasco, 2011).

Así, desde mitad del siglo XX, los Estados Unidos se erigen como principal potencia capitalista de la Tierra, influyendo en todas las esferas de la dinámica mundial e implantando su lógica económica, política, social y cultural, específicamente en Europa y en los países latinoamericanos.

El establecimiento de los Estados Unidos como potencia hegemónica mundial luego de la Segunda Guerra Mundial colocó a la élite de esa nación en una situación de supremacía en las cinco esferas tradicionales del poder: política, económica, militar, tecnológica

y cultural (Ramonet, 2011). Con ello, el mundo empezó a ser dominado en todos los ámbitos, por primera vez en la historia, por una única hiperpotencia, algo que también se expresa en el ámbito comunicacional.

## 4. LOS DUEÑOS DE LA COMUNICACIÓN

La dominación estadounidense se puede evidenciar en todos los ámbitos del desenvolvimiento de la humanidad y de manera particular en la propiedad casi exclusiva que las principales transnacionales, asentadas en esa nación, tienen sobre los medios de difusión masivos en todo el mundo, especialmente luego de la Segunda Guerra Mundial, algo que previó en aquél momento el físico y pensador Albert Einstein (en Britto García, 2012):

*El capital privado tiende a quedarse concentrado en algunas manos en parte por motivo de competencia entre los capitalistas y en parte porque el desarrollo tecnológico y la división de trabajo, en aumento, estimula la formación de unidades más grandes de producción a costa de las más pequeñas. El resultado de este desarrollo es una oligarquía de capital privado cuyo poder enorme no puede ser efectivamente controlado aún por una sociedad política, democráticamente organizada. (...) Sobre todo, en las condiciones existentes, los capitalistas controlan inevitablemente, directa o indirectamente, las fuentes principales de información (prensa, radio, educación). Es así extremadamente difícil, y en verdad en la mayoría de los casos imposible, para el ciudadano individual sacar conclusiones objetivas y hacer uso inteligente de sus derechos políticos (p. 5).*

La crítica de Einstein con respecto a la apropiación inevitable, en el ámbito del capitalismo, de los medios de comunicación por parte de la oligarquía tiene que ver con el objetivo fundamental del

gran capital: establecer un pensamiento único. El monopolio sobre la comunicación permite la difusión de hipótesis y planteamientos que llegan a convertirse en dictados y concepciones irrefutables para, e incluso contra, la mayoría de la sociedad. Las características del contenido comunicacional en la forma imperialista del capitalismo fue catalogada por los autores del movimiento de la Escuela de Frankfurt como la “industria cultural”. Adorno y Horkheimer (1988) señalan que tal dinámica no es una consecuencia del avance de la técnica sino de la función de los medios de comunicación para la economía capitalista, mientras que Marcuse (1993) agrega que:

*Las áreas más avanzadas de la sociedad industrial (capitalista) muestran estas dos características: una tendencia hacia la consumación de la racionalidad tecnológica y esfuerzos intensos para contener esta tendencia dentro de las instituciones establecidas. Aquí reside la contradicción interna de esta civilización: el elemento irracional en su racionalidad. Es el signo de sus realizaciones. La sociedad industrial que hace suya la tecnología y la ciencia se organiza para el cada vez más efectivo dominio del hombre y la naturaleza, para la cada vez más efectiva utilización de sus recursos. Se vuelve irracional cuando el éxito de estos esfuerzos abre nuevas dimensiones para la realización del hombre (p. 20).*

La irracionalidad consiste, entonces, en alterar la dinámica del sistema capitalista; los cambios sociales se contienen a través de la desconcientización de la mayoría de la población, la “despolitización” de las masas trabajadoras, la “reconciliación” entre las dis-

tintas clases sociales, e incluso la satanización directa de aquellos que se oponen al sistema. Para ello, el gran complejo comunicacional del capitalismo, por encima de cualquier diferencia que pueda haber entre empresas o conglomerados, tiene entre sus principales normas establecidas el crear falsas necesidades en la población:

*“Estas necesidades tienen un contenido y una función sociales, determinadas por poderes externos sobre los que el individuo no tiene ningún control; el desarrollo y la satisfacción de estas necesidades es heterónomo. No importa hasta qué punto se hayan convertido en algo propio del individuo, reproducidas y fortificadas por las condiciones de su existencia; no importa que se identifique con ellas y se encuentre a sí mismo en su satisfacción. Siguen siendo lo que fueron desde el principio; productos de una sociedad cuyos intereses dominantes requieren la represión” (Marcuse, 1993, p. 15).*

Entender la distinción entre los tipos de necesidades, como lo plantea Marcuse, es de vital importancia debido a que las necesidades satisfechas y por satisfacer, forman parte esencial de la dinámica social, económica y política de toda la humanidad, algo que entienden perfectamente quienes manejan los espacios ideológicos del capital: la diferencia entre las necesidades “positivas” y “negativas”. Las primeras de ellas se refieren a aquellas naturales, expresadas a lo largo de los siglos por la humanidad, como la alimentación, el hogar, la vestimenta, las relaciones familiares o sentimentales. Las segundas tienen que ver con aquellas necesidades creadas a través de los medios de comunicación para fortalecer al sistema capitalista, como la adquisición de celulares, modelos de computadoras, joyas, entre

otros; la meta máxima de ese sistema consiste en que estas últimas se asuman como objetivo fundamental para tener satisfacción en la vida, en causar euforia en la infelicidad, en enseñar qué amar y qué odiar, cómo comportarse, qué consumir, cómo vivir.

Esa industria cultural se encarga de planificar hasta el más mínimo detalle del material que va a producir; no existe absolutamente ningún elemento que no haya sido anticipado y previamente establecido por ciertas normas en el proceso de producción. Por lo tanto, la industria cultural cuenta con un lenguaje muy particular, con un léxico y una sintaxis propia, donde nada puede alterar lo ordenado, ni siquiera aquellos nuevos efectos o ciertas propuestas que, aun siendo novedosas, no pueden salirse de los cánones establecidos por quienes dirigen los medios de comunicación en el capitalismo:

*La breve sucesión de intervalos que ha resultado eficaz en un tema, el fracaso temporario del héroe, que éste acepta deportivamente, los saludables golpes que la hermosa recibe de las robustas manos del galán, los modales rudos de éste con la heredera pervertida, son, como todos los detalles, clichés, para emplear a gusto aquí y allá, enteramente definidos cada vez por el papel que desempeñan en el esquema. Confirmar el esquema, mientras lo componen, constituye toda la realidad de los detalles. En un film se puede siempre saber en seguida cómo terminará, quién será recompensado, castigado u olvidado; para no hablar de la música ligera, en la que el oído preparado puede adivinar la continuación desde los primeros compases y sentirse feliz cuando llega. El número medio de palabras de la short story es intocable. Incluso los gags, los efectos, son calculados y planificados” (Adorno y Horkheimer, 1988, p.3).*

Los consumidores finales de los contenidos son los obreros, los campesinos y los pequeños burgueses, a quienes se les bombardea intensamente y a través de todas las formas posibles de comunicación con una única visión del mundo y “como los dominados han tomado siempre la moral que les venía de los señores con mucha más seriedad que estos últimos, así hoy las masas engañadas creen en el mito del éxito aun más que los afortunados. Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza” (Adorno y Horkheimer, 1988).

Sin embargo, con el pasar del tiempo, las luchas sociales han hecho que los anhelos, las capacidades y las ideas de la sociedad contemporánea sean cada vez más complejas, por lo que igual de compleja, amplia e intensa debe ser la dominación sobre ella:

*Film, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí y todos entre ellos. Film y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte. La verdad es que no son más que negocios que sirven de ideología, que deberían legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos. El que las diferencias entre la serie Chrysler y la serie General Motors son sustancialmente ilusorias es cosa que saben incluso los niños que se enloquecen por ellas. Los precios y las desventajas discutidos por los conocedores sirven sólo para mantener una apariencia de competencia y de posibilidad de elección. Las cosas no son distintas en lo que concierne a las producciones de la Warner Brothers y de la Metro Goldwin Mayer (Adorno y Horkheimer, 1988, p. 1).*

De esa manera, surge una estructura en donde “la tiranía deja libre el cuerpo y embiste directamente contra el alma. El amo no dice más: debes pensar como yo o morir. Dice: eres libre de no pensar como yo, tu vida, tus bienes, todo te será dejado, pero a partir de este momento eres un intruso entre nosotros” (Tocqueville, 1864, p. 151). Este proceso es llevado a cabo por un grupo reducido de burgueses a nivel de países, regiones, continentes y en todo el mundo.

Esta apreciación permite entender la manera en que se agrupan las grandes empresas de comunicación, particularmente en América, una relación entre grandes grupos transnacionales, grupos regionales y grupos nacionales, basada en una jerarquía inquebrantable, en donde predomina la voluntad de la transnacional y siendo menor el número de participantes a medida que se analiza la estructura jerárquica de abajo hacia arriba:



*(Becerra, S/F)*

La categoría de “Grandes grupos transnacionales” se refiere a la decena de grupos que tienen como mercado a todo el planeta Tierra, con control sobre diversas actividades comunicacionales en

países de todo el mundo, cuya lógica de desenvolvimiento parte del funcionamiento del mercado estadounidense, debido a que, a pesar de su expansión a nivel mundial, sigue siendo su principal zona de ganancia.

Luego de estos, se encuentran los “Grandes grupos regionales”, los cuales operan en un continente o en una parte determinada de algún continente, no participan en el mercado mundial pero sí pueden llegar a tener gran dominio sobre un mercado continental y los países que lo conforman. Estas empresas son de vital importancia para el funcionamiento de la estructura internacional capitalista de los medios de comunicación; son ellas las que dan un toque regional a las aspiraciones y el contenido de las grandes transnacionales, para que puedan penetrar en el mercado de los países de la región. El último grupo, “Grandes grupos nacionales”, se refiere a las empresas monopólicas y, por lo tanto, líderes en mercados nacionales.

Ante tal realidad, se hace necesario profundizar en el estudio acerca de la dinámica de los medios de comunicación en los Estados Unidos, la conformación de los grandes grupos transnacionales, así como su influencia en las políticas y el contenido comunicacional de regiones como Latinoamérica y países como Venezuela. Refiriéndose al rumbo que han tomado desde hace unas décadas los medios de comunicación en los Estados Unidos, Patria Lancia, profesora de la universidad canadiense “Wilfred Laurier”, afirma:

*“Al terminar la Segunda Guerra Mundial, el 80 por ciento de los periódicos en los Estados Unidos eran independientes. Aún en aquel momento, la Comisión para la Libertad de Prensa, conocida como la Comisión Hutchins, percibió las*

*significantes amenazas a la libertad de expresión por parte de la 'gran agencia de la comunicación masiva'. 50 años después, el ambiente de la comunicación norteamericana se caracteriza por el control monopólico de seis firmas sobre todas y cada una de las facetas de los medios... con sus mesas de directivos y sus alianzas, estos seis gigantes tienen control sobre los modelos públicos de comunicación en la sociedad y sobre la agenda comunicacional en general. También representan el mayor reto con respecto a la libertad de expresión individual en los tiempos modernos” (Lancia, 2009).*

Ese conjunto de empresas que determinan las normas a seguir en cuanto a contenido comunicacional e incluso dominan de manera directa los medios de comunicación de gran parte del planeta, fue catalogado por Ken Auletta, en su artículo “American Keiretsu” (1997) para el New Yorker, como “una compleja tela de araña en la que todos están relacionados con todos”.

## **El “Top Ten”**

La inmensa mayoría del contenido comunicacional consumido en los Estados Unidos y Latinoamérica proviene de una decena de compañías establecidas en la nación norteamericana. Como empresas individuales o como parte de “megagrupos” comunicacionales, estos factores de poder son dueños directos de cientos de medios de comunicación alrededor del mundo o influyen de alguna manera, a través de compañías como Walt Disney Company o AOL/Times Warner, en el contenido cultural o informativo que

se difunde diariamente en la televisión, la radio, el cine, la prensa escrita, la música, las salas de teatro e Internet.

### 1) AOL/Time Warner, Inc.

**Time Warner** es considerada como la corporación mediática más grande del planeta. Nació luego de la fusión entre **Warner Communications** y **Time Inc.** en 1989. Su influencia declinó luego de que dividió su grupo dedicado al entretenimiento, vendiéndole 25% de este a **U.S West** y 5.6% a cada una de las empresas japonesas **Toshiba** y **Itochu**. En el año de 1996 retoma su posición como principal monopolio mundial en el ámbito de la comunicación al adquirir **Turner Broadcasting** y, con ello, todas las empresas que formaban parte de aquel grupo. Antes de la fusión, ambas compañías eran consideradas poderes globales en el ámbito de la televisión, con **TNT/ Cartoon Network** por un lado y los **Warner Channels** por el otro; luego de la operación se creó una inmensa corporación internacional. Actualmente, tiene más de 200 subsidiarias en todo el mundo; sus productos culturales llegan a cada uno de los rincones del planeta; sólo en el año 2011 obtuvo un total de 2,86 billones de dólares en ganancias provenientes únicamente de la industria cinematográfica (McClintock, 2012).

**AOL/Time Warner, Inc** es dueña de una de las principales fuentes de información para los periodistas y medios de comunicación en todo el mundo. Posee: **CNN**, el principal canal de noticias a nivel mundial, visto a través de diez satélites en más de 200 países; **CNN**

en Español, dirigido a Latinoamérica, creado en 1997 y establecido en Atlanta; *CNN Airport Network*; *CNN Headline News*; *CNN Internacional*; *CNN Newsroom*, programa de noticias destinado a salones de clase; y *CNN Radio*. De igual manera, es dueña de estaciones de televisión como *Entertainment Networks*, *Cartoon Network*, *TNT & Cartoon Network* de Asia Pacífico, *Turner Entertainment*, *Turner Network Televisión (TNT)*, *HBO (Home Box Office)*, *Cinemax* y participa en canales fuera de Estados Unidos como *Kablevisión*, de Hungría. De hecho, luego de la fusión con *Turner Broadcasting*, que unió *CNN* y *TNT* con la plataforma de *HBO Internacional* en la que participaba *Warner*, esta última se convirtió en el principal canal por suscripción en todo el mundo, además de que permitió la creación de *Warner Channel*, otro espacio que aumenta en sintonía con cada año que pasa y que, como *HBO*, está disponible en más de 35 países.

Por lo tanto, a diferencia de otras empresas, como *News Corporation*, *Time Warner* no se ha dedicado a la creación de sistemas satelitales ni de plataformas sino, antes que nada, a la producción de contenido, programaciones y la creación de canales de televisión. Además, produce películas a través de **Warner Brothers**, **New Line Cinema** y *Turner Original Productions*, las cuales son distribuidas por *Warner Brothers*; *Warner Brothers International Television Distribution*, es propietaria de *Warner Brothers International Theaters*, que es hoy en día una de las empresas que posee mayor número de salas de cine en todo el mundo con más de 1.000 pantallas fuera de los Estados Unidos, e igual *Warner Home*

*Video*, que busca llevar las producciones a los hogares a través de DVD o TV.

Tiene diversas revistas como *Time Magazine*; *Life* y *Sports Illustrated*, entre muchas otras. Tiene *Time Life Books*, la segunda empresa editorial de libros a nivel mundial; así como *Book-of-the-month*, *Bulfinch Press*, *History Book Club*, sólo por nombrar algunas editoriales bajo su dominio. Posee 50% de *DC Comics*, la casa de historietas que publica Superman y Batman. Es dueña de casas discográficas como *Warner Music Group*, una de las principales en todo el planeta, cuyo 60% de ganancias proviene de fuera de los Estados Unidos; *American Recordings*; *Atlantic Classics* y *The Atlantic Group*. En el ámbito de Internet es dueña de *AOL.com*, *AOL instant messenger*, *Digital City* y *AOL Europe*. Tiene un catálogo de 6.000 películas, 25.000 programas de televisión, libros y caricaturas. Más de 150 tiendas *Warner Bros* y *Turner Retail Group*. Por si fuera poco, el conglomerado participa en *Amazon.com*, tiene parques recreativos a través de *Warner Brothers Recreation Enterprises*, tiene acciones en la compañía de juguetes Hasbro y posee equipos deportivos como los *Bravos de Atlanta* (béisbol) y los *Atlanta Hawks*.

## 2) *General Electric*

Es una de las principales compañías trasnacionales. Dedicada inicialmente a la creación de artefactos electrónicos, su expansión y crecimiento bajo la lógica del capital monopolista la hizo incursionar en el ámbito de la comunicación. Creada en 1878 por Thomas

Edison, pasó de los electrodomésticos al mundo de los sistemas industriales, aviación y comunicación, entre muchos otros negocios. En 1985 su porcentaje de ganancias fuera de los Estados Unidos era de 20%, para 1995 había aumentado a 38% y en el año 2000 a 50%, pudiendo tener más de 100 billones de dólares en beneficios durante un sólo año. El periodista Ernesto Carmona, Consejero Nacional del Colegio de Periodistas de Chile, hace el siguiente resumen con respecto a la evolución de General Electric y su incursión en el ámbito de la comunicación masiva:

*En 1926 formó la National Broadcasting Corporation (NBC), que maneja redes de radio y televisión. Su filial, RCA, controló Random House, pero la vendió en 1980 a S. I. Newhouse's Advance Publications. En 1985 adquirió en 6.300 millones de dólares la parte de RCA sobre la NBC; en 1986 vendió la división de música RCA a Bertelsmann y en 1989 formó CNBC; luego en 1996 lanzó MSNBC. Desarrolló redes de noticias por cable con Microsoft; en 1997 expandió CNBC al Asia y Europa; en 1999 obtuvo 32% de Paxson Communications y la red PAX TV; en 2002 adquirió Telemundo Communications Group en 2.700 millones de dólares, negocio que incluyó a Sony y Liberty Media Corp. Adquirió la red Bravo Network a Cablevision y MGM por 1.250 millones. En 2002 creó NBC Universal con Vivendi Universal, adquiriendo además los holdings de entretenimientos que incluyen parques y estudios de cine y televisión Universal Pictures y tres canales de cable (Carmona, 2004).*

Según este autor, la fusión entre la plataforma de General Electric y Microsoft en 1996 fue vital para la expansión de la empresa en

el ámbito de la comunicación. Eso le permitió que, a partir de la inversión inicial de 500 millones de dólares, ambas compañías se propusieran llevar a cabo planes para desarrollar canales de televisión en Europa destinados a usuarios de computadoras, así como otros proyectos destinados a la creación de espacios informativos internacionales. Igualmente llevó a cabo proyectos dedicados al entretenimiento, tales como: *A&E Network*, visto en decenas de países a través de televisión por cable o satélite; *Sci-Fi*; *NBC Universal Television Studio* y *Universal Television Distribution*, cuyo objetivo consiste en producir y distribuir a nivel internacional contenido para televisión; *Universal Pictures*, productora de películas cinematográficas; además de manejar los parques temáticos de *Universal Parks*, así como los hoteles de estos. Es dueña de *GE Consumer Products*, *GE Industrial Systems*, *GE Medical Systems*, *GE Transportation Systems* y del 30% de *Paxson Communications*, entre muchas otras posesiones.

### 3) *Gannett Company, Inc.*

Es dueña de decenas de periódicos en los Estados Unidos, incluyendo *USA Today*, *USA Weekend*, *USA Today Information Network*, *USA Today Sports*, medios impresos que sirven como referencia y fuente información para periodistas y medios de comunicación a nivel mundial. *Gannett Company, Inc* tiene presencia en Europa a través de *Newsquest Daily Newspapers*, *Daily Echo* y *Bolton Evening News*, entre otros, establecidos especialmente en el Reino Unido y en Irlanda del Norte. Igualmente, ha creado gran variedad

de medios de comunicación destinados al ejército estadounidense desplegado en todo el planeta, entre los que resaltan *Army Times*, *Navy Times*, *Air Force Times*, entre otros, a través de su compañía *Army Times Publishing Company*.

Sobre la *Gannet Company*, el periodista Ernesto Carmona (Ibídem) agrega que incursiona en otra variedad de negocios, como los *Cincinnati Reds* (equipo de béisbol); participa en *Classified Ventures Com LLC*, junto con *New York Times Company*, *Post Company*, *Washington Post Company*, *Tribune Company* y *Central Newspapers Co*; entre otros negocios de diversa índole, aunque se evidencia un desarrollo cuya tendencia es cada vez mayor por aumentar la presencia en el mundo del periodismo y de la comunicación masiva en general.

#### 4) News Corporation

*News Corporation (N.C)* es dirigida por Rupert Murdoch, el hombre que, según la revista **Forbes** posee 9 mil millones dólares y ocupa el puesto setenta y tres en la lista de magnates a nivel mundial. Es uno de los más temidos en el ámbito de los medios de comunicación y la industria en general. Tanto Michael Eisner, Jefe Ejecutivo de *Disney* hasta el año 2005, como Ted Turner, de la compañía *Time Warner*, han declarado que Murdoch es el empresario al que más temen y respetan; por su parte, *Summer Redstone*, de *Viacom*, llegó a afirmar que “Murdoch quiere conquistar el mundo” (McChesney, 1997).

Los orígenes financieros de Murdoch se remontan a Australia, donde nació; ahí creó *News Corporation*, un proyecto que lo haría incursionar en el mercado británico en la década de los sesenta y que, para los años ochenta, lo haría una pieza fundamental en la dinámica comunicacional de los Estados Unidos con la compra de la productora de cine *Twentieth Century Fox* y la creación del canal informativo *Fox*.

El objetivo principal de *News Corporation* es poseer distintas plataformas de información, películas, entretenimiento, deportes y programación infantil, así como garantizar la transmisión efectiva de contenido, vía satélite, cable o televisión abierta. Hoy en día, N.C. tiene presencia en todos los continentes, aunque su principal mercado se encuentra en los Estados Unidos, Europa, Suramérica y parte de Asia; su participación abarca nueve tipos de medios de comunicación, siendo los fundamentales: entretenimiento por TV, periódicos, televisión, revistas y editoriales de libros. Ernesto Carmona señala algunas de las principales propiedades de *News Corporation* en lo que se refiere a la comunicación masiva:

*(Posee) El indicador Dow Jones, su agencia de noticias y el diario The Wall Street Journal. Posee además el canal de noticias Fox News y todo lo que incluya en su nombre la palabra Fox (Zorro), como Fox Sports y otros negocios que se llaman distinto, por ejemplo, el National Geographic Channel, Sky-Directv, etcétera. Por ejemplo, su empresa subsidiaria Liberty Media controla en Chile 100% de la televisión por cable y satelital, a través de sus empresas VTR Global Com (fibra óptica) y Direct TV (televisión sa-*

telital). El conglomerado posee una división de revistas y magazines que publica *TV Guide*, *The Weekly Standard* e *Inside Out*, entre otros. Para hacer cine posee a la *20th Century Fox*, *Fox Television Studios* y *Fox Searchlight Pictures*. En el mundo del libro posee empresas como *Harper Collins* y otras cuarenta editoriales. Sus diarios incluyen al *New York Post* de EEUU; el *News of the World*, *News International*, *Sun*, *Sunday Times* y *The Times*, en el Reino Unido, y más de veinte diarios de Australia (Carmona, 2004).

Para el año 1995, el 70% de las ganancias de *News Corporation* provenía del mercado estadounidense. Sin embargo, la expansión de la compañía, la posesión de cada vez más medios de comunicación a escala mundial y la difusión de contenido a nivel internacional, hacen que hoy más del 50% de sus ganancias provengan de fuera de los Estados Unidos. La compañía ha invertido billones de dólares en establecer sistemas de televisión digital de su autoría en todo el planeta, algo que, según McChesney, es un negocio con mucho margen de riesgo pero que dada la posición oligopólica de algunas pocas empresas en ese ámbito, puede resultar provechoso para ellas. Así nació uno de los sistemas de televisión satelital más rentables del mundo: la *British Sky Broadcasting*.

Además, el conglomerado posee veintidós estaciones de televisión en los Estados Unidos, con el que maneja el 40% de la televisión de ese país; es dueño del 50% de diversos canales internacionales como *FX*, *FxM*, *Fox Kids Worldwide*, y *Fox Sports Net*, *Family Channel*; un total de 132 periódicos en todo el mundo y es uno de los tres más grandes grupos editoriales de diarios del planeta,

entre ellos resaltan *New York Post* y el *London Times*; decenas de editoriales de libros como *Harper Collins Publishers* y *Green Willow Books*; veinticinco revistas internacionales, como *TV Guide*; un catálogo de más de 2.000 películas que son distribuidas a nivel internacional; e incluso posee el equipo de béisbol estadounidense *Los Angeles Dodgers*.

### 5) Viacom

Viacom pasó a ser un gigante de la comunicación en el año 1994, cuando adquirió Paramount y Blockbuster. Eso le permitió que 33% por ciento de sus ingresos provinieran de sus estudios de cine, 33% por ciento de sus parques temáticos, venta/alquiler de películas y música, 18% de la difusión por TV y 14% por publicidad. En aquel momento también se planteó expandir la compañía; uno de los ejecutivos declaró: “No vamos a quitar el pie del acelerador” (Segovia, 2001). Entre los objetivos se encontraba llegar al 40% o más en ganancias fuera de los Estados Unidos para el 2000, algo que lograron gracias a la inversión de más de 1 billón de dólares anuales.

Los principales canales internacionales de Viacom son: *Nickelodeon*, líder en programación infantil, cuya expansión empezó en el año 1996 y cuyo contenido es traducido en diversos lenguajes para poder llegar a 70 países y 90 millones de hogares, sin contar la audiencia estadounidense; y *MTV*, el principal canal internacional de música, con presencia en todos los continentes, con excepción

de la Antártida, gracias a la utilización de tecnología digital que le permite producir contenido destinado de manera específica a regiones particulares del planeta y penetrar de manera más profunda en otras naciones.

Además, cuenta con cadenas de producción y distribución de cine, como *Paramount Pictures*, *Paramount Home Entertainment* y *United Cinemas International* (una de las tres más grandes compañías de salas de cine en el mundo); material para TV, para lo que cuenta con las cadenas *CBS* y *UPN*, así como *Spelling Television*, *Big Ticket Television*, *VH1*, *Showtime*, *Paramount Networks*, *TV Land*, entre otras; posee el 50% de *Comedy Central*; maneja *Infinity Broadcasting*, una cadena de radio que cuenta con cientos de emisoras radiales estadounidenses y extranjeras; publica revistas y libros a través de *Pocket Books*, *Free Press*, *Simon & Schuster*, *Touchstone* y *Pocket Pulse*, entre otras; produce música gracias a *Famous Music*; además, cuenta con diversos parques temáticos y tiendas de marca propia a través de *Paramount Parks*.

## 6) *Walt Disney Company*

La *Walt Disney Company* es conocida por todas las generaciones de seres humanos que hoy habitan en el planeta; se le recuerda por uno de sus principales símbolos: el ratón Mickey. Precisamente, ha sido en los ámbitos del entretenimiento y la animación donde *Disney* ha desarrollado gran parte de su actividad, mas no los

únicos. En 1990, la compañía dejó de darle prioridad a sus parques temáticos para enfocarse cada vez más en las áreas del cine y la televisión. Gracias a eso, en 1995 se lleva a cabo una de las más grandes adquisiciones en la historia financiera cuando **Disney** compró **Capital Cities/ABC** por 19\$ billones de dólares. Un año después, como parte de la reestructuración, se decidió unificar todas las actividades globales de la compañía en **Disney/ABC International**; esa medida permitió la expansión y el crecimiento del **Disney Channel** (Canal Disney) hasta convertirse en uno de los principales espacios globales de recreación infantil, apoyado en las enormes capacidades y los enormes recursos de **Disney**. El autor estadounidense Robert McChesney, en su artículo “**The Global Media Giants**” (1996), afirma que:

*La compra de ABC le permitió a Disney, que ya era considerado como la industria líder en la utilización de la metodología de “industria cruzada”, contar con una red de difusión en los Estados Unidos y la incorporación de amplios elementos referentes a los medios de comunicación con alcance mundial. Según Advertising Age Disney está posicionado, como ningún otro, para realizar prácticamente cualquier tipo de mercadeo, a cualquier nivel y en cualquier parte del mundo. La adquisición de Capital Cities/ABC se unió a los ya existentes acuerdos de mercadeo con McDonalds y Mattel, y, aunque la compañía prefiere trabajar por su cuenta, algunos de sus ejecutivos han declarado que Disney tiene planes de expandirse de manera agresiva a nivel internacional, llegando, de ser necesario, a acuerdos con empresas locales o con otros magnates globales, así como la compra de otras compañías.*

Además, con la compra de *ABC*, *Disney* adquirió el principal canal mundial de deportes: *ESPN*, que cuenta con *ESPN*, *ESPN2*, *ESPN News*, *ESPN Now*, *ESPN EXtreme*, una red radial con más de 420 emisoras y *ESPN Sports-Zone*, la página Web del canal, una de las más visitadas en Internet. *ESPN Internacional* difunde contenido en más de 165 países, produciendo material de acuerdo con las prioridades deportivas de cada región; para ello traduce y produce material en más de 21 lenguajes. El contar con *ESPN* le permite a *Disney* alcanzar una audiencia a la que antes no llegaba: hombres jóvenes, usualmente solteros, de clase media. Igualmente, el megagrupo *Disney* posee otros canales internacionales de gran envergadura y con gran número de audiencia, tales como *The History Channel*, *ABC Family*, y participa junto a *General Electric* en *A&E Television*, y con *Comcast* y *Liberty Media* en *E! Entertainment*.

Participa en la publicación de libros, tanto en los Estados Unidos como a nivel internacional, a través de *Hyperion Books*, *Fairchild Publications*, *Walt Disney Company Book Publishing*, *Magazine Subsidiary Groups*, *CHilton Publications*, *Miramax Books*, *Disney Publishing, Inc* y *ABC Publishing Group*. Produce y distribuye películas de cine en todo el mundo con *Buena Vista Home Entertainment*, *Buena Vista International*, *Buena Vista Home Video*, *Hollywood Pictures*, *Miramax Films*, *Touchstone Pictures*, *Caravan Pictures* y *Walt Disney Pictures*.

Como es conocido, *Disney* cuenta con una gran estructura de parques temáticos, entre los que resaltan *Disneylandia* y *Disney*

*World*, establecidos en diversas partes de Estados Unidos y Europa, aunque la compañía también posee acciones en parques temáticos de otras partes del mundo, como Japón; cuenta con **Disney Quest**, una cadena de tiendas destinadas a los videojuegos; participa en el negocio de las nuevas tecnologías multimedia con **Walt Disney Internet Group**, **ABC Internet Group**, **Disney.com**, **ABC.com** y **ABCnews.com**; está incorporada al negocio de los juegos de video; fue fundadora de **Americast**, compañía dueña de diversas empresas telefónicas y posee la cadena de cruceros **Disney Cruise Line**. Ernesto Carmona se refiere de la siguiente manera con respecto a las propiedades de la **Walt Disney Company**:

*IncurSIONa en el teatro y los deportes con **Walt Disney Theatrical Productions**, que incluye la producción de versiones de sus éxitos infantiles como **The Lion King**, **Beauty and The Beast** y **King David**. Posee los equipos **Anaheim Sports, Inc.** (Angeles de Anaheim, béisbol) y **Mighty Ducks of Anaheim**, que participa en la liga nacional de hockey. Tiene otros negocios internacionales: **Hamster Productions** (producción de televisión francesa), **Japan Sports Channel**, **RTL2** (producción y distribución de televisión alemana), **Scandinavian Broadcasting System**, **TeleMunchen** (producción y distribución de televisión alemana), **Tesouro of Spain** y **TV Sport of France**. Para producción y distribución de televisión utiliza a **Buena Vista Television**, **Touchstone Television**, **Walt Disney Television**, **Walt Disney Television Animation** (posee instalaciones de producción fuera de EEUU: en Japón, Australia y Canadá). (Además) **Disney** se da tiempo para buscar y explotar petróleo y gas natural a través de la financiera **Sid R. Bass** y explota el retail con **The Disney Store** (más de 550 tien-*

*das en todo el mundo). En música actúa con Buena Vista Music Group, Hollywood Records (música popular y bandas de sonido para cine), Lyric Street Records (sello de música country de Nashville), Mammoth Records (sello de música popular y alternativa) y Walt Disney Records (Carmona, 2004).*

## 7) Vivendi Universal

En el año 1995 la compañía transnacional **Seagram** compró **MCA** (hoy Universal) a **Matsushita** (empresa japonesa, dueña de Panasonic) por una cifra de 5.7 billones de dólares, como parte de un plan de expansión hacia el área de la comunicación, que la llevó a adquirir también **Polygram**. Cinco años después, al no poder obtener las ganancias que se esperaban, la empresa es vendida a la francesa **Vivendi**, adquiriendo así el nombre de **Vivendi Universal**. La compañía europea tampoco materializó sus expectativas con respecto a la adquisición; todo lo contrario, alcanzó grandes deudas como consecuencia de los proyectos de **Universal**, lo que la lleva, en el año 2005, a vender el 80% de sus acciones a la **General Electric**, que le da el nombre de **NBC Universal**. En el año 2006 la G.E compró el 20% de **Vivendi** y se convirtió en el dueño absoluto de la empresa.

La inmensa mayoría de las ganancias de **Universal** son obtenidas gracias a la producción de películas para cine y programas de todo tipo destinados a televisión, principalmente a través de **Universal Studios, USA Networks Inc. y Multimedia Entertainment**. Tiene

participación activa en los canales de televisión por cable y satelital **HBO, USA Network** y **Sci-Fi Network**. Las producciones de sus principales estudios cuentan también con una serie de compañías afiliadas que se encargan de distribuir el material a escala global tales como **Cinema Internacional Corp., Cinemas International** y **Cineplex Odeon Corp.**

**Universal** también cuenta con herramientas para la edición de libros y revistas. En ese sentido, resaltan **Larousse, Anaya, Nathan**, además de poseer la conocida revista **Rolling Stone**. De igual manera, cuenta con **Universal Music Group**, su principal compañía de música que la hace una de las más grandes productoras de música en todo el mundo; en alianza con **Yahoo!** y **Sony** maneja **Duet**, un servicio de suscripción de música; **Vivenda Environment**, la principal distribuidora de agua en todo el mundo; participa en el ámbito de las telecomunicaciones con **Cegetal** y **Vivendi Telecom International**; cuenta con diversos parques de recreación como **Universal Studios, Universal's Islands of Adventure, Universal Studios Theme Park, Universal Mediterranea Theme Park, Universal Studios Japan, Wet n' Wild Orlando**, sitios acompañados por hoteles y espacios como **Hard Rock Hotel, Universal Orlando Resort, Portofino Bay Hotel**, entre otros.

## 8) The New York Times Company

No todas las corporaciones que juegan un papel relevante en el ámbito de la comunicación tienen las mismas dimensiones; existen

algunas que, aunque conserven todavía características de empresas regionales, tienen participación en algunos proyectos internacionales o tienen entre sus principales objetivos el avanzar en ese sentido para asumir un papel cada vez más dominante en las relaciones internacionales. Robert McChesney (1997) plantea que:

*Debajo de los grandes gigantes globales existe, en la cadena de los medios de comunicación, una cantidad de corporaciones que manejan ciertos mercados regionales. Algunas de estas compañías pueden llegar a tener el tamaño de una empresa global pequeña o mediana, pero no tienen un alcance global. Algunas de estas compañías de segundo nivel pueden dirigirse a ser gigantes globales de la comunicación a través de fusiones agresivas y la adquisición de empresas parecidas y del mismo tamaño; otras, las menos afortunadas, muy probablemente sean digeridas por las compañías más grandes, pasando así a formar parte de imperios aún más grandes.*

En el caso de *The New York Times Company*, lo primero que resalta es su participación, con 50% de las acciones, en uno de los principales canales de contenido científico y no de ficción a nivel mundial: *The Discovery Channel*, que es visto en cerca de 180 países, con una audiencia mensual de 132 millones de telespectadores y con un total de 1,5 billones de suscriptores a lo largo de su existencia (Tham, 2010). De igual manera, posee periódicos, estaciones de radio y canales de televisión. A pesar de que casi la totalidad se encuentran ubicados en los Estados Unidos, muchos de ellos tienen prestigio a nivel mundial y sirven como referencia noticiosa e informativa para periodistas de todo el planeta, como

*The New York Times*, *The Boston Globe* y *The International Herald Tribune*. Así mismo, posee parte del equipo de béisbol *Boston Red Sox*, la emisora *WQXR-FM* y sitios web como *Boston.com* y *NYTimes.com*.

### 9) *The McClatchy Company*

La situación actual de la *McClatchy Company* es parecida a la de *The New York Times Company*. Su influencia reside en la posesión de medios de comunicación que, aunque establecidos en los Estados Unidos, son referencia a nivel mundial como fuente informativa y de opinión. En ese sentido, la *McClatchy Company* cuenta con *Knigh Ridder*, un holding con más de tres decenas de periódicos; algunos de los más resaltantes son *Miami Herald* y *El Nuevo Herald* (versión en español del Miami Herald).

Además de esos medios de comunicación, su presidente, Gary B. Pruitt, es también director de la agencia noticiosa *Associated Press* y de la Newspaper Association of America (VTV, 2010). La compañía es, además, especialista en el ámbito de la informática. Todos los diarios bajo su dominio cuentan con versiones digitales a través de McClatchy Interactive, destinada a crear herramientas de software, entre las que resaltan *Real Cities*.

### 10) *The Washington Post Company*

*The Washington Post Company* es mejor conocida por la publicación del diario que lleva su nombre: *The Washington Post*, aunque

no se dedica exclusivamente a ello. La empresa tiene participación en medios de comunicación como *Los Angeles Times*, *Post Newsweek*, *Tech Media*, *Newsweek Productions*, *The Herald*, *Washingtonpost*, *Newsweek Interactive (WPNI)*, *El Tiempo Latino*, *The Gazette*, *Southern Maryland Newspapers* y *Newsweek.com*. Otros negocios en los que participa la compañía están relacionados con la educación, como *Kaplan Inc*, proveedor de educación a nivel internacional; y en otras esferas como *Bowater Mersey Paper Company*, *Tech Media*, *Government Computer News*, *Cable ONE* y *Post-Newsweek Stations* (Carmona, 2007).

## **Dominio sobre el medio criollo**

Los grandes magnates globales de la comunicación necesitan condiciones que sirvan de enlace con las regiones a las cuales piensan dirigir sus productos finales. La propiedad de los medios de comunicación así como los contenidos difundidos, a pesar de estar constituidos por personas o grupos regionales dependen, en mayor o menor medida, de las grandes transnacionales, quienes pagan importantes sumas de dinero que permiten la manutención de las empresas regionales así como su expansión, mientras que éstas no atenten contra los designios de las primeras.

En Latinoamérica, los medios de comunicación se encuentran, en general, dominados por una menor cantidad de empresas, familias o personas entre las que resaltan *Cisneros Group* (Venezue-

la), **Globo** (Brasil), Clarín (Argentina) y **Televisa** (México). Estos grandes grupos regionales se han caracterizado por producir y distribuir gran parte del material de comunicación desde México hasta Argentina, enfocados principalmente hacia la televisión, aunque cada uno de ellos cuenta con empresas y compañías afiliadas destinadas a ámbitos más allá de lo comunicacional.

Sin embargo, a medida que se profundiza el análisis sobre los medios de comunicación desde los grandes grupos globales hasta los grandes grupos nacionales, se hace evidente una mayor privatización y un dominio mucho más limitado en los mercados más pequeños. Así ocurrió durante décadas con la televisión y el cine en Venezuela, como lo expone el escritor Luis Britto García (2012):

*Durante varias décadas, la televisión comercial en Venezuela fue un oligopolio de dos familias constituidas como poderosos grupos económicos: la **Organización Diego Cisneros (ODC)**, que posee **Venevisión**, y el grupo **IBC**, controlado por las familias Bottome y Granier, que dominan **Radio Caracas Televisión** y **Radio Caracas Radio**. Contra la decidida oposición de estos grupos, surgieron posteriormente **Televen**, de Camero Zamora, **Globovisión** (de Alberto Federico Ravell y Guillermo Zuloaga), **CMT** (de Humberto Petricca Zugaro), **Meridiano TV** (del editor Armando de Armas) y **La Tele**. Estos grupos privados, aunados a las televisoras locales, controlan 94% de la cobertura nacional y desarrollan 85% de potencia efectiva irradiada, dejando para el sector público un magro 15%. (p. 15).*

Al igual que los grandes grupos globales, los grupos o empresas regionales y nacionales no sólo se dedican al ámbito de la comu-

nicación; muchos de ellos expanden sus negocios para maximizar sus ganancias y tener más posibilidades de ejercer influencia en el desenvolvimiento de la sociedad. Así, se apropian de revistas, agencias de publicidad, disqueras y prestaciones de asesoría de imagen. Igualmente, propietarios de canales de televisión también poseen algunos de los principales periódicos del país, como Armando Armas quien, además de tener *Meridiano TV*, cuenta con los diarios 2001, dedicado al ámbito informativo, y Meridiano, impreso dedicado al deporte.

Eso hace que la prensa se encuentre igual de concentrada que la televisión nacional; en la docena de periódicos nacionales que existen en Venezuela, así como las revistas, los principales son propiedad de alguna de las familias o de los grupos de gran poder económico en el país, algunos de ellos, incluso, bajo control o influencia de capital extranjero, como *Radio Caracas* que cuenta con una gran inversión de capital colombiano o la *Organización Cisneros* que tiene fuertes relaciones e inversiones en los Estados Unidos. Sin embargo, más allá del oligopolio o el dominio que unas pocas empresas puedan tener sobre los medios de comunicación en Venezuela, existe un factor mucho más alarmante e importante: el auge de la televisión por suscripción en el país.

Para inicios del siglo XXI, existían en Venezuela un total de 35 empresas destinadas a la televisión por suscripción, que contaban con 778.904 suscriptores, sirviendo en 4.685.917 hogares y con un 16,62% de penetración por cada 100 hogares. Para el año 2005, esa cifra aumentó a 45 empresas, 1.117.553 suscriptores, siendo vistas

en 6.215.837 hogares a nivel nacional y con un 17,98% de penetración por cada 100 hogares. Los datos más recientes muestran que para el año 2011 se llegó a 165 empresas de difusión por suscripción, con 2.794.776 suscriptores, siendo vistas en 7.085.375 hogares y con 39,44% de penetración por cada 100 hogares del país (Observatorio Estadístico de Conatel, 2012).

El crecimiento de la televisión por suscripción evidencia que, más allá de la compra de contenido que hacen los grupos regionales y nacionales a las grandes empresas globales de la comunicación, las venezolanas y los venezolanos se encuentran cada vez más en contacto con los canales y los espacios de difusión poseídos directamente por las grandes transnacionales de la comunicación, algo que hace pertinente y necesario el análisis y el debate con respecto a la desigualdad en la producción y difusión de contenido comunicacional en todo el mundo. El economista uruguayo Luis Stolovich (2003) lo plantea de la siguiente manera:

*El intercambio internacional de contenidos —y en particular de información— se caracteriza por fuertes asimetrías: los países desarrollados, y sobre todo Estados Unidos, son los grandes productores y abastecedores del mundo; los países subdesarrollados son, casi sin excepción, principalmente receptores/consumidores de las producciones y de las informaciones generadas en el Norte. La relación de mensajes emitidos/recibidos, así como el saldo comercial de las transacciones, es positiva para unos y negativa para otros. La producción de bienes y servicios culturales y comunicacionales se caracteriza contemporáneamente por una fuerte concentración de recursos, que se proyecta por encima de las fronteras geográficas y políticas. Esta con-*

*centración adquiere a menudo un poder más efectivo que el de muchos Estados nacionales: los grandes conglomerados transnacionales son los que determinan o condicionan sustancialmente la circulación de bienes y servicios culturales”.*

En el año 1998, cuando aún no se habían llevado a cabo una parte importante de las fusiones empresariales que crearon a algunos de los grandes megagrupos comunicacionales actuales y cuando aún no existía una penetración tan alta de la televisión por satélite o cable en todos los estratos de la sociedad, el 70% de la programación televisiva en América Latina y el 80% del contenido cinematográfico, difundido en la TV o las salas de cine, era estadounidense (Stolovich, 2003). El aumento en la última década de empresas de televisión por suscripción en la región, así como el auge de Internet, demuestran que esa cifra, lejos de disminuir, ha crecido.

La expansión del capital ha transformado, e incluso acabado, con conceptos geopolíticos como frontera, soberanía, independencia, Estado y democracia (Ramonet, 1992, p. 16). El dominio de las grandes corporaciones mediáticas sobre lo que deben ver o no los pueblos del mundo atenta contra los más elementales principios de la participación y de la voluntad de la mayoría, como afirma Segovia (2005):

*Por su importancia en términos de democracia, conviene subrayar la enorme influencia que los grupos de poder económico ejercen a través de los medios de comunicación social, la mayoría de los cuales están bajo control directo o pertenecen a grupos nacionales con los cuales tienen buenas relaciones y afinidades. A través de los medios de co-*

*municación estos grupos hacen aparecer sus agendas particulares como agendas nacionales y tratan de influir sobre la opinión pública sobre políticas que ellos consideran críticas para sus intereses. Además, la influencia sobre los medios de comunicación y la ausencia de legislación efectiva que regule el acceso a los medios, les permite a los grupos de poder económico marginar a las voces que cuestionan la orientación general de la política socioeconómica. Como resultado, en algunos países del área ha disminuido la calidad del debate público sobre temas económicos, lo que a su vez ha influido negativamente en la legitimidad de las políticas públicas implementadas.*

El hecho de que la comunicación masiva sea dominada por un pequeño grupo de empresas o familias supone un control sobre la información, un derecho que la sociedad no le ha dado a ninguna de las grandes corporaciones, mientras que les permite a éstas, como parte de conjuntos de empresas que abarcan diversos sectores, tomar decisiones más allá de la voluntad y la crítica popular, esconder acontecimientos, tergiversar eventos y no tener que dar explicaciones. Incluso, en los mismos Estados Unidos, de donde proviene casi la totalidad de las empresas que producen gran parte del contenido que se ve y oye en América Latina, crece una crítica en este sentido:

*Necesitamos presionar para cambiar el sistema de medios, para que sirva verdaderamente a los valores democráticos y no a los intereses del capital. El sistema de medios en los Estados Unidos no es “natural”, no tiene nada que ver con los deseos de los Padres que fundaron esta nación, y mucho menos tiene que ver con una supuesta libertad de mercado.*

*Al contrario, este sistema de medios es el resultado de leyes, subsidios de gobiernos y regulaciones hechas a nombre del pueblo, pero llevadas a cabo de manera corrupta, a puerta cerrada y sin que ese público tenga conocimiento alguno. Las más grandes compañías de la comunicación han crecido, en parte, por aportes y regalos de gobiernos que han fortalecido los derechos al monopolio sobre el espectro de la comunicación o sobre las franquicias de cable... es imposible concebir un mejor mundo con un sistema de medios de comunicación que se rige desde Wall Street o desde la avenida Madison, bajo la dirección de la clase poseedora (McChesney, 2000).*

Aquel “derecho a la información” establecido en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, al que se refiere McChesney, dejó de existir hace mucho tiempo en la nación norteamericana. Sin darse cuenta, los estadounidenses cedieron las señales de radio y de televisión, que deberían constituir un bien público, a manos de unos pocos megagrupos oligopólicos. Unas empresas que, hasta la década de los ochenta se desenvolvían en el ámbito nacional estadounidense, a pesar de que se exportaba alguna cantidad de libros, películas, música y shows de televisión. Desde los ochenta en adelante, gracias a presiones de algunos grupos económicos, así como del Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y los gobiernos de los Estados Unidos, se profundizó el proceso de privatización de los sistemas de comunicación y tecnología digital que, junto a la lógica inherente al capital, llevó a la expansión y el dominio de dichas empresas sobre el contenido y los medios de comunicación de

gran parte del mundo, especialmente de Latinoamérica. Lancia (2009) refiere que:

*La posesión monopólica sobre los medios de comunicación interfiere e incluso restringe el ejercicio de la libertad de expresión en numerosas formas, especialmente en la restricción con respecto a la producción y distribución de contenido. En términos concretos, mientras más se concentre la propiedad de estos elementos, más gente es despedida, lo que hace que cada vez se reduzca más la cantidad de persona que participen o contribuyan en la creación y difusión de contenido. De una manera más indirecta, el costo para participar en los medios de comunicación evita el acceso y la posibilidad de utilizar los medios como verdaderas herramientas de comunicación. Finalmente, el monopolio<sup>1</sup> sobre los medios de comunicación hace sumamente difícil la creación y la supervivencia de medios independientes. El resultado final es una situación donde el discurso público es dominado por la voz de las corporaciones y de aquellos individuos que tienen los recursos para acceder a un sistema de medios que se basa en la ganancia económica.*

Lo que Lancia califica como la relación entre los medios poseídos por los grandes oligopolios y los medios ajenos a ellos puede ser perfectamente trasladado al ámbito internacional. El dominio que tienen unas pocas corporaciones capitalistas transnacionales sobre la comunicación en todo el mundo supone una dificultad para que los países de la periferia del capital o en construcción del socialismo creen y puedan difundir efectivamente contenido comunicacio-

---

<sup>1</sup> En rigor, se trata de una concentración de los medios de producción y difusión de contenidos comunicacionales en pocas manos, por lo que el término correcto sería *oligopolio*.

nal, lo que supone un daño gigantesco a la memoria histórica de los pueblos, en tanto el contenido foráneo no resalta sus valores, su historia y sus tradiciones, modificando la cultura de esas naciones en aras del gran capital.

## 5. CONTRAPUNTEO CULTURAL

No puede asumirse el análisis de las desigualdades comunicacionales y culturales en el siglo XXI si no se toma en cuenta la lógica del sistema capitalista y, especialmente, la manera en que ese modo de producción ha venido transformando la dinámica mundial. De manera particular, resalta el hecho de que el desenvolvimiento de la industria y de la economía, que se llevaba a cabo dentro de los límites y las fronteras de cada uno de los países en donde se hallaba desarrollado el capitalismo, comenzó a extenderse en el siglo XX hacia otras naciones. Con ello, los centros generadores del capital dejaron de exportar mercancías, para comenzar a exportar toda la línea de producción y establecerse en las naciones con menor desarrollo material.

Esa dinámica convirtió al mundo en una gran red conectada por todo tipo de relaciones, un proceso que es catalogado como *globalización*. Sin embargo, sería absurdo plantear que la globalización es un referente únicamente destinado al ámbito productivo, aunque sus bases se encuentran íntimamente ligadas con ese aspecto en particular. Éste ha sido un fenómeno sumamente complejo que, al transformar la manera en que el trabajo se lleva a cabo, abarcó y modificó otras dimensiones sociales y culturales. El profesor Enrique Vergara señala, en su obra *Medios de comunicación y globalización*, que:

*Un aspecto central para la comprensión de este tema lo constituye el desarrollo de la **modernidad**. Al respecto, Thompson ha intentado demostrar que el desarrollo de*

*los media ha estado fundamentalmente interrelacionado con las transformaciones institucionales más importantes que han dado forma al mundo moderno. En efecto, el desarrollo de los medios de comunicación, desde las primeras formas de impresión hasta las actuales comunicaciones electrónicas, constituirían una parte integral del surgimiento de las sociedades modernas. De esta forma, el desarrollo de los medios de comunicación estaría mezclado de forma compleja con un determinado número de procesos de desarrollos paralelos que, tomados en su conjunto, constituyen lo que se ha convenido en llamar la “modernidad” (2006, p. 101).*

Al igual que en el ámbito económico, la figura del oligopolio se trasladó a los medios de comunicación. Históricamente se planteó como una forma para evitar la falta de pluralismo y la concentración en la comunicación, para que la creación de los productos culturales no proviniera de las mismas voces. ¿Cómo se puede garantizar el derecho y la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole cuando existe una apropiación tan limitada y minoritaria sobre los medios de comunicación en todo el mundo? Esta situación llevó al autor estadounidense Robert McChesney a plantear que «en pocas industrias el nivel de concentración ha sido tan asombroso como en los medios de comunicación» (Becerra, S/F).

Por lo tanto, la concentración con respecto a la propiedad de los medios de comunicación es una consecuencia directa de los procesos de producción y reproducción del capital. Esa dinámica es la que ha llevado a la creación de grandes empresas «todopoderosas» a través de la utilización de diversas metodologías como la compra y venta

de acciones, la integración de la industria de la telecomunicación con las industrias de medios y la cultura, la creación de grandes grupos nacionales, regionales e internacionales, la inserción de dichos grupos en otras ramas industriales, así como la fusión horizontal y vertical entre distintas compañías (Becerra y Mastrini, 2006, p. 15). En este orden de ideas, Segovia Alonso (2004) planteaba lo siguiente:

*Especialmente significativo en las últimas décadas, en las que la tendencia a la consolidación, corporativización, integración, diversificación e internacionalización ha rebasado los campos de la publicidad, la edición, la prensa, la radio, la televisión, el cine y la industria discográfica y de telecomunicaciones. La liberalización, privatización y concentración han producido gigantescos cambios en el panorama comunicativo internacional. Ben Bagdikian (1986) nos hablaba en su libro *The Media Monopoly de 50 conglomerados transnacionales que dominaban el mercado, pero en las sucesivas ediciones de su obra ha ido disminuyendo ese número. En el prólogo a la quinta edición, de 1997, lo reduce a 10. Lo que supone, entre otras cosas, que la búsqueda de la rentabilidad económica se ha convertido en la meta primordial de las empresas de medios de comunicación. Su apertura a las leyes del mercado y la comercialización de sus contenidos ha introducido transformaciones difíciles de perfilar (y a estas alturas incluso de aprehender) en el producto de los medios de comunicación de masas. La pluralidad, la información y la cultura son valores secundarios (p. 1).**

La centralización con respecto a los medios de comunicación se debe a la tendencia del capital de establecer una o pocas empresas oferentes en un mercado en particular. Cuando deja de existir la

competencia entre distintos tipos y formas de empresa para, en su lugar, implantarse unas pocas empresas de gran envergadura, se puede hablar de que existe una situación de oligopolio. Es por ello que la concepción oligopólica de la economía lleva al enriquecimiento de unas empresas o grupos, pero daña, e incluso destruye, a aquellos con menor capacidad, algo que se traslada perfectamente al ámbito comunicacional. Esto es posible gracias a dos formas esenciales para la creación de grandes grupos empresariales y comunicacionales: integración vertical e integración horizontal.

La integración horizontal se refiere a la apropiación, por parte de alguna empresa, grupo o persona, de un medio de comunicación perteneciente a un sector distinto al originario del o la compradora, con lo cual se expande la compañía y se llega a tener mayor control sobre la oferta de un producto determinado, así como la incursión a los medios de comunicación por industrias completamente ajenas al ámbito comunicacional, algunas de las metodologías utilizadas para ello son: consejos de administración interconectados, alianzas estratégicas, joint ventures y acuerdos de merchandising. En el primero de los casos existen ejemplos como la compra de los estudios estadounidenses Twentieth Century Fox por parte de News Corp, gigante creado por Rupert Murdoch y dedicado al ámbito informativo; el segundo caso se puede evidenciar en la compra de NBC (una de las principales cadenas de televisión en los Estados Unidos) por General Electric (el principal monopolio del planeta, dedicado, antes que nada, a la venta de artefactos electrodomésticos).

Con respecto a la integración vertical, ésta se refiere al apropiamiento por parte de alguna empresa, grupo o persona de todo el proceso de producción y distribución en el ámbito al cual se dedica, desde la materia prima, la creación del material, hasta la difusión del contenido. Algunos de los ejemplos que se pueden citar son: la compra del complejo de salas de cine Cineplex-Odeon por parte de los estudios de cine MCA-Universal, así como la compra de empresas de papel por algún periódico. Respecto de este tipo de concentración, la profesora Ana Segovia destaca que:

*Ésta es una tendencia significativamente importante para una industria como la de los medios de comunicación, ya que como veremos en el siguiente apartado, está sometida a presiones extras por la incertidumbre y variabilidad del mercado al que se dirige. Cuanto más controle el proceso, desde el germen de la idea original a su venta, pasando por la producción, la distribución y la exhibición, más posibilidades tendrá de eliminar imprevistos que redunden en su perjuicio. Por supuesto esto también supone que las pequeñas empresas muchas veces quedan fuera del mercado porque se les niega el acceso a la distribución o exhibición de sus contenidos (2004, p. 33).*

La autora agrega que otra de las herramientas utilizadas por las grandes empresas internacionales de la comunicación para centralizar las estructuras comunicacionales consiste en “recurrir a una corporación dividida en diferentes compañías que funcionan con bastante independencia —en lo que al aspecto económico se refiere— y con juntas de dirección diferentes” (Ibídem, 2004, p. 35). Este proceso permite crear una percepción de diversificación

económica, cuando en realidad se relacionan todas las compañías y trabajan en función de una misma línea, a pesar de contar con juntas directivas diferentes, colocando a Disney como el principal ejemplo: como estudio, crea una película animada, una de sus compañías discográficas realiza un disco, una de sus editoriales publica libros sobre la trama, distintas compañías cercanas crean juguetes de los personajes, sus canales de televisión promocionan la película e incluso cuentan con parques de atracciones para la divulgación de contenido. La inmensa mayoría de las ganancias de las películas de Disney provienen de las promociones y del material que realizan las compañías adscritas de alguna manera a la casa matriz Disney.

De igual forma, pueden llevarse a cabo alianzas estratégicas entre distintas corporaciones destinadas a la comunicación, sin llegar a fusionarse ni perder su estructura y su dinámica originaria. Así, en aras de maximizar las ganancias, pueden realizarse desde pequeñas producciones en conjunto hasta inversiones en proyectos de gran escala, como por ejemplo la creación de canales de televisión por satélite de propiedad mixta o compartida, como ESPN Star Sports entre News Corp. y Disney o JSkyB entre News Corp. y Sony, por ejemplo.

Sin embargo, no todos los intentos por centralizar los procesos de comunicación en el ámbito del capitalismo han sido un éxito. Existen cientos de ejemplos que muestran grandes fracasos, fusiones que debieron suspenderse por falta de capacidad o por la negativa de los gobiernos de Estados Unidos o de Europa, en el caso de

fusiones trasatlánticas. Independientemente de eso, muchas de las fusiones que se han llevado a cabo han tenido que atravesar por grandes dificultades; “las adquisiciones o fusiones que se producen para evitar desaparecer del mercado engullidos por otro gigante del sector ansioso de expandir su cuota de mercado o su margen de beneficio generan deudas millonarias” (Segovia, 2004, p. 33), algo que promueve el alza de costos en los productos y afecta directamente a la sociedad.

Más allá de las dificultades encontradas, las fusiones y la creación de grandes magnates de la comunicación a nivel mundial desde finales del siglo XX ha sido un éxito para la élite que los controla: un puñado de empresas dirigen la política comunicacional del mundo. Al respecto, Robert McChesney señaló en el año 2002:

*Las industrias que se dedican de modo específico a los medios de comunicación están cada vez más concentradas, y los actores dominantes en cada una de las industrias de medios de comunicación son, cada vez más, empresas subsidiarias de enormes conglomerados globales de medios de comunicación (p. 235).*

Esos enormes conglomerados globales de medios de comunicación constituyen los focos de dominación cultural en la actualidad, provenientes todos, sin excepción, de los Estados Unidos.

Sobre el dominio de los grandes grupos mundiales de la comunicación, Buen Abad (2006) agrega:

*Las triunfadoras de la **globalización** (es decir, el imperialismo colonial) son mil empresas que poseen activos que equivalen a 1,42 veces el valor del producto interno*

*bruto mundial. En el grupo toma cada vez más relevancia un segmento de nuevas compañías, en las ramas de la tecnología y las telecomunicaciones, la llamada “nueva economía”. Business Week publicó que los activos de mil compañías privadas alcanzaron el último año la suma de 40 billones 914 mil 607 millones de dólares, una cantidad que supera en 42,5 por ciento al producto interno bruto de todos los países del planeta... El triunfo de las grandes empresas de telecomunicaciones es uno de los temas sobresalientes que surgen de las mil compañías globales de este año (p. 80).*

En el mismo orden de ideas, García Canclini (1995) destaca que:

*La apertura de la economía de cada país a los mercados globales y a procesos de integración regional fue reduciendo el papel de las culturas nacionales. La transnacionalización de las tecnologías y de la comercialización de bienes culturales disminuyó la importancia de los referentes tradicionales de identidad. En las redes globalizadas de producción y circulación simbólica se establecen las tendencias y los estilos de las artes, las líneas editoriales, la publicidad y la moda (p. 124).*

Desde mediados del siglo XX, la industria detrás de los medios de comunicación fomenta la eliminación de valores propios en el contenido audiovisual, buscando estandarizar los materiales para que puedan ver vida en los espacios televisivos, cinematográficos o discográficos. Gracias a esa lógica, se ayuda a la desfolklorización de la comunicación, fenómeno que Adorno y Horkheimer describieron a partir de la definición de industria cultural, entendida ésta como “la producción industrial de bienes culturales

como movimiento global de producción de la cultura como mercancía” (Adorno, 1983, p. 87).

El concepto de **industria cultural** permite comprender el proceso de transculturización como una consecuencia del capitalismo, cuya lógica de homogenización busca reducir esfuerzos y gastos de realización, así como la creación de aspiraciones y anhelos únicos en los distintos mercados, teniendo como finalidad el constante crecimiento de la acumulación de riqueza por encima de todas las cosas. Reforzando la idea de Adorno, Barreto (2006) expone la lógica de producción y consumo a partir de la creación de necesidades tras la industria cultural:

*Decía Adorno que la industria cultural opera con una lógica doble: la introducción en la cultura de la producción en serie —con lo cual se tacha todo aquello en razón de lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social— y la imbricación entre producción de cosas y producción de necesidades, por la que la fuerza de la industria cultural radica en su unidad con las necesidades producidas” (p. 129).*

Por lo tanto, la industria cultural supone un avance con respecto a teorías y conceptos anteriores, ampliando el margen de análisis, permitiendo entender a fondo la producción de contenido mediático, así como las posibles medidas para contrarrestarla e impulsar la diversidad cultural. Gracias a ello se puede apreciar que el tema de la desigualdad cultural no sólo tiene que ver con la propiedad sobre formas y medios para comunicar; la lógica inmersa en la industria cultural lleva a que los países con menor capacidad material tien-

dan a realizar o difundir material audiovisual determinado por las exigencias del mercado internacional capitalista. Esos parámetros, establecidos o indirectos, para poder calar en la población o ser difundidos en otras naciones, perjudican aún más la posibilidad de utilizar las nuevas herramientas tecnológicas, entre ellas el cine, para fomentar todo tipo de culturas y creencias.

De este modo, “ante las dificultades de subsistencia del cine ha surgido la tendencia a acentuar esta transnacionalización eliminando los aspectos nacionales y regionales. Se promueve un ‘cine-mundo’ que busca usar la tecnología visual más sofisticada y las estrategias de marketing para lograr insertarse en un mercado de escala mundial” (García Canclini, 1995, p. 127).

A pesar de no tratarse de un análisis netamente referido a la reproducción de capital por parte de los grandes creadores y difusores de contenido mediático, el hecho de que las productoras o estudios de las naciones que están en la periferia no cuenten con los recursos para crear, ni lleguen a una cuarta parte de lo que obtiene en un año cualquiera de las grandes productoras estadounidenses, habla de la enorme desigualdad que existe al respecto. Esto trasciende a otros espacios, como el proceso de distribución y colocación de los productos culturales en el mercado, que hace que en los lugares de exposición, como las salas de cine y los programas de televisión, de los países de la periferia, se exhiba en su inmensa mayoría material comunicacional realizado extraterritorialmente, tanto en contenido, como en forma, donde se privilegian valores culturales ajenos a los propios.

Tal dinámica supone, sin duda alguna, una amenaza para la memoria histórica y la construcción de la identidad cultural de otras naciones, al disminuir o eliminar la posibilidad de incorporar imágenes propias, en cuanto a realización y contenido. Sobre este aspecto, en 1993, François Mitterrand decía que una sociedad “que abandona a otros la manera de mostrarse a sí misma, es decir la manera de representarse a sí misma, es una sociedad esclavizada”.

Incluso quienes defienden el actual desarrollo y desenvolvimiento del proceso de globalización admiten la influencia que éste tiene sobre las identidades culturales de otros países. John Palmer, del *CATO Institute*, relata que:

*Durante un viaje hace unos años a Guatemala, un amigo maya-guatemalteco que enseña antropología en Ciudad de Guatemala me llevó a un tour bastante esclarecedor por las montañas mayas. Él me contó cómo los académicos del extranjero a los que él lleva en estos viajes se quejan constantemente de que las mujeres mayas visten cada vez menos sus ropas tradicionales —las cuales, debo añadir, son muy hermosas y finamente elaboradas a mano—, con cada vez mayor frecuencia visten estos trajes para ocasiones especiales, como bautizos, bodas, ir a la iglesia, entre otros. La reacción casi unánime de los visitantes es de horror. Las mujeres mayas, afirman, están siendo despojadas de su cultura. Son las primeras víctimas de la globalización” (Palmer, 2003).*

Por lo tanto, es necesario resaltar que el oligopolio, como principal característica de la fase superior del capitalismo, también se ha llevado a cabo en los medios de comunicación, algo que va en contra de los más elementales principios de la inclusión y la participación.

Está claro que los medios de comunicación, la cultura y la comunicación en sí varían con el pasar del tiempo, como resultado de condiciones históricas, políticas y sociales. Sin embargo, ¿deben entenderse tales procesos desde una única óptica mundial? O, por otro lado, ¿existe la posibilidad de un mundo donde se le dé cabida y participación por igual a todo tipo de culturas y valores?

No se trata únicamente de un tema cultural, reflexionar acerca de las desigualdades en ese ámbito es abarcar el tema de las desigualdades sociales y, en particular, la manera en que se entiende la democracia. Los pueblos exigen cada vez mayor participación en todos los elementos de la sociedad, la humanidad debe, inexorablemente, avanzar hacia mayores niveles de inclusión y de participación; por lo tanto, la apropiación minoritaria de la comunicación masiva y de la difusión cultural va directamente en contra de esas aspiraciones.

## **Todas las voces**

En todo el mundo han surgido críticas con respecto a la enorme desigualdad que existe en la propiedad y la difusión de la comunicación masiva, incluso en los Estados Unidos. Noam Chomsky, conocido escritor norteamericano, ha planteado que “de acuerdo con las concepciones imperantes en los EE.UU., no supone un daño a la democracia el que un pequeño grupo de corporaciones controle el sistema de información: de hecho, eso es la esencia de la democracia” (en Britto García, 2012, p. 14).

La esencial real de la democracia consiste en la participación efectiva de la población en la toma de decisiones, así como el brindar herramientas para el desenvolvimiento de esas agrupaciones sociales. El origen del concepto, planteado en la antigua Grecia cerca del siglo V a. C., es la unión de los vocablos antiguos Demos (pueblo) y Krátos (gobierno o poder), es decir, el “gobierno del pueblo”, de la mayoría, constituido, si no por el mismo pueblo, por aquellos a quienes ese grupo social encomiende la tarea de liderar y dirigir a la sociedad.

Debido a la apropiación privada sobre los medios de comunicación, el gran oligopolio transnacional va en contra de tales designios. Presidentes, gobernadores, alcaldes, voceros comunitarios, son electos por decisión de las bases en la sociedad, mientras que los dueños de medios de comunicación han pretendido erigirse sobre esa sociedad sin el consentimiento de ésta, tienen en sus manos un inmenso poder que nadie nunca les otorgó, más que el resultado de la compra y venta de activos entre la clase burguesa. En ese sentido, Ernesto Carmona, del colegio de periodistas de Chile y miembro de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad, ha afirmado lo siguiente:

*Desde la Revolución francesa, así se conforman los poderes clásicos del estado burgués: ejecutivo, legislativo y judicial; pero nadie puede elegir a los diarios que desearía leer y menos los contenidos que le gustaría conocer. La noticia, a menudo tergiversada y maliciosamente comentada, se impone con la fuerza que sólo la riqueza de sus dueños otorga a la tinta y al papel. En definitiva, los poderes que someten a nuestros pueblos tienen un importante aliado*

*en todos los grandes medios de comunicación —escritos y audiovisuales— y, en general, en la llamada industria del “entretenimiento”. Este súper poder ideológico abarca todo el periodismo contemporáneo: los diarios, la radio, la televisión, los contenidos de la televisión por cable, el cine, la lectura, el mundo editorial, los clubes e incluso los estadios deportivos y, prácticamente, todo lo que esos mismos medios denominan “la cultura” de nuestro mundo. Dicho claramente, este factor mediático informativo forma parte de los poderes que, de hecho y no por derecho, nos someten como pueblos (Carmona, 2008, p. 45).*

La concentración de los medios de comunicación en tan pocas manos supone la mayor amenaza a la libertad de expresión, de información y de opinión, al mismo tiempo que elimina o minimiza cualquier tipo de pensamiento que vaya en contra de los designios de los grandes dueños y las grandes corporaciones. Precisamente, la ganancia que obtiene la élite dominante con la utilización de los medios de comunicación va más allá del logro financiero o monetario, el cual, a pesar de tener grandes proporciones, es ínfimo al lado de la dominación ideológica que a través de esas herramientas se promueve, lo que permite perpetuar las relaciones capitalistas de poder existentes en el mundo, darle continuidad a la división de la sociedad en clases sociales y, por lo tanto, dominar a los pueblos.

Ello explica por qué la inmensa mayoría, por no decir la totalidad, de los dueños de medios de comunicación, locales, regionales o mundiales, no son periodistas, ni han tenido ningún tipo de relación con la profesión de la comunicación. No se trata de aprecio o amor por la labor periodística, sino porque al poseer un medio de

comunicación se cuenta con un elemento que convierte a su dueño o dueños en factores de poder de una nación, para influir tanto en la sociedad como en las propias estructuras existentes, sean legislativas, judiciales e, incluso, ejecutivas.

No puede existir la posibilidad de que los pueblos se expresen si no cuentan con las herramientas para ello; eso incluye desde la educación, que brinde instrumentos para desarrollar el pensamiento, así como leer y escribir, hasta los medios de comunicación, sean éstos de fácil acceso o complejos, pero que permitan el plantear una idea y que la información sea escuchada o leída por otros seres humanos. William Joseph Brennan Jr afirmaba en la Corte Suprema de los Estados Unidos, en 1973, que:

*La libertad de expresión no existe como figura abstracta. Al contrario, el derecho a hablar sólo puede tener vida si le es permitido operar de manera efectiva... debido a que si existe una ausencia de medios de comunicación, el derecho a expresarse sería algo completamente vacío. En función de estos principios creemos que no debe entenderse la comunicación como algo abstracto, sino como el derecho de un individuo a utilizar y a apropiarse de formas efectivas para que su opinión sea expresada (en Lancia, 2009).*

El alejar los medios de comunicación de la participación social reduce la cantidad de tiempo y espacio dedicado a la opinión popular, tanto para aportar ideas con respecto a temas de interés nacional e internacional, como para emitir una opinión con respecto al manejo del propio medio de comunicación; además, se reducen las posibilidades de difundir productos culturales cuya visión no

sea la misma de la línea del medio de comunicación. Una de las medidas para hacer inaccesible la comunicación masiva es la estipulación de altos precios que se deben pagar para salir al aire o publicar algún material, cifras que sólo pueden gastar las grandes corporaciones o los grandes grupos financieros, lo que a su vez, debido al ingreso monetario que se percibe, reduce los espacios dedicados a la información o el entretenimiento para aumentar los períodos publicitarios o la inserción de la publicidad durante la programación regular, algo que afecta directamente al espectador, quien es bombardeado con propuestas de venta a toda hora y en todo momento (Lancia, 2009).

Es decir, la dinámica que ha asumido la comunicación en el siglo XXI debe ser tema de análisis, tanto para periodistas como para los pueblos en general, no tanto como una revisión de la conformación del gran mapa empresarial oligopólico, ni siquiera el asumirlo, aunque esto sea paso esencial para cualquier reflexión. Por encima de todo eso se encuentran las consecuencias sociales a las que conlleva esa dinámica en donde los medios de comunicación son espacios de poder y de ganancia económica para unos pocos.

Al respecto, Segovia (2011) expone que:

*En primer lugar, y por encima de cualquier otra consideración, está en juego la competición real en el libre mercado de ideas. Ésta no se reduce en modo alguno al número de “conductos” (es decir, medios de comunicación de masas), sino que implica la verdadera diversidad de “contenidos”... Además, también se limita la autonomía del medio y la capacidad de arbitraje (situada en unas pocas manos), dada*

*la centralización de la toma de decisiones y habida cuenta de su pertenencia a una empresa multimedia gigante, a un gran conglomerado industrial con intereses no informativos en juego, o de su interrelación con una entidad financiera transnacional. Y cuanto más grande es una empresa y más se diversifica, mayores son las probabilidades de que existan conflictos de intereses. Y más posibilidades hay de que sus presiones sobre otros poderes sean más efectivas”* (pp. 43-44).

Existe una innumerable cantidad de ejemplos para evidenciar la manera en que las grandes empresas de la comunicación, que dominan la mayoría de nuestro espacio televisivo y cinematográfico, se encuentran íntimamente relacionadas con empresas y factores de poder ajenos a los intereses de los pueblos; algunos de ellos son: William W. Scraton, de The New York Times Company, se encuentra también en American Express, Bethlehem Steel, Cummings Engine, IBM, Southeast Banking y Sun Oil; igualmente, tanto el exsecretario de Defensa de los Estados Unidos Robert McNamara, como el exsecretario de Estado Henry Kissinger y William Casey, exdirector general de la CIA, han ocupado cargos de importancia en cadenas y medios como CBS, NBC, Los Angeles Times y The New York Times.

El incorporar a funcionarios o exfuncionarios del Estado al medio de comunicación es utilizado como una manera de eludir las leyes (García Canclini, 1995). Abundan los ejemplos, tales como la incorporación de Nicholas Katzenbach, exfiscal general, a The Washington Post Company; incluso, la firma que representa a Via-

com, NBC y Time Warner en Washington, a manera de lobby, es dirigida por Tony Podesta, relacionado con la Casa Blanca. Sobre la participación activa de los dueños de grandes medios de comunicación en la vida política, social y económica, Segovia (2001) comenta lo siguiente:

*Entre 1995 y 1996 unos 3.200.000 dólares fueron donados por las cinco networks más importantes, sus corporaciones matrices o sus subsidiarias (en el siguiente orden: Disney/ABC, Time-Warner/CNN, News Corp./Fox, General Electric/NBC y Westinghouse/CBS). Según datos del Center for Responsive Politics (recogidos por [www.fair.org](http://www.fair.org)), los mayores contribuyentes de las corporaciones de medios de comunicación a la campaña presidencial del año 2000 fueron Time-Warner (con algo más de dos millones de dólares), Disney/ABC (poco más de 1.800.000 dólares), News Corp. (casi 800.000), Viacom/CBS (cerca de 650.000) y en quinto lugar NBC/General Electric (casi 300.000). Los nombres, aunque en diferente orden, son los mismos. De 1993 a junio de 2000, Time-Warner contribuyó con 4.605.209 dólares, situándose muy cerca Disney (4.086.195). A mayor distancia se encuentran la National Cable Television Association (1.992.090), la National Association of Broadcasters (1.932.057), Tele-Communications Inc. Pero las grandes sumas de dinero se emplean no en donaciones sino en lobbying (p. 85).*

Así como las grandes corporaciones de la comunicación pueden trabajar para apoyar, directa o indirectamente, determinadas propuestas políticas, económicas y sociales, éstas pueden laborar en contra de instituciones, medidas y personas que no les favorezcan. Es por eso que Bagdikian (1986) afirmó, en su obra El monopolio

de los medios de difusión, que “cuanto más poder detente una empresa de medios de difusión, tanto más tendrá que preocuparse el jefe de gobierno que llegue a disgustarla” (p. 107).

Esa dinámica no sólo ocurre en los Estados Unidos. Es, lamentablemente, la característica fundamental que la burguesía ha dado a los medios de comunicación en todo el mundo. Luis Britto García, conocido intelectual venezolano, comenta acerca la utilización de los medios de comunicación por parte de la burguesía para ejercer presión política:

*La supervivencia económica de los medios a su vez depende del cumplimiento de dos tareas estrechamente vinculadas entre sí: demostrar a los grupos económicos su capacidad para influir sobre el Estado, la cual depende de su posibilidad de demostrar al Estado su influencia sobre sectores del electorado. Ambas funciones implican la mediación política, y la última supone la suplantación de los partidos o la creación de seudopartidos mediáticos (Britto García, 2012, p. 19).*

Así, se puede entender por qué la NBC no podía dar información veraz con respecto a la Guerra del Golfo en 1989, debido a que General Electric, su casa matriz, recibió cerca de 2.000 millones de dólares por armamento que sería utilizado en ese conflicto, así como contratos para la reconstrucción de Kuwait, que más tarde recibiría la compañía; igual ocurre con The Washington Post, los Angeles Times y The New York Times, los cuales tienen, cada uno de ellos, a un director ejecutivo de The Ford Motor Company, una de las más grandes empresas del mundo, sentado en su junta

de administración; las cadenas televisivas NBC, ABC y CBS no podían ser veraces con respecto a la crisis bancaria en Estados Unidos, Europa y el mundo, cuando las tres cuartas partes de sus mayores accionistas son bancos transnacionales; igual es la relación de The Washington Post Company con Bank of New York, Coca-Cola, Heinz, J.P. Morgan, McDonald's, New York Stock Exchange e IBM (Carmona, 2007); así mismo existe una alta participación en medios de comunicación por parte de las más controvertidas empresas mundiales como Halliburton Company, Carlyle Group y Lockheed Martin, las cuales se han visto involucradas en conflictos como la invasión a Afganistán e Irak.

Al analizar la íntima relación que tienen los grandes grupos transnacionales de la comunicación con otras esferas de poder se puede entender la manera en que, lejos de promover en los ciudadanos una visión crítica, vigilante con respecto a la dinámica económica, o cuando menos reflexiva con respecto a los problemas que puede padecer la sociedad, promueven propaganda acorde a sus intereses como factores de poder, moldeando cerebros y opiniones de acuerdo con las acciones y las necesidades del gran capital internacional.

Eso es posible gracias a un proceso que incluye el control interesado sobre la información: los dueños de los medios de comunicación determinan qué es noticia y qué no, qué debe presentarse a la ciudadanía y qué no, así como la manera en que esto debe ser presentado, utilizando qué tipo de imágenes y qué tipo de textos o palabras claves.

No es difícil entonces entender por qué, a pesar de las diferencias fundamentales que puedan existir entre los intereses de algunas transnacionales o naciones capitalistas, haya un discurso único, con códigos idénticos y referencias exactas en el material comunicacional, como por ejemplo, la violencia como elemento recurrente en todos los medios de comunicación, los niños teniendo armas como juguetes, la guerra como parte fundamental de la vida de los seres humanos, e incluso, de manera directa, la satanización de naciones como Irak y el Medio Oriente en general, mientras se enaltece a las tropas estadounidenses o europeas que han invadido esa parte del mundo. La inquietud por ese discurso único ha crecido considerablemente desde finales del siglo XX:

*La mayor preocupación con relación a este tema puede ser encontrada en Europa. Ya en los inicios de la década de los 90 la Comisión de la Comunidad Europea encargó al estudio Booz-Allen & Hamilton el “Study on pluralism and concentration in media. Economic evaluation” (1992). En este trabajo aparece una fuerte preocupación por analizar los riesgos que enfrentaría el pluralismo a partir de los procesos de concentración, especialmente en la distribución y el consumo de los medios. También advertía sobre una incipiente transnacionalización de las emisiones, todavía limitadas a las fronteras nacionales. Un estudio más reciente, encargado por la “Netherlands Media Authority” (Ward, 2004), analizó los niveles de concentración de la propiedad en los mercados de prensa nacional y regional, radio y televisión. Para ello observa el porcentaje de audiencia y de facturación que detentan los tres primeros operadores de cada país y la presencia de grupos de medios que detenten propiedades en diversos mercados de medios*

*(propiedad cruzada)... el informe destaca que a partir de los 90 la concentración de la propiedad de los medios ha incrementado su nivel año a año (Britto García, p. 43).*

## **El Estado de la mayoría**

Hablar de medidas para contrarrestar la imposición de la industria cultural, cuya expansión se encuentra determinada por valores y creencias únicas, supone hablar del Estado como uno de los principales elementos de regulación y organización en una sociedad. Sin embargo, la participación del Estado en el tema cultural y especialmente en el tema comunicacional, todavía genera recelos y descontento por parte de algunos, que lo ven como una posibilidad que abre las puertas a la injerencia en la difusión de contenido comunicacional y a la restricción o censura de ciertos elementos. Al respecto, García Fernández (2006) señala que:

*Cuando se habla de la influencia del Estado en materia cinematográfica se apunta, siempre, a la censura ejercida durante un determinado periodo, quizás porque fue el mecanismo más llamativo, a todos los niveles, de los utilizados por los Estados para controlar a creadores y a públicos, y para preservar valores ideológicos y confesionales pergeñados desde las instancias oficiales.*

Es común pensar que únicamente durante determinados períodos históricos el Estado se ha involucrado de alguna manera en el ámbito comunicacional, bien sea en el apoyo a o en la creación y difusión directa de material cultural. No obstante, una breve revisión

histórica permitiría apreciar que en ningún momento histórico, desde la existencia del Estado-Nación, el Estado se ha mantenido al margen de los elementos de comunicación en la sociedad.

No quiere decir que deba apreciarse de igual manera toda participación del Estado en el ámbito cultural. Al entender la división de la sociedad en clases, los intereses antagónicos que movilizan a cada una de ellas, así como la figura del Estado burgués —siendo éste el que favorece a la minoría— y el Estado del pueblo, como el verdadero exponente de los anhelos y necesidades de la mayoría, se puede apreciar la finalidad y los objetivos a seguir a través de ciertas políticas públicas referidas al tema comunicacional; es decir, si se toman medidas en función del bienestar colectivo o para beneficio económico de la clase burguesa. Es necesario resaltar algunas de las principales características del Estado, como organización producto de la división de la sociedad en clases sociales:

*Así, pues, el Estado no es de ningún modo un poder impuesto desde fuera de la sociedad; tampoco es “la realidad de la idea moral”, ni “la imagen y la realidad de la razón”, como afirma Hegel. Es más bien un producto de la sociedad cuando llega a un grado de desarrollo determinado; es la confesión de que esa sociedad se ha enredado en una irremediable contradicción consigo misma y está dividida por antagonismos irreconciliables, que es impotente para conjurar. Pero a fin de que estos antagonismos, estas clases con intereses económicos en pugna no se devoren a sí mismas y no consuman a la sociedad en una lucha estéril, se hace necesario un poder situado aparentemente por encima de la sociedad y llamado a amortiguar el choque, a mantenerlo en los límites del “orden”. Y ese poder, nacido*

*de la sociedad, pero que se pone por encima de ella y se divorcia de ella más y más, es el Estado (Engels, 2007, p. 181).*

Lenin (1975) agrega sobre las bases fundamentales del Estado:

*El Estado es el producto y la manifestación del carácter irreconciliable de las contradicciones de clase. El Estado surge en el sitio, en el momento y en el grado en que las contradicciones de clase no pueden, objetivamente, conciliarse. Y viceversa: la existencia del Estado demuestra que las contradicciones de clase son irreconciliables (p. 8).*

Por lo tanto, el Estado jamás se ha colocado por encima de la lucha de clases en una nación; siempre ha asumido una posición en función de los intereses de alguna agrupación social en particular porque su misma creación es consecuencia directa de la división de la sociedad en clases sociales. Históricamente ha sido así, primero como una institución de los esclavistas contra los esclavos; luego como una institución de los señores feudales y la nobleza contra los siervos; más adelante como un instrumento del capital para profundizar la explotación del trabajo asalariado. Hoy la propuesta debe ser colocar el Estado al servicio de los intereses del pueblo para la construcción del socialismo. Debe asumirse este tema desde el ámbito de las clase sociales porque:

*Según Marx, el Estado no podría ni surgir ni mantenerse si fuese posible la conciliación de las clases. Para los profesores y publicistas mezquinos y filisteos —¡que invocan a cada paso en actitud benévola a Marx!— resulta que el Estado es precisamente el que concilia las clases. Según Marx, el Estado es un órgano de dominación de clase, un*

*órgano de opresión de una clase por otra, es la creación del “orden” que legaliza y afianza esta opresión, amortiguando los choques entre las clases. En opinión de los políticos pequeñoburgueses, el orden es precisamente la conciliación de las clases y no la opresión de una clase por otra. Amortiguar los choques significa para ellos conciliar y no privar a las clases oprimidas de ciertos medios y procedimientos de lucha para el derrocamiento de los opresores” (Lenin, 1975, p. 9).*

Igualmente, en cuanto al tema cultural/comunicacional, toda sociedad ha experimentado la participación del Estado a favor de una clase social determinada; incluso en los Estados Unidos, principal corazón del proceso globalizador de hoy en día, el ente público ha estado involucrado ampliamente en el tema comunicacional. Resulta irónico que la manera en que participa el Estado de la nación norteamericana con respecto a la comunicación sea precisamente para evitar la injerencia o el exceso de contenido cultural foráneo entre sus habitantes. Sobre eso, y en respuesta a la expansión del contenido comunicacional estadounidense sobre Europa, las asociaciones de trabajadores del cine europeo:

*Hicieron notar la contradicción de que los Estados Unidos reclamen libre circulación de sus mensajes en los países ajenos, mientras en el suyo el acta 301 de la Ley de Comercio permite imponer restricciones a los productos culturales extranjeros. Las radios y televisiones norteamericanas no sólo dan casi enteramente su espacio a lo hecho en Estados Unidos, sino que descalifican lo importado a través de anuncios: “¿Por qué compras música que no comprendes?” (García Canclini, 1995, p. 135).*

En el caso latinoamericano, particularmente en Venezuela, se han realizado avances en este sentido. Desde la llegada del comandante Hugo Chávez al poder se han ejecutado propuestas como la potenciación de los medios comunitarios, investigaciones sobre la sociedad multicultural, así como el desarrollo de material comunicacional basado en elementos autóctonos. Sin embargo, aún falta mucho por hacer, incluyendo el impulsar medidas que, por lo menos en el espacio nacional, ayuden a eliminar la desigualdad en cuanto a la difusión de contenido. El mismo comandante Chávez insiste permanentemente en la necesidad de profundizar lo alcanzado en el ámbito comunicacional y de avanzar y conquistar más logros en ese sentido, dada su importancia para la construcción del socialismo y la dinámica de la sociedad en general.

Uno de los principales problemas que surge a partir de tales propuestas es la idea del nacionalismo. Algunos autores consideran que la intervención del Estado para apoyar o fomentar la identidad cultural de una nación, como respuesta a la globalización, sería fomentar un nacionalismo cultural que, según ellos, estaría completamente ajeno a los intereses de la sociedad.

Para García Canclini: “Algunos intelectuales se alarman por lo que consideran un resurgimiento del nacionalismo, ‘el antinorteamericanismo, basado en mitos ideológicos’ y las intervenciones estadistas que favorecen el autoritarismo” (1995, p. 141), mientras que Touraine señala que:

*En el extremo opuesto de las ilusiones universalistas que imaginan una unificación del mundo por la racionaliza-*

*ción, vivimos la disociación (y la mezcla) de la cultura de masas y la obsesión identitaria. Lo que muestra, en primer lugar, que el monoculturalismo, como el multicomunitarismo en sus formas extremas (la de una sociedad mundial o, a la inversa, la de una multiplicidad de universos separados unos de otros y sólo comunicados por el mercado), son afirmaciones ideológicas u operaciones políticas más que realidades sociales y culturales (1997, p. 172).*

Sería un error asumir el anhelo por preservar las raíces culturales de naciones o grupos sociales como una obsesión identitaria. Tampoco tiene por qué generar visiones chovinistas o radicalmente nacionalistas. Se trata de asumir tales raíces, no como elementos de superioridad ni para estar por encima de otros, que es lo que promueve el actual proceso de globalización capitalista, sino como parte necesaria del ser: el conocer y ser parte de su historia.

Ese accionar, tanto por parte del Estado como de otras instituciones, para reafirmar la identidad cultural de sus naciones, se hace más necesario desde finales del siglo XX, debido a que:

*“(...) las distribuidoras norteamericanas manejaron 80% del mercado cinematográfico francés y 91% del español en 1993... América Latina tampoco está mal situada en la competencia de las naciones que compran más entretenimiento a Estados Unidos... México, por ejemplo, que apenas ocupaba en 1990 el 16º lugar entre los importadores de películas norteamericanas, ascendió en 1993 al 10º puesto, a nivel mundial, con una inversión de 36,9 millones de dólares” (García Canclini, 1995, p. 134).*

Sin embargo, no se lograrán tales objetivos mientras los Estados y las distintas organizaciones que hacen vida en una nación no

se percaten de la necesidad de contrarrestar los efectos del imperialismo, no sólo en el ámbito de las bellas artes o las celebraciones de efemérides, sino en la utilización de todas las herramientas comunicacionales modernas, como la televisión, la radio, el cine, los medios impresos e Internet para difundir elementos culturales propios.

Hoy en día, las nuevas tecnologías brindan una posibilidad nunca antes vista: la participación activa de la sociedad en la creación y difusión de material comunicacional propio, a través de figuras como los “blogs” en Internet, así como la telefonía celular moderna y sus diversas aplicaciones para la comunicación inmediata a pequeña, mediana o gran escala:

*Si la gente no tiene acceso a los medios de comunicación convencionales y ya establecidos y si el tiempo de difusión es sumamente costoso, la otra opción es que la persona produzca su propio contenido comunicacional a través de nuevas formas de comunicación. Esa persona puede crear una página web, distribuir panfletos o desarrollar un periódico comunitario. Con los avances en el ámbito de las cámaras digitales y la posibilidad de alquilar ciertos equipos es incluso posible que una persona pueda hacer su propia película (Lancia, 2009).*

Sin embargo, es necesario resaltar que, por muy interesante que parezcan tales propuestas, el debate no puede centrarse únicamente en estos aspectos por diversas razones. La primera de ellas: porque si no se transforman los elementos culturales ajenos a la historia propia, si perdura en el tiempo la exaltación del capital, de las grandes potencias, así como su dinámica y las acciones que toman en función de su beneficio y contra la totalidad del planeta, de nada sirven

las nuevas herramientas, más que para seguir reproduciendo la lógica del gran capital.

En segundo lugar, porque aún gran parte del mundo no cuenta con el acceso a Internet o comunicación digital; las desigualdades a nivel mundial deben ser tomadas en cuenta y su disminución debe ser un objetivo que ataña a todos por igual. Además, de nada sirve masificar el uso de Internet sin tomar en cuenta que la totalidad de los servidores de esa red son manejados desde Estados Unidos, dado que allí nació Internet como un invento destinado a hacer más eficientes las comunicaciones en el ámbito militar y aún hoy EE.UU tiene absoluto control sobre ese medio. Si la élite de la nación norteamericana considera que tal o cual contenido es inapropiado, sin consultar con nadie, lo puede ocultar:

*En la Conferencia de Túnez sobre la Internet, los europeos le pidieron a Estados Unidos que les cediera el control de uno de los cuatro nodos que controlan todo el tráfico mundial de Internet, Estados Unidos se lo negó a los europeos. ¡A los europeos!, no se lo negó a América Latina, o a África, o a Cuba, se lo negó a los europeos. ¿Por qué? Bueno, porque Internet es un invento de carácter estrictamente militar; un invento que se les escapó de las manos. Ellos no tenían ninguna intención de crear una metodología que permitiera que la gente se comunicara, que estableciera conocimientos concretos sobre realidades muy distantes, que pudiera coordinar acciones comunes. Por eso ahora hay dos iniciativas en el Congreso de Estados Unidos, la Ley SOPA y la Ley PIPA, que establecerían un control sin precedentes sobre las comunicaciones y los medios de comunicación (Borón, 2012, p. 65).*

Además, no puede hablarse de la democratización de las nuevas tecnologías cuando aún los medios convencionales como la televisión o la radio continúan en muy pocas manos. Hay toda una lógica que debe transformarse en cuanto al contenido comunicacional, para promover la hermandad, el humanismo, la inclusión, la participación, la solidaridad y valores éticos que ayuden al desarrollo y el crecimiento de toda la humanidad por igual, dejando atrás aquellos elementos comunicacionales que, en función de los intereses de las grandes transnacionales destruyen, de manera directa o indirecta, las relaciones humanas y familiares de la sociedad:

*El ejemplo más claro sería el modelo de felicidad que ofrece la publicidad... un niño que está siendo sometido continuamente a estímulos consumistas, es un niño insatisfecho, es un niño frustrado, es un niño que demanda continuamente, los padres se tensan también, se ponen nerviosos, lo regañan y se establece un círculo vicioso totalmente nefasto... La publicidad intenta convencernos y, claro, los niños y los jóvenes son especialmente sensibles a estos mensajes, intenta convencernos de que la felicidad consiste en poseer muchas cosas, en ser más que los demás, en tener más que los demás, cuando la única forma de realización no es ser más que los demás, sino ser más con los demás (Frabetti, 2012, p. 76).*

Por lo tanto, debe entenderse la distinción que hay entre los intereses de la sociedad en general en contraposición a los intereses de las grandes empresas transnacionales de la comunicación, en particular los intereses de la élite del complejo militar-industrial estadounidense que maneja, directa o indirectamente a la nación

norteamericana y, por ser la principal potencia económica, a gran parte del mundo. Esos intereses son los que, lejos de utilizar los medios de comunicación para realmente informar, entretener y servir como herramienta que eleve a la humanidad a grandes niveles de formación, conocimiento y desenvolvimiento, promueven contenido completamente banal, en donde la información es vista como una mercancía:

*Hoy día, en el sistema mediático, la información funciona como una mercancía. ¿Qué significa que es una mercancía?, porque es una mercancía algo particular, en la medida en que es una mercancía gratuita. La mayoría de nosotros cuando consumimos información por la radio o por la televisión, pues no pagamos por ella; y, por otra parte también, ahora existen muchos periódicos gratuitos y tampoco se paga por esa información en la prensa escrita, y en Internet la mayoría de los sitios de información son igualmente gratuitos. Entonces, digamos, ¿cómo es que el sistema, que tan preocupado siempre está de beneficios, hace que en la circulación de la información, la información sea gratuita? Es gratuita, por la razón siguiente: porque nosotros pensamos que el comercio de la información consiste en vender información a la gente, y evidentemente así no salen las cuentas; porque si lo vendo gratuito, es decir, si regalo la información no gano nada. En realidad, el mecanismo del comercio de la información no consiste en vender información a la gente, consiste en vender gente a los anunciantes (Ramonet, 2012, p. 19).*

Es decir, la concepción capitalista sobre los medios de comunicación tiene como objetivo venderle gente a los anunciantes para obtener beneficio económico. Esto supone una lógica en donde

no se promueve un esfuerzo por desarrollar un contenido comunicacional de calidad, profundo en sus temáticas, que cuente con gran esfuerzo de comprensión de la otredad, sino todo lo contrario; realizan gastos mínimos, apuestan por un contenido simplista que pueda ser captado por un audiencia amplia. No se utilizan los medios de comunicación para acabar con la desinformación, sino para perpetuarla. No obstante, la principal característica de esta forma de concebir los medios de comunicación es su utilización como brazo ideológico para operar sobre y contra la sociedad.

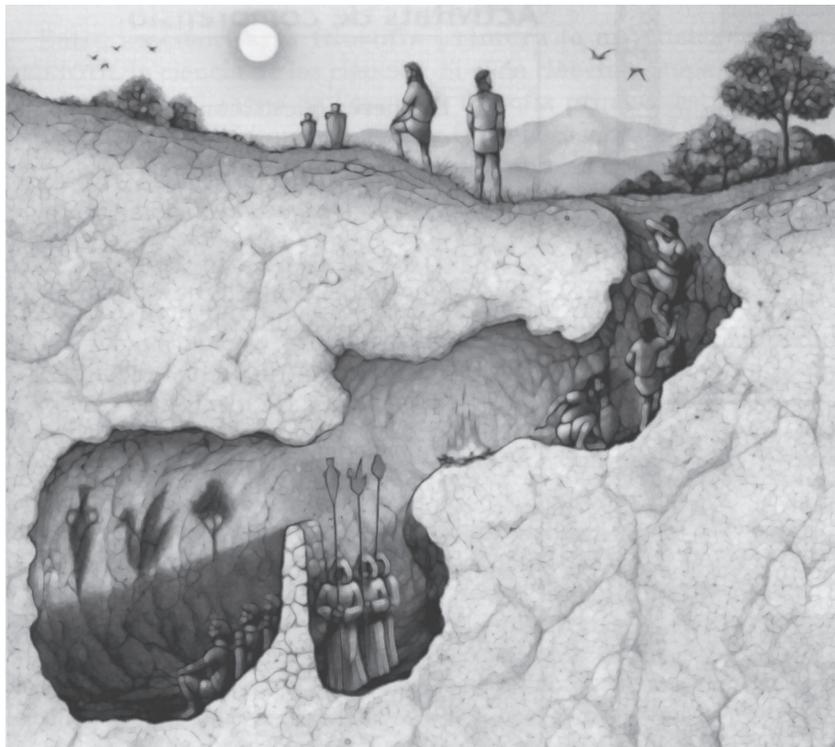
Por ello, es necesario asumir la educación y la formación integral del pueblo como elemento fundamental para contrarrestar la utilización de los medios de comunicación contra las aspiraciones y las necesidades de la mayoría de la población. La importancia del conocimiento para poder analizar el contenido mediático, especialmente para avanzar hacia una estructura comunicacional verdaderamente social e inclusiva, es reseñada por Ribeiro (1988), al referenciar lo que expone Platón en el Libro VII de la República, específicamente en su “Alegoría de la Caverna”:

*Vamos a imaginar —dijo Sócrates— que existen personas viviendo en una caverna subterránea. La hendidura de esa caverna se abre a todo lo ancho y por ella entra la luz. Los habitantes están ahí desde su infancia, presos por las cadenas en las piernas y en el cuello. De esa forma ellos no logran moverse ni voltear la cabeza para atrás. Sólo pueden ver lo que pasa frente a ellos. La luz que llega al fondo de la caverna viene de una hoguera que está sobre un monte atrás de los prisioneros, allá afuera. Pues bien, entre ese fuego y los habitantes de la caverna, imagine que existe*

*un camino situado en un nivel más elevado. Al lado de ese pasaje se alza un pequeño muro, semejante a la mampara detrás de la cual acostumbran colocarse los presentadores de marionetas para exhibir sus muñecos en público (p. 22).*

Platón afirmaba en su relato que una cantidad de personas pasaban por el camino que se encontraba entre el fuego y los habitantes apresados dentro de la caverna; los primeros habrían de sostener distintas estatuillas de figuras humanas, animales y artefactos artificiales, hechas de piedra o madera, las cuales, al ser colocadas delante del fuego, generaban una sombra que se reflejaba en el fondo de la caverna, frente a los aprisionados:

*Ellos (los aprisionados en la caverna) se parecen a nosotros —comentó Sócrates—. Ahora dime: en una situación como ésta ¿es posible que las personas hayan observado, con respecto a sí mismos y a sus compañeros, otra cosa diferente a las sombras que el fuego proyecta en la pared frente a ellos?... Si ellos pudiesen platicar entre sí, estarían de acuerdo en que las sombras que estaban viendo eran objetos reales, ¿no es así? Además, cuando alguien hablara allá arriba, los prisioneros pensarían que los sonidos, haciendo eco dentro de la caverna, eran emitidos por las sombras proyectadas. Por consiguiente —prosiguió Sócrates— los habitantes de aquel lugar sólo pueden pensar que son verdaderas las sombras de los objetos fabricados (Ibidem, p. 23).*



*La “Alegoría de la Caverna”, de Platón.*

*Fuente: Aranguibel (2012).*

La “Alegoría de la Caverna” se puede relacionar perfectamente con la dinámica comunicacional actual en manos del capital. Los habitantes de la caverna representan, en la realidad, a los grupos sociales, que pasan toda su vida percibiendo las “sombras” que la clase burguesa proyecta para ellos a través de los medios de comunicación, valiéndose de la falta de formación para mantener en cadenas al pueblo y garantizar la opresión de éste. Sin embargo, Platón contempla el escenario de la libertad para quienes habitan en la caverna:

*Piensa ahora en lo que sucedería si los hombres fueran liberados de las cadenas y de la ilusión en que viven cautivados. Si liberaran a uno de los presos y lo forzaran inmediatamente a levantarse y a mirar hacia atrás, a caminar dentro de la caverna y a mirar hacia la luz. Ofuscado, él sufriría, sin conseguir percibir los objetos de los cuales sólo había conocido las sombras. ¿Qué comentario piensas que haría si se le dijera que todo lo que había observado hasta aquel momento no pasaba de falsa apariencia y que, a partir de ese momento, más cerca de la realidad y de los objetos reales, podría ver con mayor perfección?... ¿No crees que él diría que las visiones anteriores son más verdaderas que las actuales? (Ibídem, p. 23).*

La formación, factor fundamental para liberarse de la manipulación y el sometimiento de la clase dominante en el capitalismo, es simbolizado por Platón como el camino hacia la salida de la caverna; a mayor formación más rápido podrá un ser humano llegar hacia fuera, en donde ya no verán sombras manejadas por un grupo social, sino a los objetos naturales en sí. Sin embargo, el filósofo griego comenta la necesidad de asumir un período de transición para que el hombre y la mujer puedan llegar al más alto nivel de conocimiento; se debe entender que la transformación cultural es un proceso largo y complejo; de lo contrario, el efecto que generaría la realidad sería inversamente proporcional al que se quiere debido a la perpetuidad de los viejos valores promovidos por los “titiriteros” dentro de la caverna:

*Él necesitaría habituarse para empezar a mirar las cosas que existen en la parte superior. Al principio, vería mejor las sombras; en seguida, reflejada en las aguas, percibiría*

*la imagen de los hombres y de los otros seres. Sólo más tarde lograría distinguir a los mismos seres. Después de pasar por esta experiencia, durante la noche él estaría en condiciones de contemplar el cielo, la luz de los cuerpos celestes y la luna con mucha mayor facilidad que el sol y la luz del día... Creo que por fin él sería capaz de mirar al sol directamente, y no más reflejado en la superficie del agua o sus rayos iluminando cosas distantes del propio astro. Él pasaría a ver el Sol, allá en el cielo, tal como él es (Ibidem, p. 24).*

De esa manera, la idea fundamental en la “Alegoría de la Caverna” es la distinción entre lo proyectado por un grupo de seres humanos en el subsuelo y los elementos naturales encontrados en la superficie; así, el “Sol” pasa a ser la fuente real de conocimiento, que ilumina y determina todo lo que compone la naturaleza, incluyendo aquello que se muestra dentro de la caverna, aunque sin manipulación de ningún tipo.

Esta transformación difícilmente se dará al mismo tiempo en toda la sociedad. Las circunstancias, las amistades, el entorno familiar, la clase a la que se pertenece, etc., todo ello forma parte de los componentes que determinan un paso más rápido o más lento hacia lo que Platón plantea como la “idea del bien”:

*A partir de ahí, razonando, el hombre liberto sacaría en conclusión que el Sol es el que produce las estaciones y los años, el que gobierna todas las cosas visibles. Percibiría que, en un cierto sentido, el Sol es la causa de todo lo que él y sus compañeros veían en la caverna. ¿No crees que, al recordar la antigua morada, los conocimientos que allá se producen y a sus antiguos compañeros de prisión, lamen-*

*taría la situación de ellos y se alegraría con el cambio? ¿Mientras estuviera con la vista confusa, él no causaría la risa de los compañeros que permanecieron presos en la caverna si tuviera que competir con ellos sobre la evaluación de las sombras? ¿Los prisioneros no dirían que la subida hacia el mundo exterior le había dañado la vista y que, por consiguiente, no valía la pena llegar hasta allá? Tú no crees que, si pudieran, ellos matarían a quien intentara liberarlos y conducirlos hasta lo alto? (Ibídem, 1988, p. 24).*

La relación entre el ser humano que sale de la caverna y quienes aún siguen aprisionados en ella es fundamental para entender las reacciones humanas al asumir o rechazar nuevas concepciones de la vida que se salgan de los esquemas que se les han enseñado durante toda su vida. Sería absurdo argumentar que la sociedad no necesita un cambio en su manera de ver y asumir la comunicación debido a que esta disfruta del contenido que percibe. Más allá de si esta apreciación sea cierta o no, es completamente entendible que la mayoría de la población no vea nada de malo en exaltar a Mickey Mouse o a Homero Simpson por encima de los próceres patrios, debido a que casi la totalidad de las generaciones que hoy viven nacieron, crecieron, se formaron y han pasado toda su vida rodeadas de los mensajes emitidos desde los centros de poder capitalistas.

En ese sentido, no es culpa del pueblo el estar lleno de antivaldores que van en contra del bienestar social; es culpa de los grandes emporios mediáticos que desde hace casi un siglo han inyectado contenido comunicacional acorde a sus intereses pero en detrimento

to de la sociedad; una lógica en donde el sexo vende, la mujer es vista como un objeto sexual, la violencia es temática recurrente en las propuestas cinematográficas, la droga es calificada como algo normal y las bebidas alcohólicas como parte del día a día de los ciudadanos; es decir, un contenido comunicacional que no soluciona las problemáticas sociales sino que las justifica y, en consecuencia, crea condiciones favorables para su reproducción. Se requiere, por lo tanto, de una voluntad férrea para luchar contra todas las barreras que podrían impedir una transformación cultural, desde el poder de los grandes emporios mundiales hasta la resistencia del mismo pueblo, envilecido luego de décadas de antivalores; para llegar a una sociedad basada en principios humanistas, democráticos, equitativos, pero sobre todo sociales:

*Toda esta historia, querido Glauco, es una comparación entre lo que la vista nos revela normalmente y lo que se ve en la caverna; entre la luz del fuego que ilumina el interior de la prisión y la acción del sol; entre la subida hacia afuera de la caverna, junto con la contemplación de lo que allá existe, y entre el camino del alma en su ascensión a lo inteligible. He aquí la explicación de la alegoría: en el mundo de las ideas, la idea del bien es aquella que se ve por último y a gran costo. Pero, una vez contemplada, esta idea se presenta al raciocinio como siendo, en definitiva, la causa de toda la rectitud y la de toda la belleza... en el mundo de las ideas, la propia idea del bien es la que da origen a la verdad y a la inteligencia. Considero que es necesario contemplarla, en caso de que se quiera actuar con sabiduría, tanto en la vida particular como en la política (Ibídem, p. 25).*

Hoy el epicentro de esa dinámica son los Estados Unidos, pero la lógica detrás de la dominación cultural data desde hace siglos, desde la dominación europea sobre los pueblos y el suelo suramericano. Desde aquel momento comenzó la destrucción de valores autóctonos latinoamericanos para imponer elementos ajenos que sirvieran a los intereses de las potencias extranjeras a través de la sumisión de los latinoamericanos. El gran Moctezuma de México, asesinado por Cortés; Atahualpa, del Perú, por Francisco Pizarro, así como Imas, Zipas, Ulmenes y demás caciques indígenas. Si ni siquiera a los grandes líderes y autoridades indias se les respetó, mucho menos al pueblo latinoamericano en general.

Para España en aquel momento, y hoy para los Estados Unidos, la única función que parecen tener los latinoamericanos es la de trabajadores incansables e incesantes, cuyo objetivo en la vida es el de laborar la tierra y los recursos naturales, no para el bienestar y auge de su patria, de su familia y de su entorno, sino para fortalecer el poderío económico de élites internacionales ajenas a todos sus intereses o, cuando mucho, el de consumidores de los productos que esas potencias venden a las naciones de la periferia; productos, además, muchas veces creados con el material extraído y robado de suelo americano.

Así como se hace necesaria esa reflexión histórica, que evidencia la manera en que se ha oprimido culturalmente a Latinoamérica desde hace siglos, se debe rescatar la obra y el pensamiento de quienes han luchado por acabar con esa realidad, entre los que sobresale el Libertador Simón Bolívar, quien desde temprana edad,

en su famoso “Juramento en el Monte Sacro”, declaró refiriéndose a las potencias del momento:

*Este pueblo ha dado para todo, menos para la causa de la humanidad: Mesalinas corrompidas, Agripinas sin entrañas, grandes historiadores, naturalistas insignes, guerreros ilustres, procónsules rapaces, sibaritas desenfrenados, aquilatadas virtudes y crímenes groseros; pero para la emancipación del espíritu, para la extirpación de las preocupaciones, para el enaltecimiento del hombre y para la perfectibilidad definitiva de su razón, bien poco, por no decir nada. La civilización que ha soplado del Oriente, ha mostrado aquí todas sus fases, ha hecho ver todos sus elementos; mas en cuanto a resolver el gran problema del hombre en libertad, parece que el asunto ha sido desconocido y que el despeje de esa misteriosa incógnita no ha de verificarse sino en el Nuevo Mundo (Bolívar, 2009, p. 15).*

Rescatar el pensamiento de Bolívar, para materializarlo, concretarlo y darle continuidad histórica en el presente, debe partir de lo que para él era la “ley de leyes”: la igualdad. Decía el Libertador, sobre la igualdad, que “sin ella perecen todas las garantías, todos los derechos. A ella debemos hacer los sacrificios” (Ibídem, p. 169). Tener como máxima la igualdad en una sociedad es también creer en un mundo sin desigualdades, en donde los países se relacionen como iguales, donde no exista la diferencia de clases sociales, todos cuenten con las mismas condiciones en cuanto a educación, alimentación, salud, vivienda, formación cultural, acceso a los medios de comunicación, posibilidades de difundir opiniones, así como la posibilidad de crear y expresar contenido cultural propio, todo ello en función de los intereses de la humanidad.

Hoy los venezolanos y venezolanas pueden decir con orgullo que sí forman parte de la construcción de un modelo basado en la igualdad y en la inclusión: el socialismo. La Revolución Bolivariana, de manera particular el liderazgo del comandante Chávez, ha demostrado que sí es posible contar con educación, salud, vivienda y alimentos de calidad como parte de políticas públicas llevadas a cabo desde el Estado Bolivariano. Los logros revolucionarios colocan a la Venezuela del siglo XXI en la vanguardia revolucionaria de todo el mundo y al presidente Chávez como uno de los grandes líderes revolucionarios de la historia, además de haber despertado y reavivado la esperanza de los pueblos.

Desde la Revolución Bolivariana se ha planteado que es un absurdo pretender que la tecnología debe servir únicamente en función de la guerra y la violencia, como nacen, lamentablemente, gran parte de los inventos hoy en día, incluyendo Internet. La utilización de la tecnología bajo estas premisas, forma parte de la concepción ideológica del capital, que ha empleado la guerra como uno de los principales mecanismos para poder subsistir como modo de producción.

De igual manera, es equivocado argumentar que el carácter limitado del espacio radioeléctrico hace que exista un cierto monopolio natural sobre los medios de comunicación. La naturaleza no distingue entre ciudadanos y los recursos que ella provee no surgen con destinatarios, sino para todos los ciudadanos por igual. Por lo tanto, si la sociedad se rige por aquella máxima del Libertador Simón Bolívar, de que la “ley de leyes” debe ser la igualdad y de

que los recursos naturales de una nación deben ser propiedad del Estado para, desde ahí, ser distribuidos de manera equitativa entre la población, algo en lo que Bolívar creía firmemente y por lo cual recursos como el petróleo, en Venezuela, son manejados por el Estado y no por la empresa privada, como ocurre en Estados Unidos.

De ocurrir algo similar en el manejo del espectro radioeléctrico no habría desigualdad alguna en el ámbito comunicacional; la cantidad de frecuencias existentes, tanto para radio, como para la televisión, serían distribuidas de la manera más equitativa entre los ciudadanos, los grupos o los factores que hagan vida en esa nación.

El argumento de las supuestas “limitaciones” que traería consigo la falta de espacio en el ámbito radioeléctrico para una mayor participación popular resulta menos válido, por ejemplo, en los umbrales de la televisión digital abierta, formato que se comenzará a utilizar en Venezuela gracias los convenios de la nación con los países del MERCOSUR y la tecnología de Japón, debido a que con esta herramienta “donde sólo se ve un canal (con la puesta en funcionamiento de la señal abierta de televisión digital) se podrán ver cuatro canales” (AVN, 2012), algo que permitirá una mayor inclusión en el ámbito comunicacional, por lo menos a nivel nacional.

Sin embargo, como ha planteado el comandante Chávez, no tiene sentido pensar en eliminar las desigualdades culturales, en desarrollar propuestas comunicacionales propias, medidas desde el Estado que ayuden a promover los elementos culturales autóctonos y eliminar la excesiva injerencia de contenido foráneo contrario a las tradiciones locales, mucho menos construir el socialismo, un

modelo basado en la igualdad y el humanismo, si Latinoamérica no es independiente y soberana en el ámbito político y económico. Por ello la imperante necesidad de preservar la independencia que ha conquistado el pueblo venezolano gracias a la Revolución Bolivariana, para seguir llevando a cabo proyectos culturales autóctonos y continuar como ejemplo de soberanía para los demás países del mundo.

La lógica detrás de la imposición cultural tiene la misma finalidad que la propuesta europea cuando la conquista de hace siglos. De igual manera, la propuesta de independencia que promovieron Bolívar, Sucre, Miranda, Zamora, José Martí, entre muchísimos otros, también sigue vigente. Así,

*(...) seguiremos la marcha majestuosa hacia las grandes prosperidades a que está destinada la América meridional; entonces las ciencias y las artes que nacieron en el Oriente y han ilustrado a Europa, volarán a Colombia libre que las convidará con un asilo (Bolívar, 2009, p. 112).*

La plena independencia nacional y continental habría de permitir, además de la preservación de valores culturales autóctonos, difundir por el mundo la diversidad de propuestas artísticas y culturales, así como los valores de solidaridad y de hermandad que han servido de lazo entre los pueblos del continente, con lo que se enriquecería la propuesta de otros, así como de Latinoamérica al conocer las tradiciones de gran parte del mundo. Que la consigna sea aquella que Bolívar lanzó en 1820, para la historia y para siempre: *¡Es imperturbable nuestra resolución de independencia o nada!*

## REFERENCIAS

ACADEMIA DE CIENCIAS DE LA URSS: *Historia de la política exterior de la URSS*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Moscú, Rusia, 1947.

ACEVEDO, Juan: *Globalización y neoliberalismo: El culto a Mammon*, Periódico Claridad, 1998. Disponible en: [http://malditoscyborgs.org/dam/spanish/articles/greed/globalizacion\\_y\\_neoliberalismo.html](http://malditoscyborgs.org/dam/spanish/articles/greed/globalizacion_y_neoliberalismo.html).

ADORNO, Theodor: *Minima Moralia: Reflexionen aus dem beschädigten Leben*, Amecar, Barcelona, España, 1983.

AGENCIA VENEZOLANA DE NOTICIAS: *Venezuela iniciará primera etapa de televisión pública digital*, Caracas, Venezuela, 2012. Disponible en: <http://www.avn.info.ve/node/128240>.

ANDERSON, Enrique: *Historia de la literatura hispanoamericana*, Fondo de Cultura Económica, México, 1954.

ARANGUIBEL, Alberto: *Alegoría de la caverna*, 2012. Disponible en: <http://soyaranguibell.wordpress.com/2012/06/07/alegoria-de-la-caverna/>.

ARISTÓTELES: *Constitución de los atenienses*, Abada Editores, Madrid, España, 2005.

ASTRAIN, Ricardo: *Filosofía intercultural, globalización e identidad. Reflexiones sobre el desarrollo desde América Latina*,

Exposición presentada en el seminario: *Quelle globalisation pour l'Amérique latine. Débat autour des identités socio-culturelles*, Louvain-la-Neuve, 2003. Disponible en: <http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/dvlp/documents/Salas.pdf>.

AULETTA, Ken: *American Keiretsu*, The New Yorker, Nueva York, Estados Unidos, 1997.

BAGDIKIAN, Ben: *El monopolio en los medios de difusión*, Fondo de Cultura Económica, México, 1986.

BAGDIKIAN, Ben: *The New Media Monopoly*, Beacon Press, Boston-Estados Unidos, 2004.

BARRETO, Juan: *Crítica de la razón mediática*, Ediciones de la Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela, 2006.

BECERRA, Martín: *Concentración de medios*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina, s/f. Disponible en: [www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/becerra-mastrini.doc](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/becerra-mastrini.doc).

BERMÚDEZ, Emilia y SÁNCHEZ, Natalia: *Política, cultura, políticas culturales y consumo cultural en Venezuela*, Ponencia presentada en la II Reunión de miembros de LASA, Caracas, Venezuela, 2008.

BOLÍVAR; Simón: *Antología*, Ediciones del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información, Caracas, Venezuela, 2009.

BORÓN, Atilio en: *Fidel: Nuestro deber es luchar*, Editorial José Martí, La Habana, Cuba, 2012.

BORÓN, Atilio: *No estoy en contra de la globalización, sino de este modelo de globalización*, ICOS, Buenos Aires, Argentina, 2010. Disponible en: <http://cincoweb.uca.edu.ar/index.php/component/content/article/113-atilio-boron-no-estoy-en-contra-de-la-globalizacion-sino-de-este-modelo-de-globalizacion>.

BRITTO GARCÍA, Luis: *Dictadura mediática en Venezuela*, Editorial Correo del Orinoco, Caracas, Venezuela, 2012.

BUENABAD, Fernando: *Filosofía de la comunicación*, Ediciones del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información, Caracas, Venezuela, 2006.

CAFIERO, Carlo: *El Capital, de Karl Marx*, Biblioteca Política de Oikos-Tau, Barcelona, España, 1980.

CARDOSO, Ciro y PÉREZ, Héctor: *Centroamérica y la economía occidental (1520-1930)*, Editorial Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica, 1977.

CARMONA, Ernesto: *Los amos de la prensa en Encuentro Latinoamericano vs Terrorismo Mediático*, Ediciones del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación, 2007.

CASTELLS, Manuel: *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Volumen 1. La sociedad red, 6ª edición en español, Siglo XXI, México, 2005.

CHIROQUE, Sigfredo: *Diseño de investigación cuantitativa y cualitativa: Procesos iniciales*, Colegio de Profesores del Perú, Arequipa, Perú, 2008.

CORREAS, Oscar: *Aristóteles, propiedad y lucha de clases*, Revista Dialéctica, Puebla, México, 1976.

COSENZA, Vincenzo: *World Map of Social Networks*, 2012. Disponible en: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>.

DARWIN, Charles: El origen de las especies, 1859. Disponible en: [www.rebellion.org/noticia.php?id=81666](http://www.rebellion.org/noticia.php?id=81666).

ENGELS, Federico: *Anti-Dühring*, Grijalbo, México, 1964.

ENGELS, Federico: “*Dialéctica de la naturaleza*”, en Textos escogidos de Marx y Engels, Editorial Ocean Sur, Caracas-Venezuela, 2011.

ENGELS, Federico: *El origen de la familia, de la propiedad privada y del Estado*, Editorial Claridad, Buenos Aires, Argentina, 2007.

ENGELS, Federico: “*El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre*”, en Textos escogidos, Editorial Ocean Sur, Caracas, Venezuela, 2011.

FERGUSON, Adam: *Essai sur l’histoire de la société civile* [Ensayo sobre la historia de la sociedad civil], París, 1783.

FLAHERTY, Robert: *La función del documental*, 1939. Disponible en: <http://www.docupolis.org/historiayteoria/texto01.htm>.

FRABETTI, Carlo en: “*Fidel: Nuestro deber es luchar*”, Editorial José Martí, La Habana, Cuba, 2012.

GALEANO, Eduardo: *Las venas abiertas de América Latina*, Siglo Veintiuno Editores, España, 2000. Disponible en: <http://www.minci.gob.ve/publicaciones/>.

GARCÍA, Daniel: *De banqueros e indignados: Jacob Fugger*, 2012. Disponible en: <http://historia-y-arte.blogspot.com/2012/03/de-banqueros-e-indignados-jacob-fugger.html>.

GARCÍA, Emilio: *La influencia del estado en la cinematografía española*, Área Abierta, España, 2006. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2254397>.

GARCÍA, Néstor: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Editorial Grijalbo, México D.F., México, 1995.

GUERRERO, Alejandro: *Cuadernillo II, Medios de comunicación y la función de transparencia*, IFAI, México, 2006.

HARNECKER, Marta: *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, Siglo Veintiuno Editores, México D.F., México, 1974.

HORKHEIMER, M. y ADORNO, T.: *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, Argentina, 1988.

INSTRUMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO: *Plan Marshall*, Postgrado interuniversitario impartido por las universidades de Oviedo, Cantabria y País Vasco.

IRABURU, José: *Hechos de los apóstoles en América*, 2003. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/21654873/Hechos-de-los-Apostoles-de-America>.

LANCIA, Patricia: *The ethical implications of monopoly media ownership*, Wilfred Laurier University, Ontario-Canadá, 2009.

LENIN, Vladimir: *El Estado y la Revolución*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Pekín, China, 1975.

LENIN, Vladimir: *El imperialismo, fase superior del capitalismo*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Pekín, China, 1975.

LEÓN, Miguel: “*Felipe II y el mundo indígena*”, Revista Estudios de Cultura Náhuatl, 1998.

MANTECÓN, Ana: *Globalización cultural y antropología*, Alteridades, 1993. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/23125555/Globalizacion-cultural-y-antropologia>.

MARCUSE, Herbet: *El hombre unidimensional*, Editorial Planeta Argentina, Buenos Aires, Argentina, 1993.

MARSHALL, George: “*Discurso del 5 de junio de 1947*”, Historia de las relaciones internacionales durante el siglo XX, 2003. Disponible en: <http://www.historiasiglo20.org/TEXT/planmarshall.htm>.

MARX, Carlos: *El Capital*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina, 1999.

MARX, Carlos: *Introducción general a la crítica de la economía política* (1857), Ediciones Cuadernos de Pasado y Presente, México D.F., México, 1977.

MARX, Carlos: *Miseria de la filosofía*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, S/F.

MARX, Carlos: *Prólogo de la “Contribución a la crítica de la economía política”*, en *Textos escogidos*, Editorial Ocean Sur, Caracas-Venezuela, 2011.

MARX, Carlos y ENGELS, Federico: *“La ideología alemana”*, en: *Textos escogidos de Marx y Engels*, Editorial Ocean Sur, Caracas-Venezuela, 2011.

MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín: *Periodistas y magnates*, Prometeo Libros, Buenos Aires-Argentina, 2006.

MCCHESENEY, Robert: *Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado*, Estados Unidos, 2002.

MCCHESENEY, Robert: *Journalism, Democracy and Class Struggle*, Monthly Review, Estados Unidos, S/F. Disponible en: <http://monthlyreview.org/2000/11/01/journalism-democracy-and-class-struggle>.

MCCHESENEY, Robert: *The Global media giants, Fairness & Accuracy in Reporting*, Estados Unidos, 1997. Disponible en: <http://www.fair.org/index.php?page=1406>.

MCCLINTOCK, Pamela: *Paramount No. 1 in 2011 Global Market Share With \$5.17 Billion*, The Hollywood Reporter, Estados Unidos, 2012. Disponible en: <http://www.hollywoodreporter.com/news/paramount-transformers-kung-fu-panda-277322>.

MCNEILL, William: *Plagas y pueblos*, Siglo XXI, Madrid-España, 1984.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, Gobierno de España: *Manual del Ministerio de Educación del Gobierno de España sobre la Historia del Cine*, Media, España. Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/bloque1/pag10.html>.

MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA CULTURA: *Así somos*, Editorial Sistema Masivo de Revistas, Caracas, Venezuela, 2011.

MITTERRAND, François: *Discurso dado en Gdansk Polonia el 21 de septiembre de 1993*, The Information Society, Indiana, Estados Unidos, 1993.

MONTERO, Maritza: *Ideología, alineación e identidad nacional. Una aproximación psicosocial al ser venezolano*, Ediciones de la Biblioteca, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela, 2004.

MORGAN, Lewis: *La sociedad primitiva*, Editorial Ayuso, Madrid-España, 1971.

OBSERVATORIO ESTADÍSTICO DE CONATEL: *Difusión por suscripción. Indicadores años 2000-2011*, Caracas-Venezuela, 2012. Disponible en: [www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores.../difusion\\_12.pdf](http://www.conatel.gob.ve/files/Indicadores/indicadores.../difusion_12.pdf).

OLIVAS, Paola: *Análisis de nuestra comunidad desde el paradigma de la cultura azteca*, 2005. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/4855378/cultura-azteca>.

PÁEZ, Ángel: *Metodología de la investigación documental*, Cátedra de Metodología de la Investigación Documental de la Universidad del Zulia, 2008. Disponible en: <http://metodologiadelainvestigaciondoc.blogspot.com/>.

PALMER, Tom: *Globalización y cultura: Homogeneidad, diversidad, identidad, libertad*, Fundación Friedrich Naumann, México, 2003. Disponible en: <http://www.hacer.org/pdf/Palmer1.pdf>.

PILAR, María: “*Los Mexica, últimos señores de Mesoamérica*”, Gran Enciclopedia de España y América, Madrid-España, 1893.

PIVIDAL, Francisco: *Bolívar, pensamiento precursor del antiimperialismo*, Ediciones de la Presidencia de la República, Caracas, Venezuela, 2006.

RAMONET, Ignacio: *Algo se ha puesto a andar y era totalmente inesperado*, 2011. Disponible en: <http://vulcano.wordpress.com/2011/12/04/ignacio-ramonet-algo-se-ha-puesto-a-andar-y-era-totalmente-inesperado/>

RAMONET, Ignacio en: “*Fidel: Nuestro deber es luchar*”, Editorial José Martí, La Habana, Cuba, 2012.

RAMONET, Ignacio: *La golosina audiovisual*, Fácil, Caracas, Venezuela, 1992.

RAMOS, Marlene: *History of music: La música tradicional venezolana*, Paramaribo, Suriname, 2008.

RIBEIRO, Jorge: *“Platao, ousar a utopia”* en El pensamiento pedagógico griego, Sao Paulo, FTD, 1988.

RODRÍGUEZ, Simón: *Inventamos o erramos*, Monte Ávila Editores, Caracas, Venezuela, 2004.

ROSTWOROWSKI, María: *La mujer en la época prehispánica*, IEP, Lima, Perú, 1988.

SALAZAR, Rafael: *Venezuela, Caribe y música*, Editorial Fundación Tradiciones Caraqueñas (FUNTRACAR), Caracas, Venezuela, 2003.

SCIENCE PARAMETER: *Corporate Media Ownership*, 2006. Disponible en: [http://www.scienceparameter.com/museum/Media-Map.htm#Corporate\\_Media\\_Ownership](http://www.scienceparameter.com/museum/Media-Map.htm#Corporate_Media_Ownership).

SEGOVIA, Alejandro: *Integración real y grupos de poder económico en América Central: Implicaciones para el desarrollo y la democracia de la región*, Fundación F. Bert, San José-Costa Rica, 2005.

SEGOVIA, Ana: *La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, 2001. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t25444.pdf>.

SEGOVIA, Ana: *Repercusiones y cambio de las leyes de propiedad en medios de comunicación, Madrid, España, 2004. Disponible en: [www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer16-04-segovia.pdf](http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer16-04-segovia.pdf)*.

SMUTS, Barbara: *Primate Societies*, University of Chicago Press, Chicago, Estados Unidos, 1986.

SOLIS, Brisa: *La discriminación en los medios de comunicación*, CONAPRED, México, 2006.

SPINK, Peter: *Replanteando la investigación de campo: Relatos y Lugares*, Programa de Postgrado en Psicología Social, Universidad Católica de São Paulo, Brasil, 2007.

STOLOVICH, Luis: *El mapa del poder económico en los medios de comunicación de Uruguay*, 2003. Disponible en:

[legislaciones.amarc.org/CD/cd/anexos/Anexos%201.4a.doc](http://legislaciones.amarc.org/CD/cd/anexos/Anexos%201.4a.doc).

THAM, Melissa: *Discovery Channel reaches 132 million viewership's*, Singapur, 2010. Disponible en: <http://www.casbaa.com/privacy-policy/361-discovery-channel-reaches-132-million-viewerships>.

TOCQUEVILLE, Alexis: *De la démocratie en Amérique*, Paris, Francia, 1864.

TOFFLER, Alvin: *La tercera ola*, 2ª edición, Plaza & Janes, Barcelona, España, 1980.

TOURAINÉ, Alain: *¿Podremos vivir juntos?*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., México, 1997.

TZVI, Tal: *Temáticas y estéticas del cine en América Latina post-dictatorial*, Nuevo Mundo Mundos Nuevos, Cuestiones del tiempo presente, 2010. Disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/58330>.

VARGAS, Gustavo: *500 años del descubrimiento de América. Alejandro VI, El Donador*, Revista Credencial Historia, Edición del 21 de septiembre de 1991.

VARON, Rafael: *Minería Colonial Peruana: Un ejemplo de integración al sistema económico mundial*, Revista del Museo Nacional de Historia, Lima-Perú, 1978.

VENEZOLANA DE TELEVISIÓN: *The McClatchy Company ataca a Venezuela a través de The Miami Herald y El Nuevo Herald*, 2010. Disponible en: <http://vulcano.wordpress.com/2010/02/08/the-mcclatchy-company-ataca-a-venezuela-a-traves-de-the-miami-herald-y-el-nuevo-herald/>.

VERGARA, Enrique: *Medios de comunicación y globalización: ¿destrucción o reconstrucción de identidades culturales?*, Universidad Diego Portales, Santiago de Chile-Chile, 2006.

VITALE, Luis: *El protagonismo social de la mujer*. Disponible en: [http://www.archivochile.com/Ideas\\_Autores/html/vitale\\_1.html](http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/html/vitale_1.html).

WEBER, Max: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Editorial Akal, España, 1998.

Esta edición de 5.000 ejemplares  
se imprimió durante el mes de julio del año 2013,  
en los Talleres Tipográficos Norte,  
en Caracas, República Bolivariana de Venezuela.

**DISTRIBUCIÓN  
GRATUITA**  
PROHIBIDA SU VENTA

Imaginemos. Una realidad social transformada, en la que la dictadura de la mercancía no sea el peso único reinante para modelar discursos, en una organización social donde el mandato supremo para la comunicación no sea domesticar la conciencia de los pueblos para la servidumbre y al servicio del consumismo... inmediatamente quedará claro el trabajo supremo de emplear cada herramienta comunicacional en las infinitas y extraordinarias tareas de organizarnos para transformarnos plenamente... en cuerpo y alma.

*Fernando Buen Abad Domínguez*



Gobierno  
**Bolivariano**  
de Venezuela

Ministerio del Poder Popular  
para la **Educación**

IPASME