

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### Y LA CULTURA DE MASAS.

Para analizar el tema será necesario tratar punto por punto y nos detendremos en los de mayor interés para este ensayo, pero eso no significa que unos sean más trascendentes que otros. El objetivo primordial es reflexionar acerca de la importancia del surgimiento de los medios de comunicación y su estrecha vinculación con la cultura de masas, en el contexto del sistema capitalista.

Para entender la influencia de los medios de comunicación en la sociedad de masas es indispensable determinar porqué se les considera como un aparato ideológico del Estado.

Retomando la ideología marxista que concibe al Estado como un sistema que permite que las clases poderosas aseguren su dominación sobre la clase trabajadora; podemos distinguir que el aparato del Estado esta constituido por dos elementos: el aparato represivo y el aparato ideológico.

El aparato represivo funciona mediante la violencia, no precisamente física pero hace uso del poder para defender sus intereses; por lo tanto pertenece al dominio público y abarca al gobierno, administración, ejército, policía, tribunales, etc.

El aparato ideológico del Estado son aquellas instituciones que se encargan de presentar al ciudadano las realidades concordantes con la ideología dominante ( la ideología de las clases en el poder), por ejemplo: la religión, la escuela, la familia, los partidos políticos, los sindicatos, las manifestaciones culturales y por supuesto, los medios de comunicación. La mayoría de ellos pertenecen al dominio privado.

Ambas se encargan de formar en el individuo hábitos, normas, reglas, creencias, sentido de pertenencia, afiliación, gustos, preferencias, etc. que serán básicas en la formación de la sociedad de masas; además de ser limitantes para la libre expresión, en otras palabras, no se permite expresar ideas que no concuerden con las preestablecidas por el aparato ideológico.

Esta situación es muy representativa de los países subdesarrollados, tal es el caso de Latinoamérica y específicamente México. En el transcurso de nuestra historia podemos notar como las formas de expresión como el arte, la prensa, la radio, la televisión y demás, han sido utilizadas para respaldar las ideologías oficiales, esto se explica por el control y la censura que el Estado y sus correspondientes aparatos, ejercen sobre lo que debe ser divulgado y lo que no puede ser dado a conocer.

Los medios de comunicación son determinantes en la preservación del aparato ideológico del Estado, para entender como han llegado a adquirir tal importancia es preciso recapitular el origen de la industrialización de los medios y la consecuente cultura de masas, siendo ésta capaz de crear vínculos entre los individuos que permitan mantener estable al sistema.

Hablar de la historia de la comunicación, es hablar del desarrollo de las industrias de los medios. El proceso histórico por medio del cual surgieron y se desarrollaron estas industrias, esta acompañado por el surgimiento de las sociedades modernas.

Con la aparición de la prensa en 1450 inicia el desarrollo de las industrias de los medios. El capitalismo hace suyas las formas de transmisión cultural para industrializarlas y así comerciar con los medios de comunicación.

Durante la segunda mitad del siglo XV se establecieron imprentas en los centros comerciales más importantes

de Europa. A partir de allí se inicia la era de comunicación de masas; hecho que coincide con el desarrollo de las formas de producción capitalistas y los inicios del Estado nación moderno.

En los inicios de la prensa, se publicaron panfletos, periódicos y boletines de diversos tipos. Dichas publicaciones estaban dedicadas a sucesos particulares y no formaban parte de una serie. Fue a principios del siglo XVII cuando las publicaciones informativas aparecen con frecuencia y regularidad. Lo que da origen a la preocupación por parte de Estado por regular y reglamentar el contenido de las publicaciones (antecedente de la censura).

Como consecuencia del crecimiento y la consolidación de los periódicos de circulación masiva, surge el comercio internacional de las noticias que prevalece hasta nuestros días con el dominio de las grandes agencias (que ya antes se habían repartido el mundo como se reparte un pastel). Estas son las que proporcionan a cada país las noticias que se transmiten en la televisión, la radio y los periódicos. Obviamente que antes de llegar al público son filtradas por las políticas internacionales y gubernamentales correspondientes.

El progreso técnico hace posible la aparición de la fotografía. Las industrias ven en ella una nueva forma de comercialización y pronto ponen al alcance de muchos las herramientas adecuadas (cámaras, utensilios, productos químicos de revelado y fijación, manuales, etc.) para su producción y consumo. Con la llegada de la fotografía es desbancada la pintura de caballete.

Los pintores de aquella época ven con reserva el nuevo invento, pero debido a la necesidad monetaria, muchos de ellos deciden hacerse fotógrafos ya que la burguesía es propicia a solicitar sus servicios para immortalizar su clase y prestigio.

Entonces el artista es suplantado por el fotógrafo. Una vez más el capitalismo cambia el trabajo individual por la industrialización del producto con miras de comercializarlo.

Actualmente la fotografía es un medio de expresión al alcance de muchos, incluso de las masas. A través de ella se plasman las imágenes de nuestro tiempo lo que la ha convertido en un documento histórico. La fotografía es una técnica especializada muy vinculada con otros medios de comunicación, como el cine, las artes visuales, la televisión y la prensa.

La fotografía da origen al llamado séptimo arte: el cine. En sus orígenes, el cine era ocupado como una forma de archivar acontecimientos históricos y sociales. Pero muy pronto se industrializo.

Las figuras cinematográficas fueron al principio un reflejo de la sociedad, mas adelante se convirtieron en ficticias representaciones de los ideales capitalistas. Esto es, que el cine creo estrellas y una forma de vida glamorosa para que el espectador aspirara a tener la misma vida de los artistas de la pantalla.

El cine se convirtió en un medio de entretenimiento al alcance de la clase proletaria. En consecuencia el receptor del mensaje cinematográfico debe hacer suyos los ideales de vida de la clase burguesa, lo que implica trabajar más para poder alcanzarlos. Una visión muy característica del capitalismo.

Otra invención de gran importancia para los medios fue la radiodifusión, que originó una nueva era en la historia de la transmisión cultural, la historia de la comunicación. He aquí el origen de la televisión y la radio.

Debido a que la radiodifusión transmite señales por ondas electromagnéticas, el público receptor es potencialmente más extenso. En dicha característica radica su importancia.

La radio se expandió rápidamente gracias a que las compañías inversionistas también eran las que vendían los transmisores (aparatos electrónicos receptores de la señal). Obtenían de ello un doble beneficio. Otra de sus

fuentes de ingresos era la venta de tiempo aire a anunciantes y difusores, así como la concesión de programas.

Muy pronto, la radio se monopolizó debido a que las estaciones se organizaron en cadenas nacionales que controlaban la concesión de los programas. La posibilidad de obtener un espacio de transmisión fue cada vez más difícil de obtener, ya que las cadenas nacionales no lo permitían bajo pretexto de que había pocas frecuencias disponibles.

Con la experiencia de la radio, los inversionistas vieron la posibilidad de aumentar sus ganancias, si aplicaban el mismo método a la nascente televisión. El modelo funcionó y las mismas compañías que monopolizaron a la radio, se encargaron de la televisión.

La consolidación de la televisión trajo como consecuencia pérdidas en otras industrias de los medios. Tal vez la más afectada fue el cine, debido a que el espectador prefiere ver la televisión desde su casa porque le resulta más cómodo y más barato que ir al cine. Además de que la televisión creó modelos afines a la vida del televidente promedio, originando un sentido de identificación con él.

Otras industrias de los medios también sufrieron pérdidas al enfrentarse a una nueva competencia por parte de la televisión. Sobre todo en la competencia por los ingresos de la publicidad, ya que la televisión tiene un impacto mayor en el consumidor.

Hasta el momento hemos hablado de los medios de comunicación más importantes de nuestro tiempo, pero no debemos olvidar que no son los únicos que dieron origen a la cultura de masas. También debemos mencionar al telégrafo, el correo y el ferrocarril.

Los inventos que han servido a la comunicación no han sido ni serán los últimos, la tecnología no contempla detener su curso, pues la idea del progreso está estrechamente vinculada con los medios de comunicación.

Con el advenimiento de la tecnología de los satélites y su uso en la difusión transnacional de información y comunicación, ésta ha alcanzado dimensiones insospechadas, incluso inimaginables. Es un hecho que millones de personas reciben a través de su televisión o de su computadora, una cantidad impresionante de información.

Dicha situación representa un avance en la era de la comunicación de masas, pero a la vez es una limitante para todas aquellas que no tienen acceso a los medios para obtener la información. Por ejemplo, en los países subdesarrollados como el nuestro no toda la población tiene el poder adquisitivo para comprar una computadora, o una antena parabólica, lo cual constituye una desventaja. Además de que en la actualidad hay dos tipos de analfabetas: los que no saben leer y los que no saben computación.

De esta forma podemos notar como los medios de comunicación, en el contexto de la sociedad contemporánea, son excluyentes y en consecuencia elitistas.

Por otra parte, la cultura de masas encuentra en los medios de comunicación el reforzamiento necesario para la imagen del hombre masa. Este hombre es el resultado

de un proceso de uniformización del sistema de producción capitalista, que nos indica que todos debemos usar las mismas cosas, servirnos de los mismos utensilios, comer los mismos alimentos, disfrutar de las mismas diversiones, frecuentar los mismos lugares, en concreto, consumir los productos y servicios que se nos ofrecen a través de los medios y gracias a la poderosa influencia de la publicidad.

Como la comunicación es el medio por el cual una sociedad se organiza, es gracias a ella que se desarrollan las relaciones humanas. La comunicación no solo está compuesta por elementos físicos como la palabra, el escrito o la expresión del rostro; también está conformada por los símbolos y los dispositivos por medio de los

cuales se preserva y transmite, como son la imprenta, la televisión, la fotografía, etc.

Los medios de comunicación dan origen al intercambio y circulación de los mensajes y las ideas. Esto es aprovechado para la creación de formas simbólicas que serán transmitidas a través de los medios. Las formas simbólicas son todas aquellas ideas y conceptos producidos por la cultura de masas, que son representados a través de palabras e imágenes.

El surgimiento de los medios de comunicación cambio de manera radical la manera en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y recibidas por los individuos. A este proceso se le denomina mediatización de la cultura moderna.

Las figuras que aparecen la televisión y en el cine se convierten en un punto de referencia para millones de personas alrededor del mundo. Tal vez nunca se conozcan

entre sí, pero comparten una memoria colectiva, producto de la cultura mediatizada.

Ya que la comunicación produce y pone en circulación todas aquellas formas simbólicas que la caracterizan, es imposible desligar a las sociedades actuales de las actividades propias de las industrias de los medios. He allí la trascendencia y la importancia de analizarlas desde la perspectiva de los futuros comunicadores.

En conclusión, los medios de comunicación y la cultura de masas son elementos inseparables del aparato ideológico del Estado.

Los medios de comunicación surgen de la necesidad del capitalismo por crear nuevos mercados. Las invenciones técnicas son aplicadas a los medios de comunicación con el propósito de industrializarlos para obtener ganancias.

Con el paso del tiempo los medios son monopolizados por los grandes capitalistas, que hacen de ellos un instrumento para promover el consumo. Entonces, la propaganda política y la publicidad son utilizadas para persuadir al individuo y moldearlo de acuerdo con la ideología del Estado y por extensión, con el sistema capitalista.

La sociedad masa fue creada para que el individuo hiciera de lado sus propias concepciones acerca de la vida y adoptara los estándares de la sociedad de consumo. De no hacerlo, se vería expuesto a la exclusión, al rechazo y a la represión.

De tal forma que, los medios de comunicación y la cultura de masas crean vínculos entre los individuos de una sociedad para mantener la estabilidad del sistema.

## **BIBLIOGRAFÍA**

\* Althusser, Louis

Ideología y aparatos ideológicos del Estado en

La filosofía como tema de la revolución

Ediciones Pasado y Presente

México, 1982

\* Ayala, Francisco

Rasgos generales de la sociedad masificada en

Introducción a las Ciencias Sociales

Editorial Cátedra

Madrid, 1988

\* Matterlat A.

La era de las multitudes en

La comunicación mundo

Editorial Siglo veintiuno

México, 1996

\* Thompson, John

Transmisión cultural y comunicación de masas en

Ideología y cultura moderna

Ediciones UAM

Segunda edición

México, 1998