

### **Introducción**

Este ensayo se trata de observaciones teóricas, útiles para todos aquellos que realizan investigaciones empíricas y emplean métodos fundamentalmente cuantitativos en el estudio de fenómenos como la televisión en nuestros países. Son proposiciones que afirman la necesidad de acompañar e integrar las investigaciones empíricas, con su multiplicidad de datos, a una teoría general del capitalismo que comprenda una teoría especial del subdesarrollo capitalista. Y dentro de esta última, que nos explique el fenómeno de alineación ideológica como expresión de la dependencia, y por tanto como coautor de su dependencia. Partiré del mismo hecho al cual llegaré: que los medios de comunicación masivos de nuestros países constituyen actualmente, más aún que el sistema educativo y que el sistema religioso, el genuino instrumento ideológico de que se sirve el capitalismo monopolista-imperialista para perpetuar la dependencia en las cabezas mismas de los neocolonizados.

### **Orígenes de la ideología del subdesarrollo: educación y religión**

La célula económica de la sociedad capitalista es, según Marx, la mercancía. Una mercancía es un valor de cambio sustentado por un valor de uso. Aparentemente, la tarea de un sistema económico consiste en proporcionar a los hombres valores de uso para cubrir sus necesidades y combatir la escasez. Pero el capitalista en un sistema que opera al revés: produce valores de uso, no para satisfacer las necesidades de los hombres, sino para cubrir las necesidades del mercado capitalista. Una especie de círculo social vicioso se crea, una tautología económico-social. La producción no está dirigida a la satisfacción de las necesidades humanas, y éstas, en cambio, son utilizadas para satisfacer las necesidades de producción. La primera condición para ello es basar toda la economía, no en el valor de uso, sino en el valor de cambio. Lo importante será no *para qué* sirve una cosa, sino *por cuál otra* puede cambiarse. No la cosa misma en cuanto a su uso, sino en cuanto a su equivalente, a lo que Marx llama su "valor equivalencial". En una producción simple de mercancías este cambio no producía, no podía producir, por sí mismo, una autorreproducción incesante de capital. Pero la era capitalista está basada en una acumulación originaria de capital y con la aparición de una nueva clase social revolucionaria, la burguesía, se creó la primera y primaria condición para la autogeneración creciente del capital: la universalización del mercado, que a su vez engendró lo que Marx llama las relaciones de dependencia total: dominio económico de centros o metrópolis desarrollados, cultos y dueños de la técnica, sobre periferias menos desarrolladas, menos cultas y carentes de técnica. Esta dependencia cobró la forma de subdesarrollo, esto es, la forma de una sociedad hasta el punto dependiente de otra, que ésta se desarrolla a costa de la primera, con lo que la subdesarrollada se ve obligada, desde el comienzo, a desarrollarse de un modo anormal: un progreso dependiente, una cultura refleja, adherida a los patrones de producción y de

consumo de los centros desarrollados. Por esto, tal progreso no puede en verdad llamarse desarrollo, sino subdesarrollo.

Desde el principio pues, se caracterizó el capitalismo por ser un sistema expansivo. Esto tuvo y tiene profundas consecuencias, en toda su estructura social, tanto en el orden material como en el orden espiritual. En el **orden material** ocurre la sucesión de la riqueza patrimonial y la fuerza de trabajo de los pueblos dependientes, y la consiguiente miseria e involución de los mismos, dado que las fuerzas productivas son empleadas fundamentalmente para producir ciegamente capital que, en el momento mismo de nacer, es ya extranjero. O sea, la fuerza de trabajo de estos países, entrando a formar parte de una división internacional del trabajo, se convirtió a gran escala en lo que se ha denominado un proletariado externo, esto es, externo geográficamente, pero situado sin embargo en el corazón mismo del aparato productivo capitalista.

Se creó así una gigantesca zona del planeta puesta a trabajar en las peores condiciones, al servicio de otra parte de aquel. Lógicamente, esta expresión material fue engendrando progresivamente su expansión **ideológica**. Para que un sistema material como el capitalismo pueda sostenerse es preciso que haya en explotadores y explotados una ideología que justifique idealmente al sistema. Es preciso convencer a todos de que el sistema de explotación es no sólo el mejor sino el inevitable, el necesario, el fatal. Él sabe que el capital no podrá reproducirse sino a costa de la reproducción de la miseria, pues no hay acumulación de un lado sin escasez del otro lado. Pero se vio desde el comienzo obligado a convencer de esto a los explotados, a los colonizados. Y para ello creó toda suerte de fuentes suministradoras de ideología justificadora y encubridora. Basta mencionar las dos principales:

- **Sistema educativo:** un sistema de instrucción, en todo calcado del de las metrópolis, con el fin que no se saliese de los marcos de la “cultura occidental” y que justificase todo lo que en nombre de esa cultura se hiciese. También se constituyó la colonización mental, la reducción de la visión del mundo a una visión refleja, conformada según patrones de consumo espiritual que en modo alguno correspondían a los patrones de consumo material de estos pueblos. Así comenzó la creación de una desigualdad radical entre las aspiraciones o esperanzas de unos pueblos y su vida material. Se comenzó por inculcar unos patrones reales en otras partes del globo pero utópicos en la parte subdesarrollada del mundo. Existe una gigantesca desigualdad entre las aspiraciones creadas en la mente de la mayor parte del pueblo (clases medias y bajas) y su nivel real de posibilidades materiales: la creación de un impresionante amasijo de “necesidades” que ni siquiera pueden ser satisfechas, pero que actúan como justificación ideológica del sistema en las mentes de los desposeídos, y los reducen a servidumbre mental. Así los centros de estudio los vemos expandido a toda la población, de modo que no hay ya quien escape al ritmo de la ideología difundida por los medios de comunicación capitalistas, que se han adueñado de las conciencias y de las inconciencias.
- **Sistema religioso:** la religión es un factor unificador de gran potencia. Une a los pueblos en un momento dado el temor, el miedo sobrenatural. Los une y los desintegra al mismo tiempo. Los colonizadores redujeron a explotación material a los colonizados, y al mismo tiempo les

suministraron, con la religión, un paliativo que hacía soportable aquella explotación. La alineación religiosa, la pertenencia a potencias divinas es expresión ideal de la real dependencia frente a las potencias materialmente dominantes. La primera ideología que existió fue la religiosa, suministrada y administrada por “trabajadores intelectuales” que habían separado su trabajo del trabajo físico, que dejaban para el resto de la comunidad, a la que controlaban precisamente gracias al expediente religioso, a los temores sobrenaturales, los castigos divinos, las amenazas de ultratumba. Desde el principio más primitivo lo religioso cumplió un papel específicamente ideológico, que comenzó por justificar idealmente la división de trabajo y terminó, con el capitalismo, por justificar la explotación física. Al constituirse la autonomía política formal, ésta se convirtió al mismo tiempo en la más perfecta ilusión de independencia, lo que no hizo sino ocultar más la dependencia económica respecto de los centros imperialistas. La dependencia continuó, pero ahora amparada por la ilusión, netamente ideológica, de la soberanía política. Todavía hoy sigue siendo el miedo religioso un importante agente psicosocial que impide enfrentarse a las consecuencias primarias que se derivan de no creer que la miseria es un mandato divino, sino una forma de la explotación material a la que son sometidos históricamente. Lo religioso pasa por miles de matices, que van desde la adoración de ídolos de piedra hasta la adoración de ídolos de carne y hueso, pasando por la adoración de abstracciones tales como el Estado, el “orden constitucional”, la “democracia representativa” y otros fetiches ideológicos semejantes. Lo religioso lo tiñe todo de sumisión a valores establecidos. La religión es, todavía hoy, el trasfondo de toda ideología.

En resumen, los dos grandes factores de la alienación ideológica de nuestros países son el sistema educativo y el sistema religioso, que fueron la *ideología del subdesarrollo latinoamericano*. El sistema de la dependencia actuaba sabiamente: junto a la enajenación material fue formando en las mentes la enajenación ideológica: gran reservorio ideal de lealtades hacia el sistema mismo, capital ideológico siempre dispuesto a traicionar cualquier impulso subversivo y siempre al servicio del capital material. Junto a la plusvalía material que era extraída de la fuerza de trabajo, el sistema de la dependencia fue formando progresivamente un mecanismo de producción de plusvalía ideológica, mediante el cual la parte no consiente de la energía psíquica de las gentes pasa a formar parte del capital ideológico imperialista, a sustentarlo, a preservarlo y perpetuarlo.

### **Interiorización del subdesarrollo**

Sean cuales fueren los instrumentos utilizados para el dominio ideológico, este dominio no nace por la aplicación aislada de aquellos instrumentos (educativo y el religioso), sino como expresión de unas relaciones de producción sociales de orden material. Todo proceso de producción basado en la explotación engendra una ideología que lo justifica. Y esta ideología será la de aquellas clases sociales que controlen el proceso, es decir, aquellas clases que representen al capital. Y aunque en todo capitalismo el capital está siempre en relación antagónica con respecto al trabajo, en el caso de los países subdesarrollados ese antagonismo ha permanecido durante siglos oculto en las

inconsciencias de los explotados durante siglos, y solo muy recientemente ha comenzado a presentarse en su consciencia como antagonismo real. A pesar de que la ideología dominante haya sido la misma de las clases dominantes, las clases dominantes han participado de esa ideología; ha sido ella también su ideología.

Dado que el subdesarrollo interiorizado no es otra cosa que una contradicción interiorizada, no es difícil ver que en el desarrollo de esa contradicción esta una de las condiciones, aun negativa, para la explosión revolucionaria. La percepción por parte del explotado y del marginado de la disparidad inmensa que existe entre su nivel real de vida y el nivel de las aspiraciones que posee por compartir la ideología de las clases superiores, puede ser un factor de alto poder desencadenante.

A pesar de su enorme y sutil esfuerzo por suavizarla, el capitalismo no hace en el fondo más que agudizar y exacerbar esa contradicción, igual que ocurre en el plano material. Toda tendencia en este sentido debe ser aprovechada por los revolucionarios. Aquí han aparecido los medios de comunicación y, con ellos, el tema de estas reflexiones: la televisión.

### **Ideología tecnológica, tecnología ideológica**

Es importante centrar el análisis en la televisión por constituir ésta un singular medio de comunicación que constituye una especie de concentración, en un solo punto, de todos los otros medios de comunicación: es audiovisual como el cine, es informativa y posee una escritura como la prensa, y está en casa como la radio, aunque no en cualquier sitio, sino precisamente en aquel que cada hogar considera el sitio de honor. La televisión es un medio que en los países capitalistas constituye actualmente la más genuina expresión ideológica del sistema. La televisión es el punto neurálgico de la industria cultural. Hoy podemos asegurar que si la ideología propia del capitalismo tiene su medio de expresión en las instituciones de la industria cultural, ésta a su vez tiene como punto culminante de máxima intensidad y eficiencia social, la televisión.

La industria cultural toda, y muy especial la televisión, constituye un hecho en sí mismo ideológico. La composición misma de cualquier medio de comunicación es actualmente ideológica: el hecho es que toda tecnología, por constituir precisamente el determinante primordial de todo modo de producción de la vida humana, explica o implica siempre, en aquellas sociedades donde hay explotación, una formación ideológica que le es propia y que es expresión suya, y que además llega a constituir históricamente el sostén y la justificación ideales de la producción material.

El análisis de las expresiones ideológicas de nuestro tiempo debe tener en cuenta un rasgo que le es específico al capitalismo imperialista, y es que nunca antes en la historia la producción de la ideología había estado tan íntimamente unida al proceso mismo de producción material. La ideología es producida industrialmente, y este plan industrial de producción ideológica tiene como finalidad específica y exclusiva no solo el incremento incesante y acelerado del capital material, sino la constitución de un gigantesco capital ideológico cuyo portador es el hombre de la calle y cuyos dueños son los mismos dueños del capital material. Esta pertenencia no consciente o preconsciente del hombre común al sistema de producción que condiciona sin cesar su mente a través de toda suerte de mensajes, es lo que llamamos *proceso de producción de la plusvalía ideológica*.

La televisión, constituye actualmente el más eficaz medio tecnológico que utilizan los dueños del capital para realizar la doble y simultánea operación: la sustracción de plusvalía material incesantemente requerida y la sustracción de la plusvalía ideológica en el taller mismo de producción de la vida psíquica de cada individuo. La televisión es un refuerzo constante para un condicionamiento lo más perfecto posible.

No nos parece aconsejable abandonar la subjetividad ya que es imposible abandonarla en el análisis de los medios. El efecto ideológico de los medios de comunicación está ya dado en la estructura misma de los medios, tal como son utilizados dentro de un determinado modo de producción. En el momento mismo en el que los objetos de la técnica cumplen su función y son aplicados, adquieren todos los rasgos ideológicos propios de la sociedad que los ha creado y los utiliza. El medio en sí, la maquina aislada de su uso, no es sino un cuerpo inerte. El examen de la televisión en el mundo capitalista no puede prescindir justamente del aspecto capitalista. La televisión no es un ente abstracto: es una mercancía que nos hace ver otras mercancías y nos habla de sus excelencias.

### **Subdesarrollo y “mass-media”**

Señalábamos dos rasgos que necesariamente debe tener el examen de la televisión en los países subdesarrollados:

- 1)** La televisión es quizá la más genuina expresión ideológica del sistema social en que vivimos, del sistema capitalista.
- 2)** Reconocer que este estudio no puede ser crítico, porque la televisión, como cualquier otra entidad de la “industria cultural”, es un fenómeno en sí mismo ideológico; es un eficiente transmisor de la ideología que sustenta y justifica el sistema, y es un condicionador colectivo de máxima efectividad en la creación de valores, representaciones e imágenes (la conciencia fetichizada), destinados a salvaguardar y justificar, en la estructura psíquica, las relaciones de explotación que tienen lugar en la estructura social. La energía psíquica y el tiempo de trabajo psíquico que pasivamente consumimos en la recepción profunda y continua de mensajes de todo tipo en lo que se nos transmite como optima la concepción del mundo que justifica precisamente al imperio económico con el cual tenemos relaciones de dependencia y por el cual somos explotados, constituye un verdadero excedente de trabajo inmaterial, una peculiar plusvalía ideológica cuyo beneficiario directo es el sistema de dominación material. La televisión constituye así, como la industria cultural toda, un medio específico de producción ideológica que funciona como íntimo y poderoso aliado de la explotación y la dominación capitalistas. La explotación inmaterial a que contribuye la televisión engendra sumisión, esclavitud inconsciente y lealtad hacia el sistema de explotación material. El rasgo característico de aquella primera explotación es no ser consciente. Sus factores determinantes en primer a instancia son las instituciones de la industria cultural, la televisión a la cabeza, y en última instancia el sistema mismo de producción material.

En primer lugar, nosotros quisiéramos que nos entendiese el público corriente de televisión, que se instala frente al “aparato singular” y no ve en él mayores problemas teóricos. La aceptación, totalmente acrítica, de todos los mensajes

televisivos por parte de este gran público, se debe en gran parte a la idea que se hace acerca del sistema social en que vive. Carece de una teoría adecuada sobre el subdesarrollo, que le haga comprender lo que significa ser capitalista dependiente, ser subdesarrollado. Sin una teoría que le explique este fenómeno como una formación histórica específica, tenderá a aceptarlo como un fenómeno "natural", algo que fatalmente tiene que ser así, algo que acaso es producto del "clima", la "raza", o cualquier otro factor espontáneo e ineludible. En la formación de opiniones de este tipo, de carácter regresivo y propiamente subdesarrollado influyen decisivamente los teóricos que explican el subdesarrollo mediante un inexplicable "retraso" histórico que el propio capitalismo desarrollado se encargara de solucionar y aderezar mediante "ayudas" para que se realice el milagroso "despegue" hacia el desarrollo. Aquella interesada visión, destinada más que a explicar el subdesarrollo, a justificarlo.

La teoría del subdesarrollo implica y necesita una teoría especial de los medios de comunicación de masas en relación con nuestro rasgo básico de países capitalistas dependientes; una teoría regional que señale a esos medios como factores primordiales de la alineación ideológica, correlato que expresa la alienación generalizada y radical que corroe la estructura productiva, especialmente en el sector tecnológico, del que por cierto forma parte la industria cultural. Y la teoría general del subdesarrollo parte de un dato crítico: la pertenencia estructural del subdesarrollo a un sistema capitalista mundial que lo ha originado como formación que le es propia y es exigida por sus mismas leyes internas, del mismo modo la teoría especial sobre los medios de comunicación debe partir del hecho siguiente: los rasgos esenciales de nuestras comunicaciones son los mismos que tienen los *mass media* en el centro desarrollado, pero nuestros *mass media* poseen, como vehículos ideológicos, diferencias específicas que conviene analizar, pues están íntimamente vinculadas al distintivo estructural de nuestro capitalismo, la dependencia. Si bien no nos basta una teoría general de los medios de comunicación como agentes ideológicos del capitalismo imperialista mundial, sin embargo hay que partir de ella, del mismo modo que la teoría general del subdesarrollo parte del estudio de las leyes generales del desarrollo capitalista. Una vez comprendidas las leyes históricas del capital, de estas se deriva la comprensión de fenómenos como el subdesarrollo, pues la acumulación de capital implica necesariamente la reproducción de la miseria.

Todo examen de los rasgos específicos de nuestro subdesarrollo cultural debe relacionar a este con las leyes del capitalismo mundial, que exigen la existencia de una periferia ideológicamente dependiente, culturalmente sumisa a los valores propios del sistema. Este necesita de ciertos "nacionalismos" que en lo político vivan la ilusión de una democracia autónoma cuya verdadera cara, la económica, sea la de la dependencia. Necesita, también, de medios de comunicación que, instalados en los países subdesarrollados, fabriquen una cotidiana ilusión "nacionalista" a través de una degradante vulgaridad temática que no consigue disimular la presencia absoluta, avasallante y grotesca de los mensajes calcados o reproducidos de la televisión norteamericana.

La televisión de nuestros países es perfecta expresión de la dependencia económica y de la penetración ideológica. Estos fenómenos van unidos y forman parte de un solo gran fenómeno.

La televisión de los países subdesarrollados es:

- Expresión ideológica de nuestro carácter capitalista dependiente.
- Campo de penetración del capital extranjero, tanto el capital material como también el capital ideológico.
- Aliado indiscutible de democracias y dictaduras subdesarrolladas que se fundan en la entrega económica y en la sumisión ideológica al capitalismo central.
- Lugar privilegiado, dentro de una industria cultural también dependiente, de producción de plusvalía ideológica destinada a justificar la extracción de plusvalía material y de riqueza natural, que el capitalismo desarrollado practica en los países subdesarrollados.

### **Nuevos instrumentos ideológicos**

Así como veíamos que el colonialismo tenía unos instrumentos pensados para su perpetuación (educación y religión) para la conformación y difusión de su ideología propia, del mismo modo hay que buscar cuales son los instrumentos específicos del nuevo capitalismo: educación y religión; pero adquirirá unos instrumentos específicos: los medios de comunicación de masas.

Los medios de comunicación fueron siempre una condición fundamental para el desarrollo del mercado mundial, es decir, del mundo capitalista.

La radio y la televisión comunican la idea de las mercancías. Comunican la imagen de meros valores de cambio. Aunque radio y televisión sean de hecho, en su estructura íntima, fenómenos radicalmente comerciales, su apariencia es "cultural".

Son los nuevos instrumentos ideológicos por excelencia del capital monopolista; son la expresión ideológica de un nuevo tipo de imperialismo, basado en la interdependencia universal de las naciones, y en la redistribución del mundo en "zonas" de acción del capital. Son el ingente refuerzo psicológico que era necesario emplear para contrarrestar la potencialidad revolucionaria de las fuerzas productivas cada vez más desarrolladas; refuerzo que, unido a las "reformas" y "mejoras" de las condiciones de trabajo, persigue anular el antagonismo entre capital y trabajo y cercenar la contradicción fundamental del capitalismo, a saber: la socialización de la producción y la forma privada de la apropiación. En otras palabras: refuerzos para disimular la alienación. Este refuerzo se revela al análisis como un refuerzo para profundizar la alienación. Cuantos "mejores" son las condiciones de trabajo, mayor es también la potencia del capital, que crece en proporción geométrica en relación a la mera proporción aritmética en que crecen aquellas mejoras. Los nuevos medios de comunicación son el instrumento ideológico esencial para justificar este orden material de cosas. Y son su expresión cabal, pues se basan invariablemente en pintar, con engañosas acuarelas, "un mundo mejor". Y hasta invitan, desafiantemente, a "gozar la realidad".

### **¿Se puede aislar a la TV como objeto de estudio?**

Aunque no sea cosa tan sencilla "aislar" los factores específicos de un medio como la televisión, sin embargo, para la investigación social empírica siempre será más conveniente comenzar por practicar tal aislamiento, por la grave razón de que solo así se podrán obtener cuantificaciones significativas. Ni todos los otros rasgos específicos de la televisión que puedan "aislarse" rendirán toda su utilidad teórica mientras permanezcan como datos "aislados" y separados de lo que llamó Adorno "la totalidad del sistema". Y no se trata

solo de la totalidad del sistema de comunicaciones, sino de la totalidad social en que estas se hallan inscritas. Pues un determinado dato puede ser numéricamente igual en dos países distintos y, sin embargo, poseer en cada uno una importancia teórica diferente.

Para seguir este camino, que requiere además de las técnicas de investigación empírica una teoría, es preciso combinar los criterios cuantitativos con los criterios cualitativos. No basta mencionar datos cuantitativos. Es preciso, confrontándolos con la totalidad del sistema, hacer ver su significación cualitativa. El análisis cuantitativo, aun en su pureza más matemática, no sólo se escapa a la consideración cualitativa, sino que conduce forzosamente a ella. La esencia de la ideología capitalista es que el hombre es un mercader para el hombre.

La televisión forma en el niño estereotipos hacia clases sociales, grupos étnicos e ideologías. Estos estereotipos están formados en base al patrón del país en el cual se producen los materiales televisados. En general, estos estereotipos muestran como positivos los elementos de la clase alta, o media superior, a los sujetos blancos, a los personajes individualizados, occidentales. Se subestima o denigra a los trabajadores manuales, miembros de la clase trabajadora o campesina, personajes asiáticos o africanos, etc. Estos estereotipos se mantienen y son reflejados en la conducta de los niños.

¿De qué nos hablan estos datos empíricos sino de la lucha de clases, el racismo, las zonas mundiales de influencia, la dominación del capital, la alienación?

### **TV, mercado y sociología profunda**

Otro grave problema es el relacionado con el estudio de los efectos de la TV. Lo primero que se le ocurre normalmente al investigador es preguntarle a la gente, hacer encuestas y luego procesar las respuestas. Se construyen así cuadros matemáticos de gran precisión, llenos de “datos objetivos” y de variables que arrojan “tendencias” o “probabilidades”. Sin embargo:

- 1) Tales datos y tendencias sirven de poco si son manejados por una teoría adecuada:** Sin una adecuada teoría del subdesarrollo, que contemple a éste como una formación económico-social específica del capitalismo, no hay probabilidad alguna de hacer rendir sus verdaderos frutos a los estudios empíricos sobre medios de comunicación, entre ellos la TV.
- 2) En lo referente a la televisión hay escollos como el que señala Adorno: “como el material especula con lo inconsciente, las encuestas directas no servirán de mucho”:** la dificultad que representa el tener en cuenta al inconsciente no tiene por qué convertirse en pretexto de los investigadores para hacer que no ven el problema a fin de dedicarse cómodamente a sus encuestas “objetivas”. No queda otro remedio que enfrentarse al problema, así sea imposible precisar objetivamente y con números el grado de individualidad y colectivo de los efectos.

¿Cuál sería el más adecuado tipo de investigación empírica para suministrar los datos necesarios? Señalaremos una de las vías que, en nuestra opinión, es altamente adecuada para investigar las relaciones entre medios de comunicación e ideología dentro de una sociedad capitalista.

El estudio de Packard es una de las más perfectas descripciones de lo esencial de la ideología capitalista en su fase actual. Su obra es una investigación de mercado, y no existe campo más idóneo y apropiado para investigar la ideología capitalista que las investigaciones de mercado, ya que en eso se basa el capitalismo.

La expresión ideológica del sistema material capitalista son sus medios de comunicación, que forman ellos mismos una poderosa industria cultural. Estos medios consisten en propaganda comercial. La investigación de Packard ha demostrado que las motivaciones de los consumidores son profundamente irracionales; que no se entusiasman tanto por la utilidad o valor de uso de los refrigeradores como porque éstos representan “islas congeladas de seguridad”. Lo que les importa de los cigarrillos no es su sabor, sino lo que el mismo fumador menos creía: el color de la caja de cigarrillos. La cuantificación entonces es posible porque no se trata de realizar exámenes psiquiátricos de los consumidores, sino de contabilizar sus reacciones como compradores frente a los estímulos de la propaganda; estímulos conscientemente dirigidos a la inconsciencia de los consumidores. Los que fabrican propaganda en sus laboratorios psicológicos no piensan que aquello que fabrican es pura ideología destinada a conformar las mentes para aceptar y amar al sistema a través del amor hacia su expresión celular: la mercancía.

### **Filosofía del tiempo libre**

La televisión y el sistema todo de comunicaciones ocupan un voluminoso y absoluto lugar en el tiempo vital de existencia diaria de la gente. El caso de la población marginalizada sería la fase suprema de semejante poder, por la sencilla razón de que las 24 horas de su día son todas ellas “tiempo libre”, apto para la ver la televisión y oír la radio, para hipnotizarse y aplicarse una suerte de “terapia por olvido”. Conviene más fijarnos en la significación cualitativa del “tiempo libre” de que disponen, por ejemplo, los sectores obreros o los sectores de empleados públicos. Ello conviene porque existe la posibilidad de contrastar “tiempo libre” con “tiempo de trabajo”. La noción de “tiempo libre” dentro de la sociedad actual es en apariencia fácil de expresar: es el tiempo del no trabajo. Pero este “tiempo libre” no es el mero y simple “no trabajo”, sino el tiempo cualitativo del desarrollo del hombre. En la sociedad contemporánea la jornada de trabajo se ha reducido, pero ha aparecido un falso tiempo libre. No se puede llegar al tiempo libre con simplemente eliminar el trabajo y sustituirlo con aquello que hoy se llama “ocupación del tiempo libre”, ocupación en la cual los hombres pasan su tiempo sin sentido y permanecen en realidad sujetos a los ritmos del trabajo y a su ideología. Es decir, el “tiempo libre” de las relaciones actuales de trabajo no es un verdadero tiempo libre, porque en realidad no es un tiempo para el desarrollo pleno del individuo. Ello ocurre así porque el “tiempo libre” de la sociedad capitalista es un simple “no trabajo”, un escaparse durante el resto del día a la alienación del trabajo. Pero lo más importante: es un “tiempo libre” en el que trabajamos para la preservación del sistema, es el tiempo de producción de la plusvalía ideológica. La energía psíquica permanece como atención concentrada en los múltiples mensajes que el sistema distribuye; permanecemos atados a la ideología capitalista, y se trata de un tiempo de nuestra jornada que no es indiferente a la producción capitalista, sino al contrario: es utilizado como el tiempo óptimo para el condicionamiento

ideológico. Es el tiempo de la radio, de la televisión, los diarios, el cine, las revistas, las tiendas, las mercancías. Este condicionamiento mutila por completo todo impulso hacia el libre desarrollo de la personalidad. El tiempo libre de la sociedad capitalista-imperialista no es un tiempo libre: es el tiempo de producción de plusvalía ideológica.

El tiempo libre de los niños se invierte casi íntegramente en la televisión, de la cual emanan mensajes que sirven para paralizar su psiquismo en una especie de hipnosis imbecil y de paso siembra una representación del mundo como si este fuera un inmenso arsenal de mercancías. En otras palabras, forma en el niño los lineamientos generales de una ideología perfectamente adaptada al sistema.

Esta alineación se forma continuamente mediante la sabia utilización por parte del sistema del tiempo libre de los individuos, lo que convierte ese tiempo libre en un sutil tiempo de trabajo ideológico, con su correspondiente excedente, es decir, la plusvalía. Esta forma de explotación es particularmente intensa y dirigida a zonas subdesarrolladas como América Latina, donde las tensiones sociales cada vez más exacerbadas necesitan grandes “refuerzos” ideológicos para no estallar o disfrazarse de “desarrollismo”.

Se insiste en que el aparato de TV tiene un supuesto efecto “socializante” en el sentido de que reúne a diversas personas. Adorno dice al respecto: “esa «cercanía» fatal del televisor, al reunir a los miembros de la familia y a los amigos, que de otra manera nada tendrían que decirse, es un círculo de sordos. Esta cercanía también satisface el anhelo de no permitir que se produzca nada espiritual que no pueda convertirse en posesión material, encubriendo además la real extrañeza que reina entre los hombres y entre los hombres y las cosas. La situación misma es la que idiotiza aunque el contenido transmitido por las imágenes no sea más tonto que el que generalmente se propina a estos comunicadores compulsivos.

### **El envilecimiento cultural**

En los países subdesarrollados el ciudadano corriendo cree que la “cultura” es un producto exquisito, sazón espiritual que crean unos pocos seres privilegiados. Siente que para acercarse a la “cultura” debe hacer un gran esfuerzo y salirse de lo que él comúnmente es. La cultura se presenta como un ente extraño. El hombre confunde lo que no son sino expresiones de la cultura con la cultura misma. No sabe que toda su vida ciudadana es un tejido cultural. Este ciudadano ignora que él también es un hombre culto, formado en una cultura determinada que lo ha dotado de hábitos, necesidades, conocimientos, costumbres. Desconoce que en nuestras sociedades hay instrumentos altamente tecnificados para la formación de aquellas costumbres, hábitos, necesidades, conocimientos. Ignora, por tanto, que los medios de comunicación de que él se sirve diariamente durante horas son el instrumento más poderoso de “culturización”; no sabe que esos medios forman una industria cultural y que buena parte de las actitudes de las gentes son inducidas directamente por esos medios de comunicación. Cuando él ve la televisión no sabe que está siendo penetrado por la cultura.

Por todas esas razones, el ciudadano corriente cae en una terrible confusión, no reconociéndose a sí mismo como productor de cultura. No imagina que la verdadera cultura es la que difunde la televisión: la cultura de las mercancías, del mercado, del comercio, de la manipulación de las consciencias, de la

explotación subliminal de las necesidades humanas, de la alienación del consumo.

La alienación culturas es así doble:

- La cultura es entendida como “arte y ciencia” presentándose como objeto poderoso y distante al que él no tiene acceso.
- El ciudadano común no reconoce como cultura el cúmulo de mensajes que recibe todos los días a través de la televisión. Ignora la relación que existe entre cultura e ideología.

El arte y la ciencia podrían convertirse en lo contrario de lo que son hoy: podrían dejar de ser manifestaciones ideológicas para transformarse en la crítica del sistema social. No tienen por qué pertenecer a la región engañosa de la ideología. Pueden convertirse en los enemigos del sistema, el arte como denuncia y la ciencia como teoría crítica. Y la tecnología podría servir como base material para el desarrollo de las capacidades humanas, en vez de ser lo que es hoy: un producto del hombre que se vuelve contra el hombre.

El espectador debe comprender que la industria de los medios de comunicación es cultural, y que usada en un sentido inverso al actual, podría servir de vehículo para la superación cultural de los hombres. Pero debe entender también que, en su uso actual, esa “industria cultural” es una industria ideológica que sólo busca, para aumentar sus beneficios materiales, explotar las más recónditas necesidades humanas, incluso creándolas a la fuerza, para que estas se vuelquen ávidas sobre los productos mercantiles de la explotación material.

### **Alicia en el país de las mercancías - El fenómeno del superfetichismo**

Si bien todo fetichismo mercantil es una forma de alienación, no toda forma de alienación implica forzosamente fetichismo mercantil, como lo prueba la presencia de la alienación religiosa en sociedades primitivas en las que no había aún tráfico de mercancías.

Lo esencial del fetichismo mercantil reside en que lo que es una relación social entre personas se presenta, en el capitalismo, como una relación entre cosas. El capital mismo, que es realmente una relación social, se presenta como una cosa. Pero, además, como una cosa que se enfrenta al trabajador como un objeto hostil, ajeno. Así, según Marx, se produce el fetichismo, es decir, una personificación de la cosa y una cosificación de la persona. El objeto misterioso, siendo una cosa, se comporta como persona; siendo un producto, se enfrenta hostil al productor, y todo ello gracias a la alquimia capitalista de las relaciones de producción.

La radio y la televisión son mercancías que hablan de otras mercancías. La televisión no es una mercancía tan sólo por ser una mercancía ella misma. Es un superfetichismo puesto que además ella nos habla todo el día, y nos habla de mercancías. Dentro de la televisión, aparecen mercancías que hablan de sí mismas y se hacen su propia propaganda. La televisión nos presenta a las mercancías como si fueran personas y las deja que ellas mismas no cuenten su historia de bondad y de belleza.

De esta forma se va llenando la psique de los hombres con mercancías desde su más tierna infancia.

### **Conclusión: la guerra subliminal**

Es preciso inventar tácticas para el combate ideológico que no se limiten al lanzamiento de consignas manualescas. De esto se están dando cuenta los revolucionarios latinoamericanos y los científicos sociales.