



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

**PERFILES
EDUCATIVOS**

ISSN 0185-2698

Charles Creel, Mercedes (1986)

**“LA ESCUELA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL:
LA RELATIVIDAD DEL PROCESO HEGEMÓNICO”**

en Perfiles Educativos, No. 34 pp. 41-49.

LA ESCUELA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: LA RELATIVIDAD DEL PROCESO HEGEMÓNICO

Mercedes CHARLES CREEL.*

La labor del maestro, del pedagogo, del comunicador o del padre de familia puede intervenir para proporcionar elementos a fin de que el alumno, el hijo o el destinatario en general puedan establecer una distancia crítica y reflexiva ante los discursos y mensajes a los que están expuestos.

INTRODUCCIÓN

Tanto la escuela como los medios de comunicación han sido abordados, como objeto de estudio, desde múltiples perspectivas: Desde las que buscan destacar la función social positiva que éstos realizan, al actuar como mecanismos medulares de regulación social, hasta aquellas que insertan a ambas instituciones dentro de la perspectiva de la reproducción social, enfatizando el sistema de desigualdad y conflicto que les es característico.

En este escrito trataremos de examinar la posición teórica que afirma que la escuela y los medios de comunicación constituyen los aparatos de hegemonía más importantes en la sociedad contemporánea. Si bien es cierto que concordamos con los planteamientos fundamentales de esta postura teórica, creemos que es importante revisar algunas de sus aseveraciones.

En primer término, sin desdeñar la importancia de la escuela y de los medios de comunicación para el logro del consenso social, pensamos que sería de gran utilidad entender cómo los diversos aparatos de hegemonía se relacionan –apoyándose u oponiéndose- en una sociedad determinada, sin restar importancia a la familia, a la iglesia y a los demás “aparatos” que tienen una función ideológica cultural.

En segundo término, consideramos importante subrayar que los diversos aparatos de hegemonía no constituyen entidades monolíticas y homogéneas, ya que, además de las diferencias existentes entre ellos, existen luchas en su interior por los diferentes proyectos ideológicos que se sustentan. Además, no existe un solo grupo dominante que monopolice la hegemonía, pues más bien existen grupos y fracciones de grupo en continuo enfrentamiento.

En último término, y con igual énfasis sostenemos que la hegemonía no es un fenómeno colectivo total, que penetra por todos los poros de la vida social. Esto se debe a que a lo largo de los diversos procesos que se requieren para su implantación, la hegemonía sufre un proceso de descomposición que, muchas veces, modifica los objetivos e intenciones originales de los grupos que detentan el poder.

* Investigadora del CISE.

Dentro de esta última perspectiva es donde buscamos insertar la problemática de la escuela y de los medios de comunicación, centrándonos principalmente en la televisión.

En la primera parte de este escrito se realizará una revisión general del problema de la hegemonía y de las instituciones que actúan como instancias medulares para la obtención del consenso social. Posteriormente se analizará la producción social de estructuras de sentido que circulan en la sociedad y las relaciones de poder que comportan, como una de las estrategias para implantar la hegemonía. Asimismo, se hará una reflexión sobre los obstáculos que impiden a la hegemonía convertirse en un fenómeno totalizador.

Vamos a abordar, desde un punto de vista teórico, la manera como la escuela y los medios de comunicación son entidades sociales que participan en la consolidación de la hegemonía: En este trabajo se enfatizará su función como organismos creadores y diseminadores de significaciones sociales.

I. EL PROBLEMA DE LA HEGEMONÍA

Cuando hablamos de hegemonía tenemos que referirnos necesariamente al ámbito de la cultura, o sea al sistema de representaciones sociales –materiales y simbólicas- que permiten al hombre relacionarse con él mismo y con los otros hombres para dar coherencia al mundo que lo rodea y justificar el papel que tiene dentro de la estructura social.

Hablar de cultura significa hablar de formas de vida, de historia, de tradiciones, de costumbres, implica incursionar en el ámbito de las visiones del mundo, de la sociedad y del hombre. La educación y la comunicación siempre han sido elementos esenciales para la estructuración de las percepciones del mundo, pues a través de ellas se logra el proceso de socialización del individuo y la transmisión cultural de la sociedad en su conjunto.

La socialización del hombre es uno de los pilares fundamentales de la conservación y transmisión de la cultura. Desde pequeño, el niño entra en diversas relaciones que son la base de su proceso de socialización: en la familia, en el grupo de amigos y en el vecindario, aunados a la escuela y a los medios de comunicación. En todos estos ámbitos el niño va aprendiendo y asimilando distintos valores, actitudes y conductas que coadyuvan a la conformación de su visión del mundo. Estos elementos no sólo se mueven en el plano de la conciencia, sino que se materializan y refuerzan en prácticas concretas que constituyen su saber y su actuar en la vida cotidiana y que confluyen en la aceptación de su situación personal y del papel que desempeña en la estructura de relaciones sociales donde se encuentra inserto.

Toda sociedad requiere del consenso para poder sobrevivir con sus características esenciales, es decir, necesita de la aceptación de la situación vigente por parte de los diversos sectores de la población. Para lograr este consenso es indispensable que los sectores que detentan el poder logren implantar la hegemonía, que consiste de hecho en la capacidad de dirección intelectual y moral de una clase o fracción de clase sobre los demás sectores de la población.¹

Esta capacidad de dirección no se adquiere de manera automática, en el momento en que determinado grupo toma el poder, ni se puede imponer por la fuerza, pues una clase o fracción de

¹ Para ampliar el tema de la hegemonía, ver Christine Buci-Gluckman, *Gramsci y el Estado*. México, Edit. Siglo XXI, 1978. Ver también Chantal Mouffe, "Hegemony and Ideology in Gramsci", en *Gramsci and Marxist Theory*. London, Routledge E+ Keagan Paul, 1979.

clase se constituye en hegemónica “cuando ha podido articular los intereses de otros grupos sociales a los suyos, por medio de la lucha ideológica. Esto, de acuerdo con Gramsci, es posible sólo si esta clase renuncia a una concepción corporativista, ya que para ejercer el liderazgo deberá preocuparse realmente por los intereses de aquellos grupos sociales sobre los cuales quiere ejercer la hegemonía”.²

Desde esta perspectiva, la hegemonía no es sinónimo de alianza de clases o de imposición en el sentido estricto de la palabra; más bien implica la creación, por parte de los grupos que detentan el poder, de una voluntad colectiva que no es el fruto de la imposición de los elementos de una clase sobre otra, sino que más bien se logra con la creación de una visión común del mundo, donde se insertan elementos de los diversos sectores de la sociedad, pero donde el principio articulador que les dará coherencia siempre será proporcionado por el grupo hegemónico.

La voluntad colectiva implica, necesariamente, la puesta en escena de algunos elementos que respondan a los intereses y necesidades de todos los sectores de la población. Pero es el grupo o los grupos que detentan el poder quienes articulan las demandas de los demás grupos sociales en su proyecto, al cual quedan supeditadas. Resulta fundamental que los diversos agentes sociales creen en el proyecto de sociedad vigente, de tal forma que el consenso que genera se convierta en un elemento de conformismo social y de aceptación del statu quo.

Para involucrar a todos los sectores sociales en un proyecto común se tiene que tomar una serie de medidas positivas para todos los grupos, aunque estas medidas no impliquen la igualdad de beneficios, o muchas veces se manejen a través de la ilusión o esperanza de dicha igualdad. Existen momentos coyunturales en los que no se toman medidas positivas para algún o algunos grupos sociales, y no se logra el consenso global. Esto origina una crisis de legitimidad en la cual se pierde la credibilidad colectiva respecto al proyecto vigente y al grupo que lo sustenta.

El consenso debe renovarse en forma asidua y cotidiana; por tanto, requiere de una red ideológica que abarque a la sociedad en su conjunto, con el fin de que mantenga y recree constantemente el statu quo, dándole significación. Esta red abarcará los más diversos aspectos de la vida social y permitirá eliminar la coerción para sustituirla por el consenso. La obtención del consenso no implica la eliminación del conflicto, ya que los diversos intereses y visiones del mundo de los demás grupos y clases sociales prevalecen, aunque su logro aminora los problemas y el enfrentamiento abierto.

Para lograr la dirección y el consenso los sectores hegemónicos cuentan con una serie de instituciones que crean, sistematizan, difunden e introyectan su visión del mundo en los diversos sectores de la población. Esta visión del mundo no sólo se mueve en el plano de lo simbólico, sino que se materializa en actitudes y conductas acordes con los contenidos ideológicos que contiene. Estas instituciones son denominadas aparatos de hegemonía, y juegan un papel fundamental en la creación y diseminación de la ideología dominante.

II. LOS APARATOS DE HEGEMONÍA

Los aparatos de hegemonía son “el conjunto de instituciones y casi-instituciones especializadas que producen, circulan e inculcan una determinada visión de la realidad, que le permite alcanzar a la clase, fracción de clase o bloque poseedor de poder, no sólo la capacidad de

² Chantal Mouffe, *op. cit.*, p. 181.

legitimar sus intereses particulares y reproducirse en la misma situación que ocupa en la estructura histórica, sino también de expandirse y dirigir políticamente al cuerpo social por vía de la ideología".³

La relevancia de estos aparatos no siempre ha sido la misma a lo largo de la historia del hombre: ha variado según el momento histórico de que se trate y la complejidad social donde aquellos están insertos.

A través de la historia los sectores que detentan el poder han recurrido a diversas tácticas para lograr la dirección cultural de la sociedad. Así, cuando imperaba el modo de producción primitivo se recurría a la tradición oral y al rito para producir e inculcar una visión mágico-religiosa de la realidad. Cuando existía el modo de producción feudal, se recurría al aparato religioso y a los subsistemas clericales. En la fase mercantilista del modo de producción capitalista la dirección moral de la sociedad fue conducida por los aparatos ideológicos del estado político, que introducen la ideología de la democracia parlamentaria y de la lucha partidaria. En la fase premonopolista emergen los aparatos escolares masivos; y, finalmente, en la fase imperialista, el aparato educativo concurre con los medios de comunicación de masas: la prensa, el cine, la radio, la televisión y, por último, con la comunicación vía satélite, etcétera.⁴

Dentro de cada una de esas tácticas para la consolidación cultural se generan y circulan distintas concepciones del mundo, de la sociedad y del papel que debiera tener el hombre en la preservación o transformación de su entorno. Que en las diversas fases del desarrollo social se recurra a nuevas tácticas de consolidación cultural no implica que los recursos anteriores se eliminen, pues más bien se van entretrejiendo con los nuevos, dando lugar a otras formas de articulación social que crean modificaciones en el papel y en las funciones que cumplen las diversas tácticas que se aplican.

Esto se puede constatar claramente en el análisis hecho sobre la familia y las modificaciones de que es objeto según sea la fase del desarrollo social donde se inserte. En determinados momentos de la historia, la familia ejerció gran número de funciones, tales como constituirse en la unidad de producción y de consumo, capacitar a sus miembros más jóvenes para el trabajo, generar espacios de esparcimiento, etcétera. Cuando la sociedad se volvió más compleja, el trabajo se empezó a realizar en centros de trabajo independientes del núcleo familiar; asimismo, la capacitación para insertarse en el mercado de trabajo requirió de lugares especializados cuya función era la transmisión de conocimientos y habilidades específicas. La familia tuvo que dejar a un lado determinadas funciones modificando, así, su estructura original (pasó de la familia extensa a la familia nuclear, especializó sus papeles internos, el tiempo familiar sufrió una transformación radical, etcétera).

El proceso de desarrollo generó un tejido de relaciones sociales e institucionales cada vez más complejo, lo cual no implicó la eliminación de la familia como fuente de relaciones primarias y, muchas veces, como determinante de la manera en que sus miembros se acercan y relacionan con los diversos aparatos de hegemonía.

En la segunda mitad de este siglo adquieren importancia los medios de comunicación social, principalmente los medios electrónicos, debido a su alcance masivo e inmediato. Estos medios cubren a la sociedad en su conjunto y transmiten una serie de temas, imágenes y concepciones del mundo que refuerzan, contrarrestan o modifican los elementos culturales de los diversos grupos sociales que existen en el país.

³ **Javier Esteinow**, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México, Edit. CREESTEM-Nueva Imagen, 1983, p. 24.

⁴ *Idem.*, pp. 27-29.

Estos mismos aparatos de hegemonía no actúan en bloque, ni todos ellos presentan una visión unitaria del mundo. Si tomamos como ejemplo a los medios de comunicación: periódicos, revistas, radio, cine o televisión, advertiremos que además de tener características expresivas distintivas propias, existen divisiones en su interior que responden a las luchas entre los diversos campos ideológicos que existen en la sociedad.

Esta posibilidad de enfrentamiento ocasiona que los diversos aparatos de hegemonía no constituyan unidades monolíticas, ni respondan en forma mecánica a la ideología e intereses de los sectores dominantes, ya que "...están impregnados por la ideología dominante; sin embargo, no están sometidos a ésta. Todos los aparatos ideológicos se oponen en un incesante afrontamiento para hacer valer la variedad de ideologías de las que cada uno de ellos es el productor y el guardián. Afrontamiento donde se meten todos los conflictos de toda la sociedad".⁵

De ahí que estas instituciones en su papel de creadoras y diseminadoras de bienes culturales no transmitan, necesariamente, una misma visión. Más bien, cada una de ellas, por la función social que tiene y por las luchas que se presentan en su interior, maneja universos de significación determinados, que muchas veces presentan fuertes contradicciones respecto a los universos de significación de otros aparatos.

Al considerar a la escuela y a los medios de comunicación como aparatos que coadyuvan a la construcción cotidiana de la hegemonía, no se pretende situarlos en un plano de correspondencia y hacer caso omiso de las particularidades y de la especificidad de cada uno de ellos. La escuela y los medios de comunicación tienen una serie de características que comparten, tales como la posibilidad de crear y difundir bienes simbólicos, lo cual implica la construcción de significados que, como veremos más adelante, constituyen elementos fundamentales para aprehender la realidad social e interactuar en ella.

Por otra parte, la escuela y los medios de comunicación tienen funciones específicas. La escuela, además de su función ideológica, tiene un papel fundamental en la capacitación de mano de obra brindándole los comportamientos, las destrezas y las habilidades necesarias para su inserción en el campo laboral. En cambio, los medios de comunicación están insertos en el ámbito del esparcimiento; sus funciones específicas, además de diseminar determinadas visiones del mundo, consisten en divertir, entretener e informar. En algunos casos específicos contribuyen con el sistema educativo a la capacitación laboral.

Tanto la escuela como los medios de comunicación son instituciones sociales donde tienen lugar una serie de relaciones complejas, que se dan tanto en su interior, como entre sí mismas y con las diversas entidades de la vida social. Estas relaciones pueden manifestarse como de solidaridad, de contradicción, o bien presentando ambas características en forma simultánea, según el momento histórico de que se trate.

Las características de dichas relaciones transforman a estas instituciones en un espacio de lucha, donde la coexistencia de diversos campos ideológico, con sus respectivas visiones del mundo, es más bien conflictiva y, por tanto, la escuela y los medios de comunicación se insertan en la red de relaciones de fuerza que existe en el campo del poder de una sociedad determinada.⁶

En este conflicto de fuerzas existen tendencias dominantes que, por su misma posición estructural, tienden a prevalecer como posiciones dominantes, en detrimento de las demás. Existen

⁵ Humberto García Bedoy, "Los aparatos en Fossaert". Mimeo. México, Universidad Iberoamericana, 1981, p. 2.

⁶ Ver Pierre Bourdieu, *Campo del poder y campo intelectual*. México, Edit. Folios, 1983.

asimismo instituciones que por su mismo carácter tienen que proporcionar una respuesta más activa a las diversas posiciones que se presentan en su interior, como es el caso del aparato escolar.

Si bien es cierto que existe una imagen social difundida acerca del papel y de las funciones sociales de la escuela y de los medios de comunicación, ésta no corresponde a lo que en realidad sucede. Así, “la escuela, en su imagen ideológica dentro de la ideología pequeño burguesa, aparenta ser un canal de democratización, un canal de igualitarismo y de movilidad social, (y) ...por lo contrario, es un aparato de poder, de represión ideológica y de disciplina normalizadora; por otro lado, este aparato no sólo reprime y normaliza ideológicamente, sino que también discrimina socialmente”.⁷

Una contradicción importante que podemos encontrar en el aparato escolar es que también cuenta con algunos espacios donde se ejerce la crítica y donde se busca generar situaciones que tienden a cambiar la situación prevaleciente. Estos espacios se amplían considerablemente en los niveles educativos superiores y se restringen conforme se desciende en la jerarquía escolar. La escuela no es ajena a la lucha ideológica que existe en la sociedad; gracias a ella se generan los espacios críticos, reflexivos y propositivos que existen en su interior. Basta recordar el papel y la función social que tuvieron las universidades en los diversos movimientos estudiantiles de 1968.

El campo de las comunicaciones de masas también se identifica con una imagen ideológica que difunde la idea de que los medios masivos, entre los que se cuenta a la televisión especialmente, son, entre otras cosas, elementos de democratización social. Esto se debe a que difunden el patrimonio cultural de una sociedad entre aquellos sectores que no tienen acceso a él; y también a que amplían el horizonte intelectual de los receptores propiciando el cambio de actitudes tradicionales que constituyen un obstáculo para el desarrollo social.⁸

Esta imagen se opone a la idea que enfatiza el carácter mediatizador y enajenante de los medios de comunicación, ya que éstos producen un efecto de apatía política y de conformismo social al introyectar en los receptores la visión del mundo de los sectores hegemónicos, dejando sin voz a la mayoría de la población.⁹

Si bien es cierto que estamos más de acuerdo con esta última posición, consideramos que es importante examinarla. Los medios de comunicación no son entidades omnipresentes, ni tienen la capacidad de manipulación absoluta que se les ha atribuido. Esto se debe a que el proceso de comunicación no es lineal y a que, además, el polo receptor modifica, en múltiples ocasiones, la intención original de los emisores.

Tanto la educación como los medios de comunicación crean y difunden bienes simbólicos que “tienen la característica específica de poder ser consumidos sólo por quien posee el código necesario para descifrarlos (es decir, quien posee las categorías de percepción y de apreciación que se adquieren frecuentando obras producidas en conformidad a tales códigos)”.¹⁰ Esto quiere decir que existe un consumo de educación y de medios de comunicación diferenciado, según las diversas clases y grupos sociales que existan.

Tal diferenciación implica discriminación, ya que para entender determinados mensajes se requiere de un código previo. Esto puede ser aplicado tanto a los medios de comunicación como a la

⁷ Felipe Campuzano Volpe, “Althusser, la sociología y la educación”, en *Sociología de la educación*. México, Centro de Estudios Educativos, 1981, p. 244.

⁸ Ver autores tales como Patricia Greenfield, *Mind and the Media. The Effects of TV. Videograms and Computers*. Harvard, Harvard University Press, 1984. También Everett Rogers, *La modernización de los campesinos*. México, Fondo de Cultura Económica, 1976.

⁹ Ver autores como Herbert Schiller, *Manipuladores de cerebros*. Barcelona, Edit. Gedisa, 1979; A. Dorfman y M. Jofre, *Superman y sus amigos del alma*. Buenos Aires, Edit. Galerna, 1974.

¹⁰ Pierre Bourdieu, *Campo del poder y campo intelectual*. México, Edit. Folios, 1983, pp. 30-31.

escuela, ya que, por ejemplo, no todas las personas pueden leer del mismo modo el periódico. Aunque se conozca el alfabeto, la lectura de un diario requiere del manejo de un código específico y de la posesión de un capital cultural determinado.¹¹ Sin embargo, existen publicaciones –diarios, semanarios y revistas- destinados a un público de baja escolaridad, como es el caso del diario **Esto**, del semanario **¡Alarma!** Y de las revistas sensacionalistas.

Otro ejemplo es el caso de óperas, conciertos o teatro transmitidos por televisión, lo cual podría interpretarse como ejemplo de “democratización” de las formas de la “alta cultura”, pero que resulta ser una forma discriminatoria para aquellas personas que no poseen el código necesario para poder entenderlas y gozarlas. El público, a pesar de contar con la posibilidad de elegir programas de índole cultural, si no posee la preparación necesaria para su comprensión, terminará por apagar el televisor, o simplemente por cambiar de canal para exponerse a programas que respondan a su capacidad cultural.

Igualmente, la escuela exige determinado manejo de códigos lingüísticos y culturales¹² socialmente legitimados. Esto necesariamente implica la deslegitimación de códigos que existen en la sociedad y que son válidos para los sectores que los poseen: los grupos menos favorecidos de la sociedad.

De este modo la escuela y los medios de comunicación, que aparentemente actúan como entidades democratizadoras, constituyen elementos fundamentales para la reproducción de la diferenciación social existente en la sociedad. Esta diferenciación se hace manifiesta por los diversos tipos de lenguaje que entran en juego en la escuela o por los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación. Así, “el lenguaje que aparecería como factor y garantía de unidad entre todos los individuos comporta y legitima a la vez, en una misma circunstancia, la comunicación, y la no comunicación, puesto que el uso diferencial del código común, según grados y niveles de competencia lingüística y cultural, asegura la división y la discriminación entre grupos sociales”.¹³

La escuela y los medios de comunicación, además de reproducir la desigualdad y la diferenciación existente en la sociedad, hacen circular diversas formas de interpretación y de construcción de la realidad, vía la producción social de sentido.

III. LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE SENTIDO

La persona individual es un ser social: desde su nacimiento entra en contacto con diversas instituciones socializadoras que tienen, entre sus principales funciones, la creación y circulación de significados, con el fin de introyectarlos en los sujetos sociales. La familia, la escuela, la iglesia y los medios de comunicación contribuyen a la internalización en el individuo de una serie de estructuras de sentido que circulan en la sociedad y que muestran cierto grado de correspondencia con el mismo sistema que las generó.

Las estructuras de sentido son mediaciones cognitivas que permiten al individuo nombrar, identificar, clasificar y valorar al mundo que lo rodea, así como delimitar su papel como persona que

¹¹ Para un análisis acerca del capital cultural, ver. P. Bourdieu y P. Passeron, *La reproducción*. Barcelona, Edit. Laia, 1977.

¹² Ver Elsa Rodríguez, “Lenguaje y educación”. Mimeo. CISE-UNAM, 1986. Para un estudio específico de las dificultades de ciertos grupos indígenas mexicanos ante el manejo lingüístico de la escuela formal, ver Alfonso Martínez, “El español visto por un chinanteco” en *Educación*, núm. 30, Revista del Consejo Nacional Técnico de la Educación, 1982, pp. 211-223.

¹³ Mabel Piccini, *Sobre la producción discursiva, la comunicación y la ideología*. México, UAM-X, 1983. (Cuadernos del TICOM), p. 5.

tiene determinada posición en la estructura social. Las representaciones cognitivas tienen relación con la realidad, parten de ella y elaboran categorías interpretativas de la misma realidad. "Los datos que incluyen estas representaciones y la interpretación que de ellas se hace, proceden en mayor o menor medida de la información que le proponen las instancias mediadoras."¹⁴

Los diversos aparatos de hegemonía, considerados como entidades mediadoras proponen una determinada interpretación de la realidad. Esto significa que enfatizan algunos aspectos e ignoran otros, dándoles una determinada valoración dentro del universo de significaciones.

En la escuela, esta valoración se realiza desde el momento mismo en que se efectúa la planeación, o sea desde cuando la institución escolar elige una serie de materias o conductas y habilidades que deben aprender los educandos en su proceso educativo. Esta elección implica necesariamente la eliminación de aquellos contenidos o habilidades que no son considerados como valiosos o necesarios. Asimismo, dentro de las diversas materias se escogen las líneas de pensamiento o autores que se consideran más adecuados o pertinentes para lograr los objetivos educativos que se pretenden. De esta manera se constituye el saber y el actuar socialmente legitimado que discrimina, en principio, a cualquier tipo de conocimientos que se aleje del modelo propuesto.

Igualmente, los medios de comunicación crean proposiciones culturales integradas por valores, actitudes y conductas que van desde lo más trivial y cotidiano hasta la estructuración conceptual de la realidad social. La noticia es el campo privilegiado en esta estructuración de la realidad, presentándose como una calca de los acontecimientos relevantes que suceden en la sociedad nacional e internacional. Pero la realidad social es múltiple y contradictoria, imposible de describir en su acontecer diario y, menos aún, como totalidad integrada. La elección y el ordenamiento de datos se vuelve imprescindible; esto implica la elección de categorías de selección y de construcción de la noticia, así como de elementos que deben destacarse u omitirse. Con esta elección los noticieros buscan generar un efecto de objetividad y de realidad, para lo cual es necesario el ocultamiento de la selección y la construcción de la noticia, así como su presentación haciendo aparecer a ésta como si fuera la realidad misma.

Tanto la escuela como los medios de comunicación ponen en la escena social un determinado sistema de elementos de significación, coherentes con la visión del mundo que buscan introyectar en el destinatario de los mensajes. Estos elementos no constituyen creaciones individuales, ni creaciones arbitrarias, generadas dentro de los mismos aparatos. Son fruto de la práctica social, del sistema de relaciones que se dan en la sociedad concreta donde se insertan dichos aparatos. "Del mismo modo que la sociedad produce bienes en el plano económico o instituciones en el plano político, produce también significaciones que resultan del conjunto de operaciones de selección y combinación a través de las cuales se inviste de sentido a distintas materias significantes."¹⁵

Por esto, al hablar de los aparatos de hegemonía y de las estructuras de sentido que éstos generan y difunden, tenemos que remitirnos, necesariamente, a la sociedad donde están insertos y a las relaciones de producción y recepción de significados.

La producción social de sentido lleva implícito el problema del significado, mismo que va a ser entendido como "el conjunto de mediaciones cognitivas y valórales a través de las cuales el hombre, como ser individual y social, interioriza al mundo y se dispone ante él. En este sentido, el significado es una estructura que media la relación sujeto-objeto y que por lo tanto se erige como una dimensión constitutiva de ambos".¹⁶

¹⁴ Manuel Martín Serrano, *La producción de la comunicación social*. México, Edit. ITESO, 1985, p. 10.

¹⁵ Mabel Piccini, *op. cit.*, p. 5.

¹⁶ Carlos Luna Cortés, "Universidad y significado", en *Renglones*, núm. 3, ITESO, 1985, p. 10.

El significado, como estructura mediadora entre el sujeto y el objeto, permite al hombre hacer inteligible su realidad y orientar, en buena medida, el papel que deberá tener ante su entorno. El significado, como producto social, está determinado por la red de relaciones sociales y refuerza a la vez las relaciones existentes dentro de esa misma red. Así, el sentido implícito en los mensajes o en un determinado hecho social remite siempre a una cierta realidad, justificándola o impugnándola.

Muchas veces, el sentido de un hecho concreto puede ser integrado a una estructura de significación superior que permite hacer inteligibles los significados de estructuras menores. Por esto, el sentido de los mensajes, o de determinadas prácticas sociales, trasciende las más de las veces al hecho mismo o al mensaje concreto, insertándose en un universo de significación más amplio, que le da coherencia y lo articula a una concepción determinada de la realidad.

Desde esta perspectiva tenemos, por ejemplo, que la competencia en el salón de clases, promovida a través del sistema de calificaciones, puede tener un sentido interno dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje (superación, ser el mejor del grupo, promover el deseo de aprendizaje, etcétera); pero alcanza una mayor coherencia si se le relaciona con una entidad mayor: el sistema productivo, para el cual el sistema de competencia entre iguales es altamente benéfico (cuando se logra una mayor productividad, por ejemplo).

Igualmente, si consideramos el discurso publicitario sobre la moda, que invita al receptor a la compra de artículos provenientes de la industria del vestido, para que la mujer pueda verse bella, adquirir *status*, obtener la atención del hombre deseado etcétera, muestra una estructura de sentido interna. Pero esconde el sentido mismo de la publicidad: la aceleración del proceso de circulación de mercancías para satisfacer el requerimiento mismo del sistema que busca ampliar su producción.

Anteriormente se habló de la coexistencia conflictiva de diversas visiones del mundo dentro de la sociedad; esto significa que coexisten diversas estructuras de significación que varían según la posición en que se encuentran los agentes sociales que las sustentan. Por esto un mismo contenido –educativo o televisivo– puede tener diversos significados, debido a que toma forma tanto por la estructura de producción de los mensajes (intereses del emisor) como por su recepción; es decir, por la situación de clase; por el capital cultural; por la competencia lingüística y las prácticas sociales de los destinatarios.

Un mismo aparato cultural puede crear, y de hecho crea, una multiplicidad de discursos, que rebasan el contenido del mensaje mismo, de acuerdo con los modos de pensar de aquellos a quienes estén dirigidos; y aún más: aunque los mensajes emitidos fueran unívocos, el mismo proceso de recepción los transforma en mensajes múltiples, ya que se producen nuevas entidades de sentido, acordes con los diversos códigos de recepción correspondientes a las diversas estructuras de significación de los receptores.

De esta manera, encontramos una contradicción importante en el papel de los aparatos de hegemonía: a la vez que buscan la creación y circulación de elementos significantes comunes para toda la población en un afán altamente homogeneizante, necesitan establecer elementos de diferenciación, a fin de que los individuos acepten como algo natural la posición que tienen en la estructura social. Estos elementos de diferenciación proceden tanto de la intencionalidad del emisor como del mismo proceso de recepción. Los elementos significantes no se crean en forma arbitraria, sino que los diversos aparatos los toman de las tendencias dominantes que existen en la sociedad donde están insertos.¹⁷

Cuando hablamos de significación de sentido no nos referimos a elementos que se mueven exclusivamente dentro del plano de lo simbólico o que se encuentran alejados de la vida del hombre

¹⁷ **Hasta la fecha no conocemos ningún estudio que analice esta doble estrategia de los medios masivos de comunicación y de la escuela.**

común; todo lo contrario: son elementos que se internalizan en el proceso de socialización del individuo y que están en estrecha relación con su actuar en la vida cotidiana.

A lo largo de su vida, el sujeto individual es inducido a participar en la dialéctica social. La aprehensión del mundo no resulta de creaciones autónomas de significado por individuos aislados, sino que comienza cuando el individuo, en su proceso de socialización, asume el mundo que ya vive y al que ya han interpretado otros. En este proceso de socialización los hombres “seleccionan aspectos del mundo según la situación que ocupan dentro de la estructura social y también en virtud de su idiosincrasia individual, biográficamente arraigada. El mundo social aparece ‘filtrado’ para el individuo mediante esta doble selección”¹⁸ social y personal, que también determina, en buena medida, la manera como los hombres se relacionan con los diversos aparatos de hegemonía.

En el proceso de socialización primaria, la familia tiene un papel fundamental en la internalización del mundo social de los niños. Son los adultos quienes disponen las reglas del juego a las que deberán someterse los niños, quienes se encuentran en un proceso de internalización del mundo, que se les presenta como el único existente. Este mundo internalizado en la etapa temprana de la vida se implanta en la conciencia con mayor firmeza.¹⁹

La televisión, al introducirse en los hogares y al contar con receptores que actúan desde la más tierna edad del individuo, empieza a adquirir un papel importante en la socialización primaria de los niños, mismo que, antes de ingresar en la escuela han pasado ya un número considerable de horas frente al televisor. La televisión brinda a la familia nuevas formas de interpretación del mundo; pero, al mismo tiempo, su uso, así como las condiciones y patrones de recepción de los mensajes, dependen de la propia estructura familiar. Los padres determinan especialmente el papel que juega la televisión dentro del hogar: la colocación del aparato receptor, el número de horas que permiten que el niño esté expuesto a la televisión; la programación que pueden ver; la discusión, o no, sobre los programas, etcétera.

Cuando el niño llega a la escuela lleva ya consigo una serie de elementos derivados de las relaciones que establecen en el seno de su familia, por la interacción que mantiene con su medio físico y social, así como por las horas de exposición al televisor, que le permiten comprender el mundo que lo rodea y el papel que desempeña dentro de éste, en relación a su sexo, edad y posición social.

Estos elementos, integrados en una organización conceptual, comportan estructuras de sentido, que son asimiladas, en parte, merced a mitos y arquetipos, algunos de los cuales se estructuran en ejes axiológicos de oposición: bueno-malo, bello-feo, normal-anormal, sano-enfermo, justo-injusto, saber-ignorancia, orden-desorden, sumisión-transgresión, masculino-femenino, éxito-fracaso, científico-acientífico, etcétera, el significado de cada uno de los cuales se establece socialmente, por lo general, bajo la directriz de la visión del mundo que el sector hegemónico busca infiltrar en otros grupos sociales. Tanto la escuela como los medios de comunicación, entre otros aparatos, se apropian de esos elementos para encarnarlos en ciertos contenidos y prácticas concretas que sirven como vehículo de difusión y recreación de toda una serie de valores.

En los diferentes aparatos muchas veces esta construcción de sentido se da en forma contradictoria. Ello se debe a que responden a los intereses de diversos grupos que comparten el poder, más no a la misma visión del mundo. Si, por ejemplo, en el caso de nuestro país tomamos como referencia la escuela y la televisión, podemos advertir la diferencia del prototipo físico de hombre que se busca introyectar: en el libro de texto gratuito de ciencias sociales, para la escuela

¹⁸ **Peter Berger y Thomas Luckmann, *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Edit. Amorrortu, 1979, pp. 166-167.**

¹⁹ *Idem.*, pp. 170 a 172.

primaria, el lenguaje icónico muestra un prototipo de hombre mestizo, moreno, de poca estatura, con ropa sencilla, trabajador, etcétera; por su parte, la televisión muestra un prototipo de hombre sajón, blanco, alto, joven, activo, próspero, etcétera. Ambos estereotipos se contradicen y proveen de un significado diferente a un mismo referente.

Asimismo, estos hombres, al interactuar con su entorno y tratar de solucionar algún tipo de problema, también muestran diferencias: en el libro de texto se tratan problemas generalmente de índole social, pero en la televisión predomina la problemática personal, lo cual ofrece el ejemplo de diferentes conductas deseables ya que se mueven conforme a valores discrepantes. En el libro de texto, al analizar la problemática social vigente se sugiere que el éxito depende de acciones colectivas, donde el trabajo y el esfuerzo común del grupo, aunados a la ayuda oportuna del gobierno, juegan un papel crucial para la solución de los problemas. En cambio, el discurso televisivo –sobre todo en las series de aventuras y en las policíacas- se enfatiza el éxito de la acción individual y la violencia como medio efectivo para restablecer el orden y resolver los problemas.

Los diversos aparatos de hegemonía buscan erigir a los significados como valores naturales, ahistóricos e incuestionables. Esto se muestra claramente en la construcción de la historia oficial de México que se transmite por medio del aparato escolar, donde los acontecimientos suceden por el rejuego entre personajes previamente catalogados como buenos o malos, y construidos como héroes o antihéroes. Cualquier visión que se aleje de este esquema, causa conflicto.

La televisión no se sustrae a este esquema, aunque el manejo del héroe y los valores que encarna presentan diferencias en relación con el personaje histórico. Los héroes televisivos encarnan valores que predominan en su sociedad de origen y se construyen como mercancías, resultado de la mercadotecnia y de la sociedad de consumo. Estos héroes nos presentan cómo vestir, cómo vivir, cómo lograr buena presencia física, cómo obtener éxito profesional y sexual, dinero, carros, etcétera. Los héroes televisivos encarnan valores que predominan en su sociedad de origen y se construyen como mercancías, resultado de la mercadotecnia y de la sociedad de consumo. Estos héroes nos presentan cómo vestir, cómo vivir, cómo lograr buena presencia física, cómo obtener éxito profesional y sexual, dinero, carros, etcétera. Los héroes televisivos proponen modelos de vida actuales; los receptores pueden reconocerlos y reconocerse en ellos, dando a lo imaginario televisivo categoría de realidad.

El discurso escolar se contrapone, muchas veces, al discurso televisivo. En estos aparatos podemos encontrar una concepción diferente de sociedad y de hombre que responde (al menos en el nivel discursivo) a diversas visiones del mundo. A estas diferencias están expuestos los agentes sociales. Desgraciadamente se carece de estudios que muestren los efectos de dichas discrepancias en la conciencia de los niños y de los jóvenes.

Lo que sí podemos afirmar es que el discurso creado desde el poder, para construir la hegemonía, es múltiple y contradictorio y responde, de alguna manera, a los intereses de los diversos grupos sociales que lo sustentan. Estos discursos se insertan en la vida de las personas desde su propia cotidianidad, y van constituyendo un saber con el que actúan en la vida social por tratarse de un conocimiento compartido por muchos.

IV. LA HEGEMONÍA Y EL FENÓMENO DEL PODER

La cultura, considerada como visión y construcción del mundo, es un fenómeno de significación que lleva implícita la elección de categorías fundamentales y de juicios de valor. Esta cosmovisión no tiene una existencia individual sino de grupo, que se incorpora al individuo concreto en el proceso de socialización. Los diversos aparatos de hegemonía intervienen en la creación del

contenido de estas categorías y juicios de valor que constituyen los elementos fundamentales para que el hombre conozca su realidad y actúe en ella.

La existencia de la hegemonía trae consigo relaciones de fuerza caracterizadas por la asimetría existente dentro del capo del poder, misma que se reproduce dentro de los diversos aparatos y en las relaciones que éstos generan. El educando y el receptor de mensajes constituyen los destinatarios del proceso y, las más de las veces, son ajenos a la comprensión del fenómeno al cual están sujetos.

La asimetría es considerada como algo natural, incuestionable y, muchas veces, invisible. Esto último se hace patente en el caso de la televisión, ya que ésta oculta las relaciones de poder que comporta, tanto en su interior como en su relación con el público receptor, lo cual crea una ilusión de libertad al poder cambiarse de canal o bien al apagar o encender el televisor: La imposición y la relación de poder que esto supone es tan sutil que llega a ser prácticamente imperceptible. Esta relación de poder, que implica necesariamente la subordinación, es aceptada, ya que el poder “no pesa como una fuerza que dice que no, sino de hecho la atraviesa, produce cosas, induce placer, forma saber, produce discursos; esto es preciso considerarlo como una red productiva que atraviesa todo el cuerpo social más que como una instancia negativa que tiene la función de reprimir”.²⁰

En el caso de la educación la asimetría es mucho más palpable. Se vive cotidianamente en la relación maestro-alumno; en la imposición de qué y cómo se aprende y en la evaluación del aprendizaje. El hecho de que el poder y la subordinación se vivan directa y continuamente en el proceso educativo, permite la posibilidad de impugnarlos y rebelarse contra ellos, aunque es cierto que pueden llegar a percibirse como un fenómeno natural e incuestionable.

La hegemonía y las relaciones de poder que supone son posibles, aceptadas y, muchas veces, reforzadas por los propios destinatarios del proceso. Pero, como hemos afirmado antes, la hegemonía no es un fenómeno total que abarque todos los espacios sociales; y aún más, muchas veces los propios aparatos, aunados a determinadas condiciones sociales, generan efectos contrarios a los que se pretendía lograr conforme a su intención original.

Como lo recalca Umberto Eco: los participantes en los movimientos estudiantiles del 68 pertenecían a una generación que nació inserta en los medios de comunicación. “La generación televisiva ha sido la generación de mayo del 68, la de los grupúsculos, del repudio a la integración, de la ruptura con los padres, de la crisis de la familia, de la suspicacia contra el **latin lover** y la aceptación de las minorías homosexuales, del derecho de la mujer, de la cultura de clase opuesta a la cultura de las enciclopedias ilustradas.”²¹

Los aparatos de hegemonía buscan incidir en la misma cotidianidad de las personas al proporcionarles estructuras de significación que actúan como elementos rectores del comportamiento social y de la manera de ver y captar la realidad. Pero las contradicciones inherentes a los diversos aparatos, así como la manera como el individuo concreto vive su propia realidad, generan fisuras a lo largo del proceso hegemónico.

En estos espacios es donde se generan proposiciones que difieren y que muchas veces contrarrestan los efectos del fenómeno de la hegemonía. Es aquí donde la labor del maestro, del pedagogo, del comunicador o del padre de familia puede intervenir para proporcionar elementos a fin de que el alumno, el hijo o el destinatario en general, puedan establecer una distancia y mensajes a los que están expuestos.

²⁰ Michel Foucault, *Microfísica del poder*. Madrid, Edit. Piqueta, 1980, p. 182.

²¹ Umberto Eco, “¿El público perjudica a la televisión?”, en Miguel Moragas Spa, *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1985, p. 174.

Los diversos aparatos de hegemonía no son todopoderosos, y los destinatarios de los procesos que generan no son seres totalmente manipulables o enajenados. Aún en sociedades donde predomina la represión, sobre el consenso, se han generado espacios que buscan crear –en forma modesta pero efectiva. Procesos educativos y de comunicación (a través de los medios), que implican formas alternativas de construir categorías fundamentales de significación para aprehender la realidad y sentar las bases de su transformación.