

LA PLUSVALÍA IDEOLÓGICA: LUDOVICO SILVA Y EL ANÁLISIS CRÍTICO DE LA COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Jorge Alberto Calles-Santillana¹

Actualmente, el análisis crítico de las comunicaciones es una realidad en América Latina al igual que en cualquier otra parte del mundo. Actualmente, los sistemas de medios de comunicación y los procesos de comunicación se analizan desde diferentes perspectivas críticas, por ejemplo, desde macro perspectivas sobre economía política, micro análisis de recepción y consumo ó estudios monográficos sobre los medios y producción de noticias. El trabajo de las corporaciones transnacionales dominantes – sobre imágenes extranjeras y discursos acerca de raza, género, geografía, diferencias de género y preferencias – y sus encuentros con fuerzas mediáticas locales, comerciales e independientes, imágenes y prácticas culturales de consumo, son actualmente preocupaciones habituales entre eruditos en las áreas de comunicación y cultura. Estos intereses se originaron a finales de los 60 y a principios de los 70 junto a la incorporación de una crítica marxista en dichas áreas, en la cual había predominado un enfoque convencional y funcional en la investigación a nivel regional y la enseñanza de las comunicaciones.

Varios pensadores y eruditos fueron factores clave en el cambio de un enfoque centrado en los efectos de los medios de comunicación hacia una posición crítica en la cual las consecuencias ideológicas del uso de los medios de comunicación se convirtieron en nuevos sitios de investigación. No obstante, Armand Mattelart y Ludovico Silva fueron particularmente importantes, ya que al extender la preocupación de Marx con ideologías en el área del análisis de los medios de comunicación, afirmaron comprender el trabajo de los medios de comunicación como una fuerza activa en la creación de relaciones sociales. Ambos sostenían que el poder de los medios de comunicación era comprensible únicamente a través de sus conexiones con otras partes de la estructura social. Los textos de Matterlat y Silva se hicieron famosos en universidades latinoamericanas, en donde habían empezado a desarrollarse programas profesionales de periodismo y de producción de materiales de comunicación.

A diferencia de Mattelart, quien no obstante continuó trabajando y contribuyendo a textos en el área, el rol principal de Ludovico Silva disminuyó. Su trabajo dejó de ser relevante

ya que éste abandonó su preocupación con la ideología y la comunicación al igual que la producción extensiva de nuevos autores y la aparición de nuevos textos y temas.

Mientras que el trabajo de Matterlat aún se analiza retrospectivamente, los logros de Silva no son siquiera recordados. Su nombre y sus contribuciones desaparecieron injustamente. El presente ensayo explorará el concepto de Silva acerca de la *plusvalía ideológica* y su relevancia en el estudio de las ciencias de la comunicación en América Latina.

¿Ludovico Qué?

Ludovico Silva es casi desconocido, inclusive en su país natal, Venezuela. A pesar de que David Sobrevilla (1994) lo sitúe entre los pensadores marxistas latinoamericanos más relevantes del siglo XX y a pesar de que su carrera intelectual fue importante no sólo en la filosofía sino también en la literatura, no hay influencia visible de Silva en el entorno cultural venezolano actual. Su situación ha sido tan notable que en octubre de 2004, la Asamblea Nacional Venezolana acordó rendir un homenaje con motivo del aniversario número 16 de su muerte, el 4 de diciembre de 1988.

Durante esta sesión, uno de los conferencistas, Eddy Gómez, aceptó que “ningún escritor en Venezuela ha alcanzado tal dimensión universal y ha producido tal trabajo intelectual como lo ha hecho Silva...” Añadió que el país estaba en deuda con Silva, “debido a que su trabajo *debe* ser conocido por todos los grupos académicos and y por todos los venezolanos ... hay que difundir su trabajo ya que éste es un país ávido de cultura” (Morillo en www.asambleanacional.gov.ve/ns2/noticia.asp).

Los datos biográficos de Ludovico Silva son escasos. Una búsqueda en internet produjo dos documentos que contenían la misma información. Su verdadero nombre era Luis

José Silva Michelena. Nació en Caracas el 12 de diciembre de 1937, en donde murió casi 51 años después, el 4 de diciembre de 1988. Ludovico es un apodo que le pusieron unos estudiantes españoles mientras estudiaba filosofía y literatura en Madrid a mediados de los años 40. Su significado no está claro, ya que no es una palabra española. Podría estar relacionado con la palabra, *ludibrio* (burla, escarnio) ó con el verbo, *ludir* (frotar). Probablemente, dichas palabras describían la personalidad de Ludovico.. Sin embargo, no se indica en el documento biográfico que su apodo estuviese relacionado con dichas

palabras ó que el nombre se refiriera a la personalidad de Silva.

Era hijo de Héctor Silva Urbano y Josefina Michelena y tenía al menos dos hermanos, Héctor y José Agustín, poeta y sociólogo respectivamente. Al finalizar los estudios básicos en el Colegio San Ignacio, una institución privada en Caracas, Ludovico se trasladó a Europa, en donde estudió filosofía, literatura y filología en España, Francia (la Sorbona) y Alemania por cuatro años. En 1969 obtuvo el título más importante en la escuela de filosofía de la Universidad Central de Venezuela. Su carrera literaria inició en los años 60. Produjo una extensa obra poética y fue el fundador y miembro de las juntas editoriales de algunas de las más importantes revistas literarias de la época (*Papeles, Cal*). De 1964 a 1968, fue director del Ateneo de Caracas, una institución pública donde los poetas y escritores más importantes de la literatura se reunían para discutir sobre cultura política y literatura. Asimismo fue fundador de la revista, *Lamigal*, junto a un pariente suyo, Miguel Otero Silva, otro de los autores venezolanos más destacados.

De 1970 a 1986, Ludovico fue profesor de filosofía en la Universidad Central de Venezuela (www.literaberinto.com/vueltamundo/minibiosilva.htm). Durante aquel año, Ludovico fue trasladado a un hospital psiquiátrico debido a su pérdida de lucidez. El amonio, un ácido producido por su hígado como consecuencia de su alcoholismo, causó que su cerebro creciera, alterando así gravemente su coherencia mental y verbal. Ludovico permaneció en aquella institución durante 33 días, en donde escribió, *Papeles desde el amonio*, donde describe el infierno de su experiencia (www.letralia.com/98/caraqcol01.htm).

A pesar de que su trabajo sobre ideología fue ampliamente utilizado en escuelas latinoamericanas de sociología, periodismo y de comunicaciones, Silva no fue citado, a diferencia de Mattelart, en la literatura académica de los 70, según mi investigación, la cual produjo una cantidad insignificante de resultados. Sin embargo, las pocas menciones por parte de otros universitarios sugiere la relevancia de su trabajo. Hasta la fecha, únicamente se ha publicado un extensivo ensayo sobre Silva en un blog de *Movimiento 13 de Abril*, un grupo político alternativo venezolano que se identifica con el Presidente Hugo Chávez. En éste, Nelson Guzmán (2005) publicó un ensayo panegírico sobre Silva y su trabajo filosófico sobre Marx. Se refiere a Silva como:

probablemente el filósofo más lúcido de la modernidad en Venezuela; su

prosa tiene la peculiaridad de ser pulcra, conversacional y brillante. A diferencia del estilo manual de los escritores soviéticos, el estilo académico de los marxistas, y la escritura fragmentaria de Althusser, Ludovico recurrió a la poesía, a la novela, y a los grandes críticos de la literatura para ilustrar su razonamiento... Ludovico afirma que Marx, pero no el Marx de la idolatría soviética, sino aquél que empleó la palabra de Althusser— había alcanzado una revolución teórica (Guzmán 2005)

Jorge Gómez Jiménez (2006), editor en jefe de Letralia.com, un blog venezolano sobre literatura y arte, se basó en el ensayo de Guzmán para recuperar el concepto de plusvalía ideológica de Silva y entrar en crítica acerca del rol de algunos intelectuales de la Venezuela contemporánea.

Alicia Entel, Víctor Lenarduzzi y Diego Gerzovich (2000) destacan el trabajo de Silva en un libro reciente sobre el impacto de la Escuela de Frankfurt en América Latina. Pese a que dichos autores no encuentren la categoría de la plusvalía ideológica altamente productiva, mencionan a Silva y a Antonio Pasquali, ambos venezolanos, como importantes impulsores de un entendimiento crítico de la comunicación masiva en América Latina en los años 70.

La Plusvalía Ideológica

Ludovico Silva contribuyó al desarrollo de un análisis crítico de las comunicaciones y las ciencias de la comunicación en América Latina al rechazar la versión oficial del marxismo y al establecer una relación dialéctica entre los marcos teóricos de la ideología y la comunicación. Su contribución se encuentra en dos libros, publicados por Silva, *Plusvalía Ideológica (IS)* en 1970 y *Teoría y Práctica de la Ideología (ITP)* en 1971. Ambos libros son analizados en esta parte con mi traducción de los textos originales en español.

IS es un texto teórico cuyo objetivo es ofrecer una teoría general de la ideología. Mientras que Marx identificó la especificidad histórica del capitalismo a través del concepto de plusvalía, Silva persigue una contribución similar en el ámbito simbólico al desarrollar el concepto de *plusvalía ideológica*. Menciona que la alienación espiritual

específica que hizo posible el capitalismo debía definirse en base a la diferencia que Marx encontró entre valor de uso y valor de cambio. “La mano de obra espiritual se ha convertido en una mercancía y el hombre normal en el capitalismo no ve un valor de uso en ella, sino un valor de cambio” (1977, 208). Silva mezcla un análisis histórico del desarrollo del concepto de la ideología con un análisis filosófico de los textos de Marx, Sartre, Gramsci, Ortega y Gasset, Freud, y Althusser.

Silva rechaza la teoría *de moda* sobre la ideología como un reflejo de la estructura económica de la sociedad al proponer un enfoque psicológico en el que las fuerzas subconscientes y el lenguaje juegan un papel importante en el proceso de la alienación. Por lo tanto, Silva define la ideología como un “sistema de representaciones, creencias y valores *inconscientemente* impuestas a los hombres en las relaciones sociales de la producción que en su mente funcionan como ídolos” (1977,33). Se trata de una expresión de la realidad histórica la cual es el lenguaje que los hombres emplean para expresar lo que piensan, sienten o desean sobre sus condiciones materiales” (p. 58). A diferencia de las interpretaciones mecánicas sobre la alienación, Silva sostiene que los hombres, participan voluntariamente en sus propios procesos de opresión.

La ideología es una formación social, “algo que ocupa un lugar preciso en la sociedad y es determinado por la estructura social de esa sociedad” (p. 185). Existe una relación dialéctica entre la estructura y la ideología: la base material de las relaciones de la producción determina la ideología pero a la vez, la ideología también podría determinar la estructura material. Influenciado por Althusser, Silva sitúa la ideología en diferentes lugares y armoniza su poder social activo.

La relevancia del texto de Silva radica en su intento por encontrar un contenido específico para el concepto de ideología. Su oposición hacia las interpretaciones oficiales de la ideología tiene origen en su rechazo hacia todo tipo de discurso filosófico autónomo, al igual que en su formación filológica y lógica. La ideología, como discurso, necesitaba una definición específica, según Silva. Avanza hacia el concepto de plusvalía ideológica para poder identificar el lugar y la forma en la que la ideología se produce y funciona:

Podemos pensar que en el taller capitalista de la producción material, la plusvalía es un producto específico, mientras que en el taller capitalista de

producción espiritual, una plusvalía ideológica se produce con el objetivo final de fortalecer y enriquecer el capital ideológico del capitalismo para proteger y preservar el capital material (Silva 1977, 190).

La preocupación de Silva era conferir a la ideología un estado independiente para que su comprensión se convirtiera en un asunto de análisis histórico. La ideología es, insiste Silva, una expresión, un lenguaje y no un simple reflejo. Consecuentemente, asume los procesos psicológicos con los cuales los hombres reproducen la ideología, los productos de la industria cultural y sus efectos alienantes. Como cabe esperar, Silva termina con la comprensión de la ideología como una conciencia falsa.

La preocupación principal de Silva en este libro es de encontrar las respuestas a estas preguntas:

¿De qué forma está constituida la expresión ideológica de la producción de plusvalía material en el capitalismo actual? ¿Cómo debería llamarse? ¿De qué manera el capitalismo procede a justificarse en las mentes de los hombres? ¿A través de argumentos racionales? ¿O a través de presiones ejercidas sobre capas mentales inconscientes, las cuales son tierra fértil para hacer que los hombres creen que justifican el sistema y no que el sistema se justifique en sus mentes? ¿De qué forma los hombres hacen suya la creencia ideológica de que el mundo es un mercado de mercancías? (Silva 1977, 193-194).

ITP es un texto en el cual Silva sintetiza su teoría de plusvalía ideológica al añadir un comentario sobre la importancia específica del concepto de la ideología y el rol de las comunicaciones masivas para comprender mejor la fase monopolista del capitalismo. Silva asume el reto de Paul Baran' sobre el valor de una teoría de la ideología. Como la ideología se ha vuelto universal y gobierna las necesidades humanas y los deseos, la desigualdad, la injusticia y la explotación son vistas como estados naturales de la sociedad contemporánea. Ya no existe un interés general sobre enfrentar esos fenómenos, según Baran.

Silva rechaza el descrédito de una ideología como un concepto válido. La ideología ha crecido y ha alcanzado casi todos los ámbitos de la vida social, pero su esencia

permanece igual. Aún es una serie de falsas representaciones y valores que motivan inconscientemente a los hombres a reproducir el capitalismo (Silva 1971, 80).

Los medios masivos son los instrumentos ideológicos más importantes de esta época histórica:

La ideología capitalista, como tal, no ha cambiado: siempre será un sistema de valores cuyo fin es justificar idealmente la explotación material. Lo que sucede es que en la etapa monopolista del capitalismo, junto a la internacionalización del capitalismo, un sistema nervioso global de medios masivos ha crecido para que trabaje ideal y paralelamente al sistema económico. Si la explotación ha alcanzado un nivel internacional (desarrollo vs. subdesarrollos) su justificación ideológica también lo ha alcanzado. Este hecho explica la presencia en América Latina de un imperio de televisión estadounidense muy poderoso, el cual ha sido justamente denominado el imperio de los medios de comunicación estadounidense en América Latina. En aquel imperio, todas las antiguas formas ideológicas, (la religión, la metafísica, las normas judiciales y morales) se han convergido y desvanecido con aquella invención de nuestra época, la cual es el control científico de lealtades inconscientes al mercado de las mercancías (Silva 1971, 79).

Basándose en Vance Packard, Silva encuentra que la función especial de los medios masivos es de difundir propaganda comercial (1971, 200). Por medio de una serie de instrumentos psicológicos de manipulación, Silva sigue a Packard y sugiere que los anunciantes persuaden a la gente a involucrarse en procesos de consumo, los cuales benefician más al sistema económico que a ellos mismos. Al escoger mercancía irracionalmente en lugar de buscar la satisfacción de sus verdaderas necesidades, la gente contribuye no solamente a la reproducción del sistema capitalista sino también se encuentran en una trampa de la ideología.

El libro incluye un breve análisis sobre algunos de los cómics a los cuales los niños en América Latina fueron expuestos en los años 70, cuando los cómics todavía eran populares y contaban con un público infantil muy extenso, ya que las industrias de la televisión se encontraban en sus primeras fases de desarrollo. La mayoría de los cómics eran traducciones de los cómics estadounidenses, dando como resultado, según Silva, a una

forma sutil de gravitación ideológica de los Estados Unidos sobre los países latinoamericanos (1971, 123). La ideología está presente en aquellos cómics, afirma Silva, influenciado por Adorno, como un *mensaje escondido* (p. 124).

El Espíritu Crítico del Marxismo.

A principios de los 70, América Latina vivía un momento político especial. El estatus de Cuba como un estado socialista en América Latina fue consolidado en aquella época. La Victoria de Salvador Allende en el proceso electoral de Chile en 1971 no solo inyectó entusiasmo y generó esperanza a fuerzas izquierdistas en la región, sino también contribuyó a superar la frustración y el sentimiento de derrota producido por el asesinato de Ernesto Che Guevara por parte del ejército boliviano en 1967.

Este suceso político ocurrió cuando la relevancia del marxismo en las ciencias sociales había alcanzado América Latina. La interpretación de Marx por parte de Althusser desde una perspectiva estructuralista había generado debates sobre la ideología en América Latina haciendo un énfasis especial en el carácter de su relación con la economía. Un tema dominante fue si Marx y Engels habían desarrollado una teoría de la ideología. Por lo tanto, los analistas estaban atrapados en análisis reflexivos y meticulosos de sus textos, buscando descifrar significados precisos o los sitios de los conceptos. Pocos desarrollaron sus análisis asumiendo como premisa el carácter social del conocimiento, en eruditos lugar de eso, la mayoría de los textos de Marx fueron leídos como si contuvieran verdades finales y definitivas. Este estilo académico coincidió con el modo autoritario con el cual las fuerzas políticas de izquierda definían tanto cuales eran los retos económicos y sociales incuestionables como los procesos únicos a través de los cuales deben ser alcanzados. Por lo tanto, interpretar correctamente a Marx y a Engels y el ajustar medidas políticas hacia la interpretación representaba un reto intelectual al igual que una necesidad política.

En aquel contexto, la mayoría de los eruditos se concentraban en comprobar su pureza teórica y en denunciar interpretaciones desviadas sobre Marx. Ludovico Silva desafió aquella forma de proceder al rechazar brillantemente la existencia de una teoría de la ideología completamente elaborada sobre Marx y Engels y al recuperar el trabajo de los *pensadores idealistas*. Por lo tanto, Silva hace lo que Zemelman (2004) conoce como uso crítico de las teorías de Sartre, Ortega y Gasset, Freud, y Pavlov.

En su intento de desarrollar una teoría general de la ideología, Silva analiza diversos enfoques hacia el concepto, incluido el de Sartre. En este proceso, muestra una participación intelectual singular con los textos y los autores. Al contrario de otros, Silva no desarrolla su argumento simplemente basándose en autores y teorías cercanos a sus propias creencias, sino en ideas. Era un buen lector, quien analizaba minuciosamente los textos relevantes con un compromiso crítico inusual: el desacuerdo teórico no representa el rechazo epistemológico.

A pesar de concordar con Henry Lefebvre sobre su crítica sobre la interpretación de Sartre del concepto de la ideología, Silva no descalifica la totalidad del trabajo del filósofo francés:

Deseo mostrarles que a pesar de que no existe una concordancia entre la teoría marxista de la ideología y el enfoque sartreano, Sartre, guiado por su instinto intelectual y no por una teoría, adivina el significado genuino de la ideología (el marxista en cuanto a mí) en algunos análisis particulares. En pocas palabras, Sartre utiliza el concepto adecuadamente cuando no lo está teorizando (Silva 1977, 102-103).

En algunos párrafos a continuación, añade:

Declaro que Sartre tiene un espíritu marxista franco, a pesar de que su existencialismo lo traicione. Es suficiente considerarlo un espíritu marxista por la simple razón de que él es el pensador contemporáneo quien ha puesto su mayor esfuerzo en pensar dialécticamente. Éste es el significado de ser marxista, no hacer protestas de fe ni confesiones ideológicas. Además, Sartre ha contribuido al desarrollo de la ciencia marxista de un modo particular al igual que en el caso de la ideología como un idioma (pp. 103-104).

Silva recupera diversas proposiciones teóricas de Sartre las cuales, según él, son útiles para entender la ideología en la sociedad industrial contemporánea. En primer lugar, Sartre señala la existencia social de objetos prácticos que constituyen una colectividad y están definidos por una ausencia, como lo son los medios masivos, por ejemplo. Las audiencias de los medios son grupos que se convierten en una colectividad al momento del consumo.

Al mismo tiempo, tienen una relación social a través de la ausencia. No existe comunicación entre remitentes y receptores. En segundo lugar, los medios masivos producen en los seres humanos una unidad fuera de ellos. Éstos mantienen a la gente segregada y aseguran su comunicación a través del otro. La relación entre el ancla de un programa y su audiencia no es una relación humana. (1977, 115).

En tercer lugar, la voz de este objeto colectivo es misteriosa y representa puntos de vista oficiales. Los usuarios de los medios están subordinados como una materialidad inorgánica al trabajo de la voz y su discurso sobre lo que socialmente se acepta como una verdad válida. En cuarto lugar, los medios masivos fusionan las identidades de los hombres en una colectividad. Consecuentemente, cada rebelión individual hacia el objeto está condenada a la soledad. En quinto lugar, el origen de esta alteridad es un conocimiento producido por un idioma. “Es un conocimiento que se ha convertido en un hecho, que se ha independizado de la vida humana y que se ha impuesto sobre ella desde una represión exterior hasta que forma parte de la vida inconsciente de la represión de todos” (1977, 116-117).

Silva conecta estas ideas, claramente influenciado por Adorno, con el pensamiento de José Ortega y Gasset, un pensador cuyas ideas, serían previamente consideradas por muchos, no compatibles con el marxismo. El propio Silva advierte sobre cualquier reacción visceral hacia el nombre del filósofo español:

Existe un tipo de lector que voltea y se va cuando se menciona a Ortega como si hubiese oído sobre el mal. En este país (Venezuela) he encontrado a enemigos de Ortega, la mayoría de ellos son enemigos avant la lettre, es decir, que no han leído detalladamente sus libros.....como resultado de dichas actitudes, nadie ha elaborado un inventario imparcial de todos sus hallazgos intelectuales, los cuales fueron abundantes y ricos. Nadie ha siquiera desarrollado un criticismo del interior de su trabajo, sino del exterior, desde opiniones pre-existentes, las cuales la mayoría del tiempo no son más que opiniones políticas (Silva 1977, 158-159).

Sin entrar en un proceso de elaboración de dicho inventario, Silva asume la preocupación de Ortega sobre la diferencia entre *ideas* y *creencias*. Esto es, según Silva, el problema de la ideología en la sociedad contemporánea. Las ideas de Silva coinciden con la

interpretación de Ortega de la naturaleza sospechosa de las creencias más firmes de la gente. Influenciado por Ortega, Silva se pregunta si deberíamos llamar *ideas* a aquellas representaciones, creencias y convicciones que forman parte de nosotros mismos como si fueran órganos de nuestro sistema vital y de una forma en la que nunca retaríamos su valor (p. 162). Esas creencias no pertenecen particularmente a nadie; éstas existen en todas las épocas históricas y en todas las sociedades y son la base de la acción social humana. Silva incluye las ideas de Ortega en su argumento para reforzar su teoría de la ideología: todo lo que se dice o se piensa en una sociedad es una ideología.

Con una extraordinaria lucidez para aquella época, Silva tiende un puente entre pensamientos marxistas y no marxistas. Muestra que su rechazo hacia las versiones oficiales de Marx no se trata de una reacción política, sino de un acto de honestidad intelectual, el cual se deriva de un compromiso hacia el pensamiento crítico. Él cree en la *verdad* como resultado de una investigación científica en lugar de un acuerdo político. Por lo tanto, al unir la idea de la ideología de Althusser en la que esta tiene una existencia material dentro de las instituciones, la crítica de Sartre hacia los medios masivos como una fuerza alienadora y la denuncia de Ortega del poder del conocimiento socialmente aceptado, Silva encuentra una manera para desarrollar un enfoque teórico hacia la ideología el cual incluye a la psique humana como parte del proceso de alienación:

En las relaciones capitalistas de la producción, el trabajo material es un valor del cual puede extraerse la plusvalía. Asimismo, en la producción de la consciencia (Marx) existen valores en el trabajo de los cuales también es posible extraer plusvalía. El capitalista se adueña de una parte del valor de la fuerza de trabajo, que en realidad pertenece al dueño de dicha fuerza; del mismo modo, el capitalismo a través de su control de las comunicaciones masivas y de la industria cultural se adueña de una gran parte de las mentes de los hombres al insertar en ellas todo tipo de mensaje cuyo fin es preservar el capitalismo. (Silva 1977, 198).

La Ideología y un Enfoque Crítico Hacia Los Medios Masivos.

En 1978, Ludovico Silva participó en una serie de cursos organizados por la Universidad Nacional Autónoma de México centrados en comunicación y dependencia en América

Latina y en México. Dicho evento reunió a investigadores académicos y a profesionales para discutir el estatus de los medios masivos en América Latina. Investigadores de las más importantes universidades mexicanas presentaron análisis específicos sobre la prensa, la radio, la industria del cine, la televisión, los cómics y la publicidad. Asimismo, varios académicos latinoamericanos ofrecieron boletines de coyuntura en sus países. Silva se encargó de un resumen de la ideología y de los medios masivos en América Latina.

Durante su discurso, Silva elaboró una presentación exhaustiva de su teoría de la plusvalía ideológica, enfatizando que los medios masivos,—la televisión en particular—son expresiones de una ideología capitalista dependiente (1980, 15-16). Claramente influenciado por el vocabulario crítico de la época, Silva sustituye aquí subdesarrollo (empleado en *ITP*) por dependencia. En otra parte de su texto, rechaza explícitamente la causalidad histórica: “La realidad histórica no *determina causalmente* las formaciones ideológicas.” Asimismo importante, Silva se refiere a la relación entre estructura e ideología como *reversible y multívoca* (1980, 23). Dichas referencias no se encuentran en *IS* ni en *ITP*.

El evento y el discurso de Silva son demostraciones claras de que el estudio de los medios masivos en América Latina había tomado un camino crítico. En aquella época, los debates sobre las dependencias culturales y económicas en América Latina no eran inusuales y el pensamiento crítico estaba presente en la enseñanza de las ciencias sociales en numerosas universidades. Los estudiantes de las comunicaciones masivas solían analizar críticamente los medios masivos. Sin embargo, existía un panorama muy diferente a principios de los años 70, cuando Silva desarrolló su concepto de plusvalía ideológica.

Las primeras universidades y centros de investigación de comunicaciones en América Latina se remontan a los años 60. La mayoría de estas estaban ubicadas dentro de las divisiones institucionales de las ciencias sociales, donde la integración de teorías sociales y de metodologías en los planes de estudio se consideraba necesaria. En aquella época, los enfoques funcionalistas hacia las ciencias sociales y hacia las técnicas cuantitativas empíricas de análisis eran dominantes. Por lo tanto, el fenómeno de la comunicación masiva se abordó por primera vez desde una perspectiva funcionalista. El modelo de comunicación de Wilbur Schram fue ampliamente utilizado para ilustrar el fenómeno de las comunicaciones masivas como un proceso con un énfasis en los efectos de los mensajes

sobre los receptores individuales. Los estudios sobre los efectos de los medios basados en numerosas teorías psicológicas se popularizaron, la mayoría son réplicas de trabajos anteriores en los Estados Unidos.

Debido a que el subdesarrollo era una preocupación en el ámbito, se intentó vincular las investigaciones sobre los efectos de los medios y las políticas de desarrollo. El modelo de Everett Rogers sobre la difusión de innovaciones fue la opción ideal. Una deficiencia remarcable de estos estudios fue la omisión de las relaciones de poder como una fuerza relevante que determina agendas de comunicación. Por lo consiguiente, cuando Armand Mattelart, Ariel Dorfmann, Héctor Schmucler, Antonio Pasquali, y Ludovico Silva entre otros retaron tanto las fundaciones teóricas del enfoque funcionalista hacia la comunicación como los principios epistemológicos de su metodología, ellos promovían un cambio muy importante en la forma en la que la relación entre los medios y la sociedad fueron percibidos, estudiados y enseñados.

Mattelart, Dorfmann, y Schmucler denunciarían la presencia creciente de productos publicitarios extranjeros en América Latina como imperialismo cultural, cuestionarían la relevancia de los estudios de los efectos y los obstáculos epistemológicos del análisis de la ideología y la dominación establecida por los análisis cuantitativos. Pasquali y Silva, asumiendo el enfoque crítico de la Escuela de Frankfurt, señalarían la naturaleza alienadora del sistema de medios de comunicación que alimenta las necesidades de un orden capitalista anti-humano en vez de los deseos humanos

En efecto, Silva encuentra una teoría de la ideología incompleta sin una teoría de la comunicación:

... sin una teoría de la comunicación es imposible elaborar una teoría de la ideología del mundo capitalista-imperialista, desde un punto de vista marxista, ... se ha escrito mucho sobre la teoría de la comunicación y la mayoría se trata de metafísica sutil—por ejemplo, el funcionalismo, con muy pocas excepciones. Pero casi nadie ha intentado analizar, por ejemplo, el imperio de la televisión norteamericana (CBS, NBC, Time-Life, etc.) en América Latina como el modo de producción ideológica que funciona como apoyo y que es fiel al sistema que genera el subdesarrollo (Silva 1977, 214-215).

El reto de la investigación de las comunicaciones centrado en los efectos era claro: lo que en realidad importa son las consecuencias ideológicas del lenguaje pre-consciente de los medios. Silva se cuestionaba, de manera no explícita, el nivel de la investigación psicológica de un enfoque sobre los efectos de los medios. Preocupado por el aprendizaje social de los receptores, los estudios sobre efectos no prestaban atención a los procesos por los cuales los hombres absorbían la dominación como natural e incuestionable

Silva adopta el concepto de Adorno sobre la industria cultural para subrayar el sentido alienador de los medios (1977, 223). Su mayor contribución cultural es la cantidad de imágenes, valores, ídolos, creencias y representaciones que mantienen el funcionamiento de la maquinaria ideológica del sistema capitalista (p. 226). Por lo tanto, Silva pone en duda la relevancia de los estudios cuantitativos de la comunicación y contribuyó a establecer una agenda de investigación diferente sobre los estudios de medios de comunicación. Una perspectiva crítica de un análisis debe centrarse en exponer las conexiones entre el sistema económico y la producción cultural en vez de explorar los efectos de aprendizaje superficiales de los mensajes. En 1978, dicha agenda se encontraba en desarrollo en varios países de Latino América. Los comentarios de Carlos Villagrán sobre el discurso de Silva en aquella ocasión en México muestran el camino de la preocupación y sobre los asuntos a los cuales se las había prestado atención:

Es a través de los medios masivos que las clases sociales hoy en día adornan y embellecen las condiciones de su modelo de sociedad, imponiendo a las clases dominantes una falsa consciencia, la cual los induce a adueñarse de la visión mundial de las clases dominantes. Este suministro constante de ideología tomará diferentes formas en cada formación social, dependiendo del nivel de confrontación de la lucha de clases. Durante períodos tranquilos, la transmisión de mensajes ideológicos será subliminal, estará cubierta y disfrazada; pero en momentos de crisis, cuando la lucha de clases esté abierta, la ideología tomará una forma feroz, directa y explícita, en otras palabras, abiertamente doctrinal (Silva 1980, 33).

La agenda crítica eliminó el enfoque de investigación orientado hacia el receptor ya que se da por hecho que el verdadero efecto de los medios era uno ideológico. La nueva

preocupación sería el lenguaje a través del cual la ideología expresa falsos panoramas y lleva a la gente a malinterpretar su realidad social. Algunos de los otros conferencistas en el evento expusieron los funcionamientos de diferentes medios en nombre de la reproducción capital sin importar sus lenguajes y contenidos específicos. (Silva et. al. 1980).

El mismo Silva en *ITP*, había seguido aquel camino. *Phantom, Mandrake, El Pato Donald Tarzan y Superman* son ferozmente criticados por Silva, debido a que ofrecen representaciones ideológicas sobre el desarrollo y el subdesarrollo, la obsesión capitalista y el sistema económico esquizofrénico.

Asimismo, el énfasis crítico en la ideología y la dominación impulsarían la investigación analítica hacia la propiedad de los medios. Esto fue consecuencia del enfoque marxista en la producción como proceso clave del sistema capitalista y subrayó el hecho de que los dueños de los medios de producción material fueran también los dueños de los medios de producción espiritual. Por lo tanto, Herbert Schiller, quien también estaba presente en México, señaló que la comercialización de la radio y la televisión en los Estados Unidos estaba vinculada desde sus inicios a los negocios y a las exportaciones (1980, 41). Más importante aún, Schiller añadió, “todas las actividades relacionadas con la información y la comunicación aglutinadas en el término “medios de comunicación” son actualmente una parte cada vez más vital del capitalismo avanzado y del imperialismo contemporáneo” (p. 42).

Del mismo modo, un estudio realizado por Fátima Fernández (2004) sobre los periódicos mexicanos más importantes en 1979 apoyaría la tesis de Marx sobre las conexiones estructurales de la propiedad en el sistema económico. Los dueños de los periódicos eran industriales y emprendedores que habían encontrado atractivo invertir parte de su capital que originalmente ganaron en alguna otra parte en la economía de los medios. En el momento en el que Fernández conducía su estudio, todos esos negocios aún eran de su propiedad.

Unas Últimas Palabras

A pesar de que en la actualidad un análisis crítico sobre las comunicaciones y los estudios culturales en América Latina es ampliamente compartido, pocos eruditos recuerdan que

tres décadas atrás, las luchas de poderes y la dominación de clases no eran preocupaciones dominantes en las ciencias de la comunicación. El enfoque cambiante se trataba de un fenómeno histórico. La dependencia económica de los países latinoamericanos en una economía central, los Estados Unidos, los avances del socialismo en la región, la presencia de numerosos productos publicitarios de los Estados Unidos, la popularidad y el impacto académico de la literatura crítica, influenciada por el marxismo, y el interés de numerosos académicos y profesionistas en crear un mundo en el que la explotación y la alienación no son las características que lo definen, se mezclaron para promover este esfuerzo crítico. Numerosos filósofos y científicos sociales colaboraron en investigaciones sobre comunicaciones en América Latina como un sitio de análisis crítico. Algunos de ellos aún están haciendo contribuciones significantes o son sujetos de análisis retrospectivos en escuelas regionales de comunicaciones.

Ludovico Silva, sin embargo, se ha convertido en un contribuyente intelectual oscuro en el campo, en parte porque había regresado a sus raíces intelectuales, la filosofía y la literatura, durante los últimos años de su vida, pero en parte también porque su idea sobre la plusvalía ideológica no fue perseguida por otros, a pesar de que merecía un mejor trato.

Ludovico Silva demuestra en su trabajo una honestidad intelectual profunda. Enfrentó interpretaciones religiosas de Marx y leyó detalladamente literatura no marxista. Construyó conocimiento en lugar de repetirlo. Además, junto a otros investigadores críticos, impulsó una agenda crítica en una época en la que identificarse con pensamientos izquierdistas y con posturas políticas pudo haber tenido consecuencias personales y profesionales graves. En 1971, cuando inició su aventura de desarrollar una teoría general de la ideología, el ámbito de las comunicaciones masivas era un área incipiente de investigación, dominada por perspectivas teóricas y enfoques metodológicos que no fueron útiles para crear una sociedad más igualitaria y justa. No obstante, no dudó en iniciar ese esfuerzo.

Silva enfrentó la teoría de la ideología como un reflejo de la estructura económica y se esforzó lo suficiente para demostrar que los individuos participan, incluso de manera inconsciente, en sus propios procesos de opresión. Él encontró en Althusser, Sartre, Ortega y Gasset, Freud y Adorno una base teórica para rechazar la idea de la ideología como un fenómeno automático y en vez de eso proclamó su naturaleza reversible.

Ciertamente, quedó atrapado en el concepto de la ideología como una falsa conciencia.

Sin embargo, el principio de los años 70 fue una época muy temprana para concebir un enfoque distinto. Uno de los retos más importantes a finales de los 70 se originó con Birmingham y Stuart Hall como resultado de las lecturas críticas de Marx, Gramsci, Lacan, y Foucault. En América Latina el cuestionamiento sobre la ideología aparecería también a finales de los años 70 y se desarrollaría por completo en los años 80. Los trabajos de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini son particularmente relevantes en este proceso. Por ejemplo, los 80 sería una época en la que los estudios de recepción transformarían la concepción teórica del consumo, sugiriendo que los receptores no son las víctimas dóciles de los medios a como lo había supuesto Silva (Guardia, 2006; Fuenzalida, 2006; Martín Barbero and Téllez, 2006; Checa, 2006; Alfaro, 2006).

La contribución de Ludovico Silva hacia el ámbito de la investigación de las comunicaciones en América Latina es, no obstante, significativa aunque no reconocido ó siquiera recordado. Él estaba comprometido con el pensamiento crítico y, por lo tanto, es hora de leerlo de nuevo. Él fue un excelente lector y, consecuentemente, un gran investigador, futuros investigadores de las comunicaciones latinoamericanos deberían recuperar su trabajo. Su respeto hacia Marx incluía el hecho de mostrar las limitaciones de su trabajo. Asimismo, debemos mostrar respeto por Silva recuperando su compromiso con el pensamiento auténtico a pesar de que sus teorías no sean compatibles con los problemas y tiempos actuales.

Bibliografía:

- ALFARO, R. M. Declives en la investigación a favor de la vigilancia ciudadana. Estudios de recepción mediática en Perú. *Diálogos* 73, 2006, 89-98.
- CHECA, F. Los estudios de recepción en Ecuador: Paradojas, vacíos y desafíos. *Diálogos* 73, 2006, 71-80.
- ENTEL, A., V. Lenarduzzi, y D. Gerzovich *Escuela de Frankfurt: Razón, arte y libertad*. Buenos Aires: Eudeba, 2000
- FERNÁNDEZ, F. *Los medios de difusión masiva en México*. México, DF: Juan Pablos (15° edición), 2004
- FUENZALIDA, V. 2006. Estudios de audiencia y recepción en Chile. *Diálogos*, 73, pp. 47-56.
- GOMEZ, J. // jorgeletralia.blogspot.com/2006/01/14, 2006
- GUARDIA, M.. *Irrupción y proyección de los estudios de recepción en Bolivia*.

Diálogos 73, 2006, 27-36.

GUZMÁN, N.. www.movimiento13deabril.blogcindario.com/2005/09/00017,2005

MARTIN B., J. y M. TELLEZ.. Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos* 73, 2006 57-70.

MONILLO, C. www.asambleanacional.gov.ve/ns2/noticias.asp.

SCHILLER, H.. Medios de comunicación e imperialismo. In L. Silva et al (eds.), *Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista*. México, DF: Universidad Nacional Autónoma de México, 1980

SILVA, L.. Ideología y medios de comunicación en América Latina. In L. Silva. et al (eds.), *Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, 1980.

SILVA, L.. *La Plusvalía Ideológica*. Caracas: Ediciones de la Biblioteca de la Universidad

Central de Venezuela (3° edición), 1977

SILVA, L. *Teoría y práctica de la ideología*. México, DF: Nuestro Tiempo, 1971

SILVA, L: et al, eds.. *Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista*. México, DF: Universidad Nacional Autónoma de México, 1980.

SOBREVILLA, D.

[//sisbim.unmsm.edu.pe/BibVirtual/publicaciones/Logos/1994_n1](http://sisbim.unmsm.edu.pe/BibVirtual/publicaciones/Logos/1994_n1), 1994

VILLAGRÁN, C.. Ideología y medios de comunicación en América Latina (comentario). In Silva, L. et al (eds.), *Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista*. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, 1980.

ZEMELMAN, H.. *Necesidad de conciencia: Un modo de construir conocimiento*. México, DF: Anthropos, 2004

¹ Profesor del Programa de Sociología de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
e-mail: callesantillana215@gmail.com
Twitter: @JCallesS