

GALINDO CÁCERES, Jesús

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

GALINDO Cáceres, Jesús, Ideología y comunicación. El Estado, la Hegemonía y la Difusión Masiva, 1ª edición, México, Premiá, 1982, 184 páginas.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Hermenéutica

b. Fuentes. Sociología crítica-cultural, (Semio-lingüística)

c. Comunicología. Difusión

d. Macro-objeto. Medios de difusión

e. Objeto específico. Ideología

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

a. Clasificación campal. Fuera -dentro

b. Época. Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región. América Latina

4. Contenido de la obra.

a. Género. Estudio

b. Índice de la obra.

Introducción

Primera Parte

Sobre el concepto de ideología.

1. La ideología y el cambio social	17
2. Buscando un origen, la ideología en Marx	18
2.1 Empecemos por lo que dicen que dijo	18
2.2 El medio crítico de los tiempos de Marx	21
2.3 Crítica de Marx de las ideologías	22
2.4 Reformulaciones de la crítica de Marx a las ideologías	24
2.4.1 El esquema infraestructura-superestructura	25
2.4.2 La ideología del fetichismo	26
2.4.3 La ideología como representación del mundo	27
2.4.4 La ideología como representación-significación social	28

Organización social e ideología

1. Organización social y cambio social	
1.1 Dimensión de composición social	31

2. La dimensión objetiva-subjetiva	
2.1 La determinación primaria de lo objetivo. Aquello de lo económico en última instancia	35
2.2 Los determinantes objetivos de lo ideológico	38
2.2.1 La división social del trabajo	38
2.2.2 La lucha de clases	39
3. La dimensión subjetiva-objetiva	
3.1 La determinación secundaria de lo subjetivo, la independencia relativa (dentro y fuera de lo ideológico: la toma de conciencia)	41
3.2 La situación y la posición de clase	45
4. La dialéctica objetivo-subjetivo-objetivo	
4.1 La ideología y sus dimensiones de análisis	46
5. La hegemonía y los aparatos	
5.1 ¿Para qué la ideología? La hegemonía y la voluntad organizadora	53
5.2 ¿Cómo la ideología? Los aparatos y la institucionalidad material de la composición social	56

El discurso y la ideología

1. Discurso y cambio social	
1.1 El discurso como categoría de las ciencias sociales	61
1.2 El discurso y su efecto social (conciencia, comunicación e ideología)	64
2. Discurso, ideología y organización social	
2.1 Significación social e ideología	67
2.2 Los aparatos y la significación ideológica	70
3. El discurso político y la organización social	
3.1 Aproximación al discurso político	72
3.2 El análisis narrativo del discurso político	75
3.3 El análisis argumentativo del discurso político	79

Comunicación e ideología

Comunicación e información

1.1 Relaciones entre comunicación e información	85
1.2 Organización social y comunicación	90
2. Aparatos de hegemonía y comunicación	
2.1 Historia, comunicación y organización social	93
2.2 Subjetividad, comunicación y composición social	95
3. Campo ideológico y comunicación	
3.1 Campo ideológico, aparatos ideológicos y discurso social	105
3.2 Campo ideológico, comunicación y hegemonía	109

Citas de la primera parte	116
---------------------------	-----

Segunda parte

Propuestas de análisis

Objetivos y supuestos teóricos

1.1 Selección de supuestos teóricos	121
1.2 Objetivos del análisis	124
1.3 Ruta analítica	125
2. Procedimientos de análisis de información	

2.1 Inventario de material	127
2.2 Análisis de material	129
3. Limitación y problemas de análisis	130
El análisis	
Antecedentes y marco de referencia analítico	
1.1 Educación y sociedad	133
1.2 Autodefinición del la Secretaría de Educación Pública	135
1.3 El período 1971-1980 en la Educación Pública	137
1.4 La alfabetización	139
1.5 Marco jurídico de la alfabetización de adultos	141
2. El análisis actancial	144
2.1 Radio y audiovisual	146
2.2 Periódico	150
2.3 Carteles	151
2.4 Cine	153
2.5 Televisión	154
3. El análisis argumentativo	158
3.1 Radio	158
3.2 Impresos	159
3.3 Audiovisuales	160
3.4 Cine	162
3.5 Televisión	163
4. Conclusiones	165
4.1 El análisis actancial	
1) El esquema maestro	166
2) Radio	166
3) Periódico	166
4) Carteles	167
5) Cine	167
6) Televisión	167
4.2 El análisis argumentativo	
1) Gramática de argumentos de radio	168
2) Gramática de argumentos de los impresos	169
3) Gramática de argumentos de cine	170
4) Gramática de argumentos de los audiovisuales	171
5) Gramática de argumentos de la televisión	172
4.3 El discurso y la ideología del Estado, sobre la campaña de medios de comunicación masiva del PRONALF	173
4.4 Ideología y comunicación, el Estado, la difusión masiva y la hegemonía: una reflexión teórica	174
Citas de la segunda parte	183
Bibliografía	185

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

Este es un estudio de caso. Durante los setentas se habló y escribió mucho sobre la ideología, pero se estudio poco, este es un caso ejemplar de esta perspectiva de la Sociología crítica y cultural. El libro está dividido en dos partes. En la primera se desarrolla un marco teórico y metodológico general sobre la ideología, el discurso y la comunicación. En la segunda se propone el problema de investigación, su marco de referencia histórico y contextual, así como la solución técnica analítica, el análisis del discurso. Se ensayan dos técnicas de análisis, la narrativa y la de argumentación. El problema de trabajo, una campaña de difusión del programa de alfabetización para adultos del INEA, el Instituto Nacional de educación para adultos, queda enmarcada en una perspectiva de análisis ideológico discursivo. En el texto se presentan los juicios teóricos que se toman como base y los resultados del análisis que los contrastan. También está presente todo el formato de análisis discursivo, el lector puede ir paso por paso en el proceso técnico hasta llegar a las conclusiones.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Dependiendo del interés del lector, la primera parte enfatiza el marco teórico del análisis ideológico del discurso, la segunda el proceso analítico concreto. Para los teóricos, la propuesta de la primera parte puede ser muy sugerente, el marco de referencia conceptual es el marxista de las ideologías. Para los técnicos, la segunda parte es más sugerente, sobre todo para los interesados y estudiosos en el análisis del discurso.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

En los años setenta y ochenta la ideología fue buena parte del centro del espacio conceptual de los estudios culturales en México, pero son sólo unos cuantos estudios publicados en la perspectiva de la comunicación. En el caso del análisis de los medios de difusión, es todavía mayor el énfasis conceptual en la ideología dominante, pero sin análisis concretos. En ese sentido este texto es un ejemplo de lo que se decía pero no se hacía. Y hoy, años después, es un testimonio de una época que parece aún tener cierta presencia en los nuevos aires de los estudios culturales en México, nuevamente más ensayísticos que analíticos- técnicos. Aprender lingüística siempre ha sido complicado para los investigadores provenientes del campo académico de la comunicación, esta es una excepción, el autor también es lingüista.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

El texto se agotó y no se volvió a editar, tuvo poca difusión en el espacio académico de la comunicación, y sin embargo es conocido por los interesados en el tema. El punto es que el autor no pertenece al grupo que promovió la sociología crítica de la comunicación desde la UNAM, la UAM-X y el grupo Guadalajara, y por tanto no tuvo resonancia en el campo dentro de la red dominante. Aún así el texto es valioso y forma parte de ese momento central y hegemónico de la historia de la comunicación académica, el marxismo

sociológico, y el espacio conceptual del discurso y la ideología de los estudios culturales.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

El autor, Jesús Galindo Cáceres, tiene una trayectoria en movimiento, inicia su carrera académica en la lingüística y la semiología de la interacción social, después la sociología marxista, los movimientos sociales y la Antropología Urbana, de ahí se mueve hacia los estudios culturales y la historia social regional y nacional, y después hacia la metodología de la investigación, la cibercultura y el ciberespacio, y en los últimos años la Comunicología. Esta es una obra que pertenece a la transición entre la primera y la segunda épocas, de la lingüística y la semiología al marxismo y la antropología. Es uno de sus libros principales en los ochenta. Jesús Galindo estudió comunicación, psicología social, sociología, lingüística, ciencia política y antropología en sus años de formación. La dirección del portal de Comunicología es.- <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>