

# SCHILLER, Herbert I.

(JGC)

## PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

### 1. Información bibliográfica.

- a. Del libro reseñado.

SCHILLER, Herbert I., El imperialismo U.S.A. en la comunicación de masas, 1ª edición, Madrid, Akal, 1977, 186 páginas.

### 2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Hermenéutica
- b. Fuentes. Sociología crítica-cultural, (Economía Política)
- c. Comunicología. Difusión
- d. Macro-objeto. Imperialismo
- e. Objeto específico. Medios de difusión

## SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

### 3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Dentro-dentro
- b. Época. Los setenta. Desarrollo del espacio conceptual
- c. Región. América del norte

### 4. Contenido de la obra.

- a. Género. Ensayo
- b. Índice de la obra.

Prólogo	7
1. La electrónica y la economía al servicio de un siglo norteamericano	11
2. El auge en las comunicaciones de radiodifusión comercial	29
3. El complejo nacional de comunicaciones	41
4. El complejo interior de comunicaciones	61
5. Las comunicaciones para la administración de una crisis: La aplicación de la electrónica a la contra-revolución	75
6. La invasión del globo por la electrónica norteamericana	93
7. La comercialización internacional de la radiodifusión	109
8. El mundo en desarrollo bajo el asedio electrónico	125
9. COMSAT e INTELSAT: La estructura del control internacional de las comunicaciones	143
10. Hacia una reconstrucción democrática de los medios de comunicación de masas: El empleo social de la tecnología	165

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

Esta es una obra construida por diez textos que fueron publicados en su mayoría en la prensa norteamericana alternativa de inspiración crítica y de izquierda durante los años sesenta. Son diez textos que guardan una homogeneidad clara respecto al asunto que tratan. Los Estados Unidos de Norteamérica son una potencia mundial, y su poder económico y político-militar evidente sólo ha podido expandirse por el mundo gracias a los medios de difusión que posee. El asunto no es sólo de mercado en el sentido técnico, es de hegemonía cultural, de dominación subjetiva, a través de todos los productos, imágenes, personajes, situaciones, que exporta, que difunde, a través de su red de medios. Y esta es la historia del libro, mostrar cómo ha sucedido esto y cuál es el peligro.

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

Al ser textos independientes los que han conformado al libro, cada uno tiene un perfil que le da cierta identidad, y por otra parte los argumentos se repiten de texto en texto con cierta marcada reiteración, lo cual es normal en un discurso más político que académico, en un libro armado por textos que fueron en su momento únicos, no partes. Pero hay algunos artículos que son en especial representativos de lo que el autor quiere decir, el primero, el sexto y el octavo. El último capítulo, el décimo cambia un poco de tono, propone un campo discursivo organizado bajo la figura de propuesta de solución.

### **TERCERA PARTE: COMENTARIO**

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

Este es un libro clásico de la corriente del pensamiento comunicacional de tintes marxistas, de fuerte crítica de izquierda a los medios de difusión, connotados estos como instrumentos evidentes e impunes de dominación de las clases capitalistas, de los países ricos, especialmente los Estados Unidos de Norteamérica. Esta corriente se ordena entre la Economía Política y la Sociología crítica, primero, y la sociología cultural, sobre todos los estudios culturales anglos, después. El centro del argumento es la comunicación como un instrumento de promoción de la explotación y la dominación capitalista, por un lado, y como un instrumento de ejercicio de la hegemonía por la ideología presente en sus prácticas y discursos, por otro. Este es un libro representante de la primer etapa, cuando la economía y la política sonaban más fuerte que la ideología en los años sesenta y setenta. Un libro central para conocer y comprender a esta línea de trabajo de la Comunicología posible.

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

El libro tuvo su época de oro en los años setenta, después ha venido a menos ante el auge de los estudios culturales, a los que les importa menos la economía, y a la diversificación de puntos de vista y formas de estudio de los medios de difusión masiva. Pero sigue siendo un clásico

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

Es el libro más famoso del autor en español, antes y después escribió más sobre el asunto que le interesaba, la denuncia del imperialismo y del

capitalismo en la propiedad y uso de los medios de difusión masiva. Pero el autor será recordado por este texto. Hay que recordar que es un libro escrito y dedicado en forma original al público norteamericano, a lectores en inglés.