

ANTONIO PASQUALI

Profesor Titular de la Facultad de Humanidades y
Educación de la Universidad Central de Venezuela



COMUNICACION Y CULTURA DE MASAS

MASIFICACION DE LA CULTURA POR MEDIOS AU-
DIAVISUALES EN LAS REGIONES SUBDESARROLLADAS.
ESTUDIO SOCIOLOGICO Y COMUNICACIONAL

APENDICE: PROYECTO DE LEY DEL CINE



MONTE AVILA EDITORES

TEORIA DE LA COMUNICACION: LAS IMPLICACIONES SOCIOLOGICAS ENTRE INFORMACION Y CULTURA DE MASAS. DEFINICIONES

Sólo en el genuino hablar es posible un genuino callar... Pero callar no quiere decir mudo.

(Heidegger: Ser y Tiempo)

1

El tipo y nivel de cultura que exhiben los grupos sociales está en función de sus medios de comunicación del saber, según una relación tanto más causal cuanto más subdesarrollada sea la cultura en cuestión. Debido a la especialización que el uso de tales medios implica en la actualidad, el saber pasa a manos de un reducido núcleo de agentes transmisores, quienes actúan como funcionarios y "expertos" de grupos de presión ajenos a las esferas culturales, para canalizarlo y enviarlo al dilatado ámbito de individuos receptores. Cuando la desproporción entre agentes transmisores y receptores aumenta hasta atrofiar la bilateralidad de la auténtica intercomunicación; cuando el grupo de transmisión profesionaliza y acapara el papel de informador, y el grupo de recepción se reduce al papel de informado, en relación irreversible, mengua la fuerza expansiva y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en *élite* y una muchedumbre indiferenciada de receptores, convertida en *masa*.

Explotando a fondo la más certera intuición de la sociología cultural (la que postula que el saber-en-común es el elemento constitutivo y no superestructural de lo social), se evidencia que los medios de comunicación no están en función de un saber dado, el cual sería a su vez el epifenó-

meno de una sustancia social antecedente, sino que la relación sociedad-saber-comunicación es en un todo inversa. Un tipo de sociedad está en función de un saber el cual, a su vez, es función de sus medios comunicantes. Las estructuras sociales no engendran *a posteriori* un saber del cual emanarían consecuentes medios de comunicación, sino que los medios de comunicación configuran y delimitan formas del saber, las cuales determinan y tipifican a un grupo social. La función hace, o al menos "con-figura", al órgano, como los actos virtuosos hacen la virtud, y no a la inversa. La filosofía ha rechazado siempre, y con razón, un "saber incomunicable" (como el de las experiencias místicas), o ha determinado desde sus comienzos que lo *incomunicable* es lo incognoscible, y lo incognoscible *no es*, pues supone que lo inexpresable es alógico, y lo alógico una "áгноia" o no-saber. El grado y modo de su comunicabilidad define, pues, a un saber como éste define a su plexo social; de lo cual puede directamente inferirse, en perspectiva sociológica, una mutua inherencia dialéctica entre los medios de comunicación del saber y su correspondiente grupo social. Sólo hay sociedad, *mitsein* o estar-uno-con-otro donde hay un con-saber, y sólo hay con-saber donde existen formas de comunicación. De la relación funcional entre sociedad y medios-de-comunicación-del-saber se desprende que los caracteres de éstos son determinantes para aquéllas, al menos en la medida en que siempre se ha considerado válida la relación inversa. Pero entre medios de comunicación y totalidad social no existe, sin más, una relación de causa-efecto; de parte-todo o de super-infraestructura, sino una inherencia o mutua inmanencia dialéctica. Tales axiomas inauguran la novedosa perspectiva metodológica de poder inferir el grado de una cultura de las interrelaciones sociedad-medios de comunicación; por ejemplo, la posibilidad de fundamentar un sub-desarrollo cultural en razones de atofia comunicacional, como se intentará en el presente caso.

La cabal demostración de esta tesis requiere una nueva categorialización a escala sociológica de la relación. Las definiciones que se expresan a continuación quieren responder a tal necesidad de nuevas categorías dinámicas. Su novedad reside en la asimilación, que aquí se intenta, de cuánta sugerencia científica puede desprenderse de las modernas ciencias formalizadoras del problema de la comunicación, concretamente de la Teoría de la Información. No se trata,

obviamente, de extender a todo el segmento antropológico las formalizaciones lógico-matemáticas de esta disciplina, sino, por el contrario, de intentar, con plena conciencia de los riesgos y dificultades inherentes a tal operación, una nueva sistematización conceptual en el básico aspecto de la relación social desde el enfoque científico de esta teoría, que es indirectamente una manera de señalar sus límites y las dificultades de su aplicación a escala estrictamente social. Esta riesgosa tentativa se justifica y asienta en el supuesto de que las implicaciones y repercusiones más inmediatas de la Teoría de la Información no son tanto las de tipo semiótico, psicológico, estético o histórico, sino justo las sociológicas; que son, por lo demás, las que menos atenciones han recibido de la filosofía social.

②

Por comunicación o relación comunicacional entendemos aquella que produce (y supone a la vez) una interacción biunívoca del tipo del con-saber, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Recéptor) rige una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. No hay "comunicación" ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta, sino cualquier otra forma de relación monovalente: utilitarística, energética, etc., ya que en este caso el polo de la relación es objeto puro de conocimiento o de acción, pura *res extensa* esencialmente muda que ni siquiera actúa, en rigor, como simple receptor, por carecer de un saber de la receptividad. Mediante la máquina, la obra de arte y, en general, el artefacto, hay a lo sumo una comunicación indirecta con el "otro", por artificio interpuesto, que rebasa los límites de la comunicación propiamente dicha, sin llegar a la pura relación de información ni recaer en la mera relación energética espíritu-materia. Los únicos entes capaces de suscitar tipos de comportamiento auténticamente comunicacionales y sociales, que no intercambio mecánico de informaciones-estímulo, son los seres racionales depositarios de un con-saber y capacitados para la transmisión-recepción en los niveles sensorial e intelectual: es decir, el hombre entendido como *zoon lógon éjon* o [animal hablante y dialogante] (con o sin el recurso de canales artificiales de comunicación), y por eso *zoon politikón* o animal conviviente. En la genericidad humana

se inserta como principal elemento específico el factor con-saber (del cual es la autoconciencia un momento secundario); esto es, la conciencia de la co-presencia en la comunicación. Comunicación es, pues, término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas o entre personas éticamente autónomas, y señala justamente el vínculo ético fundamental con un "otro" con quien "necesito comunicarme" (Wiener); el "estado de abierto" como apertura a, o descubrimiento-aceptación de la alteridad en la interlocución, y, por reflejo, de una conciencia de mí mismo. Hay en esta situación una doble tensión dialéctica que sólo indicaremos. La una, externa y secundaria, es dada por la conmutabilidad del transmisor-receptor y por el estar enfrentados dos polos bien definidos y con mutua capacidad de absorción. La otra, intrínseca y primaria, refleja la propia situación contradictoria al interior del comunicante. Comunicarse —que no es comulgar, fusionarse o alienarse— implica en uno de sus momentos un aporte trascendental de objetivar, de poner al otro en cuanto tal, como alteridad vinculada a un sujeto que no se enajena en esta operación. La comunicación (que no el ser del otro en cuanto tal) descansa entonces, por entero, en la conservación, por parte del sujeto, de este contacto trascendental no fusionante, de esta presencia alejada o presencia-absencia. En la medida en que tal equilibrio de atracción y repulsión se relaja, la alteridad deja de ser simple heteronomía para asumir una autonomía que es negación pura o indiferencia; el *otro* se torna en mónada hostil, trascendente y cerrada, y surge más bien la incomunicabilidad o la alienación del uno por el otro. Es entonces la propia comunicabilidad —que sólo subsiste como tensión armónica entre dos polos— la que encierra dialécticamente los gérmenes de la incomunicabilidad.

Sólo es, pues, auténtica comunicación la que se asienta en un esquema de relaciones simétricas, en una paridad de condiciones entre transmisor y receptor (ver gráfico N° 5) y en la posibilidad de oír uno a otro o prestarse oídos (Heidegger), como mutua voluntad de entenderse. Esta última es la condición básica e insuprimible de la no-contradicción en toda relación de comunicación (que llamamos *diálogo*), pues "aun cuando aceptase la solicitud del otro de que me esforzara a no entenderlo, caería en una contradicción, ya que por eso mismo lo estaría entendiendo" (Calogero). "En la experiencia del diálogo se constituye

entre el otro y yo un terreno común; su pensamiento y el mío se entrelazan en un solo tejido... insertándose en una operación común de la cual ninguno es el creador. Hay un ser a dos...; somos recíprocamente colaboradores en perfecta igualdad de condiciones, nuestras perspectivas se deslizan la una en la otra, y coexistimos a través de un mundo común" (Merleau-Ponty). Una relación dialogal o de auténtica comunicación se reconoce en que la persona objeto de una interpelación discursiva "contrahabla" en virtud de un coherente e irresistible impulso (que Renouvier hubiese llamado "vértigo normal"), tendiente a reducir el "logos" ajeno a "dia-logo" *inter-pares*, y lo lleva a efectucción.

La multiplicidad de canales comunicantes y la enorme dilatación por ellos producida en los viejos moldes del *con-saber* y del *con-vivir*, hacen suponer que una Teoría de las Comunicaciones vendrá a ocupar pronto un lugar de importancia al lado de las teorías del conocimiento, con base en la semiótica por un lado, en las ciencias matemáticas por el otro, y con importantes ramificaciones hacia la sociología, la psicología y, en general, las ciencias morales.

Teoría de la Comunicación —que no de la información— porque creemos que el concepto de información elaborado en estos años carece de univocidad lógica, precisamente en razón de su enorme y aún inexplorada fecundidad. En su empleo más frecuente, en efecto, ese término sugiere la presencia de un polo receptor constituido por un "interpretante" racional, cuando sabemos, por otro lado, que una recepción de informaciones puede igualmente realizarla cualquier máquina equipada para la interpretación, almacenamiento y elaboración de mensajes, entendidos como estímulos o "programas" suscitadores de respuestas mediante elementos "efectores". Faltaría, pues, diferenciar neta y definitivamente entre información a escala cibernética e información a escala antropológica. Pero los principales resultados axiomáticos y categoriales hasta ahora logrados por la Teoría de la Información, a saber: la cuantificación de la información como imprevisibilidad y de su desgaste como mayor probabilidad (desgaste llamado también "obsolescencia" o "entropía" progresiva de mensajes degradados por su banalidad o repetición), y asimismo los conceptos de redundancia y ruido, segmento estético y segmento semántico, etc., etc., sólo cobran sentido en un contexto informativo cuyo polo receptor sea una *res cogitans*, pues tales

factores estructurales de la información se inscriben en la ineludible perspectiva funcional creada por un intérprete o receptor no-mecánico. Una máquina habilitada para la recepción de informaciones, en efecto, nunca podría entropizar un mensaje, ni discriminar el elemento semántico, cuantificable y codificable, del elemento estético, ni aumentar el coeficiente informativo en razón de su imprevisibilidad, etc. Un sistema que se proponga racionalizar los procesos comunicacionales a escala antropológica necesita forjar, pues, la distinción categorial que suprima la equivocidad del término *información*. En vista sobre todo de las implicaciones sociológicas que se quieren aclarar aquí, proponemos que tal distinción entre tipos de interrelación se establezca por el coeficiente de comunicabilidad de los polos en presencia, lo cual arrojará como resultado el que la *información* pueda asumirse como diferencia específica del género *comunicación*. Por coeficiente de comunicabilidad entendemos la carga potencial Transmisor-Receptor (T R) presente en cada polo del campo relacional; carga que ha de resultar tipificable e incluso cuantificable. (Un potencial T, por ejemplo, puede "efectualizarse" en presencia de un R específico, o en presencia de n-R de idénticas características, o de uno o n-R de características disímiles, o intercambiarse únicamente en dirección al R T de donde recibió previamente un mensaje, o funcionar como televo, etc. Un potencial R puede asimismo "efectualizarse" en presencia de un T específico, o de n-T iguales o disímiles, o intercambiar mensajes con un T R previamente convenido, etc., etc.). La distinción primaria será, de todos modos, aquella que establezca estos tres coeficientes básicos de comunicabilidad:

- T (sólo transmisor);
- R (sólo receptor);
- T-R (transmisor-receptor).

Esta tipología tiene la ventaja de aplicarse tanto a la "comunicación" de nivel completamente mecánico como a la de nivel totalmente cogitativo, más todos los casos intermedios. Pero ella excluye toda posibilidad de aplicar el concepto de *comunicación* a las relaciones de nivel cibernético (donde sólo puede haber reciprocidad de informaciones-estímulo y no "diálogo"), mientras admite el uso de ambos términos, *comunicar* e *informar*, cuando la bipolaridad se establece entre entes racionales no-mecánicos. En este nivel

inter-racional *comunicación* definirá el intercambio de mensajes con posibilidad de retorno no-mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad (R-T), e *información*, el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no-mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente. De este modo, el término de *información* connotaría la principal diferencia específica de la *comunicación*: es decir, aquella relación que se establece entre polos con bajo coeficiente de comunicabilidad. Una teoría de la información a nivel antropológico se inscribiría, por consiguiente, en una Teoría general de la *Comunicación* como el importante capítulo destinado a analizar la transmisión, entre entes racionales y/o artificiales, de mensajes unilaterales o sin canales de retorno; lo cual, además de amoldarse dócilmente a una realidad tecnológica que ha decretado el predominio de los medios unilaterales de transmisión, abre una nueva perspectiva en todo el ámbito del con-saber. Esta teoría general de la comunicación, en efecto, puede formalizar y sintetizar, a largo plazo, aspectos básicos del con-vivir que ya no soportan la mutua segregación (los educativos y los de la moral del grupo; los de la información y de la publicidad; de las relaciones humanas y de la sociología del saber; de la comprensión de la obra de arte y de la política, etc.), constituyéndose en meta-lenguaje de todas las ciencias que tienen por objeto al hombre como ente dialogante y social. Las siguientes definiciones tienden a ensanchar las perspectivas sociológicas de esta primera y sustancial distinción entre *comunicar* e *informar*

3

Con la expresión *medios de comunicación* no hacemos tanto referencia a los símbolos básicos adoptados por el hombre para significar, expresar y comunicar el saber (los lenguajes), sino concretamente a los canales artificiales empleados para vehicular tales lenguajes entre seres racionales transmisores-receptores. *Medios de comunicación* (en su más amplio sentido), serían, en efecto, todos los lenguajes significantes (que son, por de pronto, más convencionales que artificiales) y, en general, todo signo capaz de excitar a un receptor vehiculándole un sentido o significado: los del lenguaje hablado, los del lenguaje visual, etc. Pero función primaria de todo signo o significante es la de "hacer

referencia a" un concepto significado, y subsidiariamente la de comunicarlo. Un medio de comunicación, en cambio, no tiene otra función que la de "transportar" materialmente signos previamente convenidos en un contexto simbólico que antecede, como tal, a la elección del medio comunicante. La expresión "medios de comunicación" no pretende usurpar, en principio, enfoques propios de la semántica, sino que connota aquellos canales artificiales de transmisión que el hombre ha inventado para enviar a un receptor (en forma cualitativa y numéricamente más eficaz) mensajes significativos de cualquier naturaleza y expresados en cualquier simbología. Si la palabra, por ejemplo, es el signo-clave convenido para que un receptor evoque por asociación el significado que un transmisor le ha querido comunicar, el teléfono, la radio, el cine, un osciloscopio, la televisión, el telégrafo, etc., serán los medios de comunicación elegibles para vehicular óptimamente tal signo-clave al receptor. Todos ellos son artificiales porque: A) Hemos de reservar el atributo de "natural" sólo a los órganos aferentes-eferentes de la sensibilidad (que siempre ocupan los extremos de una relación de comunicación, aun cuando medien innumerables canales artificiales); B) Porque todos ellos implican una conmutación del signo original en clave mecánica, química, eléctrica, etc., como condición indispensable para su transporte a distancia. Un S O S enviado de relevo en relevo por señales de humo, luego por un tam-tam, captado por un mensajero que lo comunica telefónicamente a una estación telegráfica y finalmente difundido por una radioemisora, habrá sido conmutado a distintas claves por cada uno de los canales artificiales empleados en su comunicación (señales ópticas, acústicas, alámbricas, radiales, etc.), pero supondrá siempre: a) La inalterabilidad del significado original enviado a través de distintos sistemas de signos significativos; b) Un primer canal natural convertidor, ubicado en el transmisor, y un canal natural "interpretante", situado en el receptor (final o intermedio). Los signos o significantes son portadores directos de significados; los medios de comunicación son sus transportadores segundos. Con ello se sugiere evitar una cierta confusión en el uso de los términos (no hay, en rigor, un "lenguaje" de la radio, del cine, etc., sino un lenguaje de sonidos, de imágenes, etc., transportados y por eso coordinados sintácticamente, por la radio, el cine, etc.). Pero ello indica a la vez que algunos principios de la semiótica deben análogamente aplicarse al estudio de

los medios de comunicación, ya que ese segundo nivel de transporte está en capacidad de suscitar profundas transformaciones sintácticas, dilatando así la propia función significativa de los signos transportados, en lugar de facilitar simplemente su más amplia difusión. La combinación de signos iconográficos que el cine, por ejemplo, ha hecho posible, no obedece a las reglas de una sintaxis cualquiera: a la musical, a la poética, a la del vitral, del políptico, etc., o a la suma de todas ellas, como soñaron los primeros teóricos del cine. El surgimiento de un nuevo medio de comunicación sólo puede comportar una revolución en las coordenadas sintácticas de un sistema básico de signos, al aumentar y diferenciar la función significativa de los mismos. Desde que usamos el cine, "decimos" más con imágenes (ya que ellas "dicen" y significan más en este nuevo contexto diacrónico) que en cualquier otra época, aun cuando el signo empleado sea básicamente el mismo que conocían los hombres del siglo XVII, los medievales y aun los de Lascaux y Altamira. Las posibilidades, límites y peculiaridades típicas de un canal revierten sintácticamente sobre los contextos significativos que vehiculan. El proceso de "enmaterialización" en canal (sabiendo de antemano cuál de ellos nos disponemos a emplear) repercute sobre el "enciframiento" o codificación significativa del mensaje, pudiendo terminar, al límite, por imponerse a la misma fuente de sentido de donde emana la materia prima de lo expresable. Dicho llamadamente: la vieja hipótesis de que los límites de mi instrumental expresivo se traducen en limitaciones de mi capacidad cogitativa, debe ampliarse al conjunto *sentido-significado-comunicado*. Ahora son los límites y prerrogativas del medio comunicante los que inician la serie de prefiguraciones retroactivas: el modo de canalización, al imponer su código, predetermina a la vez el tipo de enciframiento o expresión significativa del mensaje; operación que, a su vez, puede predeterminar los caracteres y alcances de lo expresable. En este sentido, al menos, parece discutible la "neutralidad" de los medios de comunicación frente al sentido o contenido de un mensaje. Quede, pues, claro que, si bien entendemos por *medio de comunicación* el soporte material o artificial destinado al transporte de signos preconcebidos por el hombre, no hemos de olvidar por eso que el uso de tales medios revierte, por dilatación del coeficiente sintáctico, sobre la totalidad de los procesos signi-

ficantes (que es, posiblemente, la novedad más importante introducida por un análisis de la comunicación en los parámetros de la semiótica). Esto es: un medio de comunicación transporta un lenguaje, pero al hacerlo puede admitir una transformación de su sintaxis, ampliando en esa forma su poder significante. Así, pues, no todo mensaje o conjunto de significado, puede codificarse, o enmaterializarse para cualquiera de los canales disponibles, del mismo modo que no hay indiferencia de la cifra o signo frente a lo cogitado, vivido, etc., en la fase de su expresión. La función del medio de comunicación no es siempre y solamente apofántica, al menos en los casos en que el canal elegido presente límites infranqueables de codificación, o engendre de suyo la posibilidad de una novedosa disposición sintáctica de los signos vehiculados. (Ello indica, por de pronto, que la elección del medio comunicante no es una operación gratuita o sometible a burdos cánones utilitaristas. No tiene sentido, por ejemplo, elegir entre los medios prensa o televisión para enviar un mensaje, sólo porque tales medios lo vehiculan a distintos y más o menos densos sectores de la colectividad, pues el mismo mensaje adquirirá además significaciones o sentidos distintos según sea la sintaxis o medio empleado, produciendo así en el receptor diferentes interpretaciones).

El problema de las relaciones entre medio y sintaxis del signo revierte así en una compleja problemática semiótica, psicológica y sociológica que afecta el uso práctico de los medios de comunicación. Algunos de estos aspectos serán enfocados en capítulos sucesivos.

Los elementos aquí consignados abarcan la función comunicante en su generalidad, es decir, tanto la relación comunicacional propiamente dicha (o comunicación en sentido restringido), como de la información. Todos los medios relacionantes actualmente a disposición del hombre pueden utilizarse, en efecto, tanto para comunicar como para informar. Una definición de estas categorías se encuentra en los párrafos siguientes.

4

La expresión *medios audiovisuales de comunicación* requiere, a su vez, una definición, si no se quiere correr el riesgo de aumentar las ambigüedades antes enumeradas.

Así como no debe confundirse, en principio, medio de comunicación con signo, de la misma manera ha de connotarse un significado del término "audiovisual" específicamente diferenciado y exento de equivocidad. Designamos por medios de comunicación audiovisual los canales artificiales de intercomunicación que sólo pueden vehicular signos icónicos o acústicos directamente interpretables. La posible ambigüedad deriva de que, en un sentido genérico, todo simbolismo empleado por el hombre culto, normal y adulto es de tipo "audiovisual", puesto que la inmensa mayoría de los signos significantes requiere, para su interpretación un proceso final de estimulación por canales auditivos o visuales. Audiovisuales son, a la postre, todos los lenguajes y los conjuntos de significaciones, si sólo reparamos en la etapa final de recepción, cuando unos canales naturales (vista y oído) se encargan de recibir el estímulo significante y de enviarlo al cerebro, donde se producirá su interpretación. Si en cambio reparamos en los *medios* de comunicación, no todos resultan básicamente audiovisuales; y es aquí donde cabe diferenciar con exactitud. En esta etapa intermedia de transmisión, podemos teóricamente distinguir entre canales destinados a mediatizar exclusivamente la palabra (en todas sus formas), y canales destinados a vehicular sonidos en toda su extensión longitudinal y transversal (frecuencia y amplitud), imágenes fijas o diacrónicas (en desarrollo temporal), y estructuras audio-iconográficas cuya significación no es dada por la mera suma de signos auditivos y visuales. La escritura en todas sus claves, simbolismos o diferencias idiomáticas (y en todas sus formas de difusión: libro, prensa, etc.) es esencialmente vehículo de palabras-concepto. Los lenguajes sonoros en toda su extensión, los iconográficos temporales (que implican representación del movimiento y del devenir), y los de estructura audiovisual global, no vehiculan sino accidentalmente palabras-concepto, pero sí esencialmente conjuntos de signos de formación conceptual y extraconceptual (en que el segmento "semántico" o codificable se conserva en estado confuso con el segmento "estético" no encifrable), que requieren medio de comunicación *ad hoc*. En un sentido restringido, comunicación audiovisual sólo hace, pues, referencia al uso de medios apropiados para el envío de mensajes auditivos y visuales en toda su extensión (de lo visible, no sólo la palabra escrita; de lo auditivo, no sólo la palabra hablada). Falta indicar, para completar los detalles de nuestra definición,

que tales signos deben resultar directamente interpretables. El surco de un disco, un trozo de cinta magnetofónica, de película o de *video tape*, mientras sólo sean objetos destinados a la fijación y transporte de signos conmutados a claves mecánicas, eléctricas, etc., no son "medios de comunicación audiovisual" hasta concluir la etapa de retraducción final a la clave originaria de signos acústicos o visuales, que al entrar en la huella de los canales naturales del receptor resulta directamente interpretable. Sólo los llamaremos medios de comunicación cuando se hayan convertido en transmisión radial, cinematográfica, televisiva, etc., de acuerdo, pues, a una definición ni esencial ni material, sino funcional.

Como medios de comunicación que son, los canales audiovisuales confirman lo relativo a su función eminentemente sintáctica en la constitución de los procesos significantes que transportan. Justamente con ellos resulta ese aporte palmario. Utilizando una vez más el ejemplo del cine como medio propiciador de una nueva sintaxis de imágenes, cabe subrayar que gracias a él ha podido el hombre emplear el signo icónico para estructurar lenguajes visuales de tipo global. Antes de su descubrimiento, las posibilidades de un *discurso* visual eran ficticias o reducidas a simples conatos. Como bellos elementos sueltos, sin argamasa que lograra convertirlos objetivamente en estructuras con desarrollo temporal, las imágenes languidecían por faltar precisamente el instrumento sintáctico que movilizara el signo icónico haciéndolo susceptible de construir frases y discursos enteros. Sólo el cine, que era a primera vista un simple medio mecánico para ensamblar, fijar y transportar signos visuales, actualizó las virtualidades discursivas de toda imagen. Pero, como en todos los demás casos, el logro de una sintaxis específica no era la panacea de lo imposible. Aun equipado de un orden sintáctico, lo icónico (ahora como en su dilatado letargo precinematográfico), no logra significarlo todo. La significabilidad de la imagen sólo puede abarcar al objeto real físico (materia, formas de conducta), siendo en ello inferior al signo-palabra, cuyo grado de abstracción es omnisignificante. Por otro lado, el discurso visual no es, como en el caso del lenguaje hablado, un conjunto de signos de abstracciones. Sus componentes icónicos, tomados a nivel semántico (aunque no sintáctico), mantienen inalterada toda la plurisignificante ambigüedad de lo real. En

ese sentido, la imagen es el signo menos objetivo y más equívoco de todos, ya que remite a repertorios de "significata" que son la misma realidad reproducida de bulto, en su estado de puro caos de sentido preconceptual y prelógico. Tal modo de darse del signo iconográfico parece ser el responsable directo de que el interpretante o receptor produzca un tipo de comprensión básicamente *afectiva* (sólo posteriormente racionalizable); y este esquema de comprensión resulta favorecido por las condiciones especiales de recepción en que se ofrece hoy el mensaje iconográfico, según lo ha estudiado detenidamente la psicología. Si la imagen es, objetiva y estructuralmente, la mágica presencia de la ausencia, el pequeño milagro de una función animista que ha resistido el impacto de su fabricación mecánica, es en el aspecto subjetivo y funcional de su percepción y comprensión —donde se observa la movilización de todos los poderes simpatéticos (participaciones, identificaciones, empatías en general)— cuando recibe su consagración definitiva como lenguaje suprarrazional. Podrían llamarse "lógicos" o discursivos los medios de vehiculación de la palabra o de repertorios de signos de extracción conceptual; "alógicos" o "representativos" los medios de vehiculación de lo audiovisual o de repertorios de signos extraconceptuales, tanto en razón de lo objetivamente transportado (*lógos* en aquéllos, *eikón* en éstos), como en razón de su comprensión por parte del receptor-interpretante (racional allá, emocional aquí). Si en gracia de la brevedad pasamos de estas pocas premisas a sus últimas consecuencias prácticas (que serán recogidas luego), no se dejará de observar que medios de características semánticas y sintácticas tan peculiares están forzosamente llamados a motivar *patterns* psicosociológicos de especiales características. El término de "*iconósfera*" (empleado por primera vez por Jean Wahl para señalar la omnipresencia de la imagen en el horizonte del hombre contemporáneo) define a cabalidad un *factum* cultural determinado por el uso masivo de lenguajes visuales, *factum* que no debemos asumir como un obvio e intrascendente eslabón del progreso tecnológico. Detrás de esta "civilización de la imagen" (fórmula de tanto éxito en los últimos años), hay una "cultura de la imagen" o, al menos, una cultura en estado virtual derivada en civilización por obra de agentes y factores sociales determinables con cierta precisión. Aplicando la clásica distinción de lo objetivo y lo formal, del contenido y del acto, Cohén-Séat ha propuesto hace años un análisis por separado del "hecho fílmico" (el contenido de

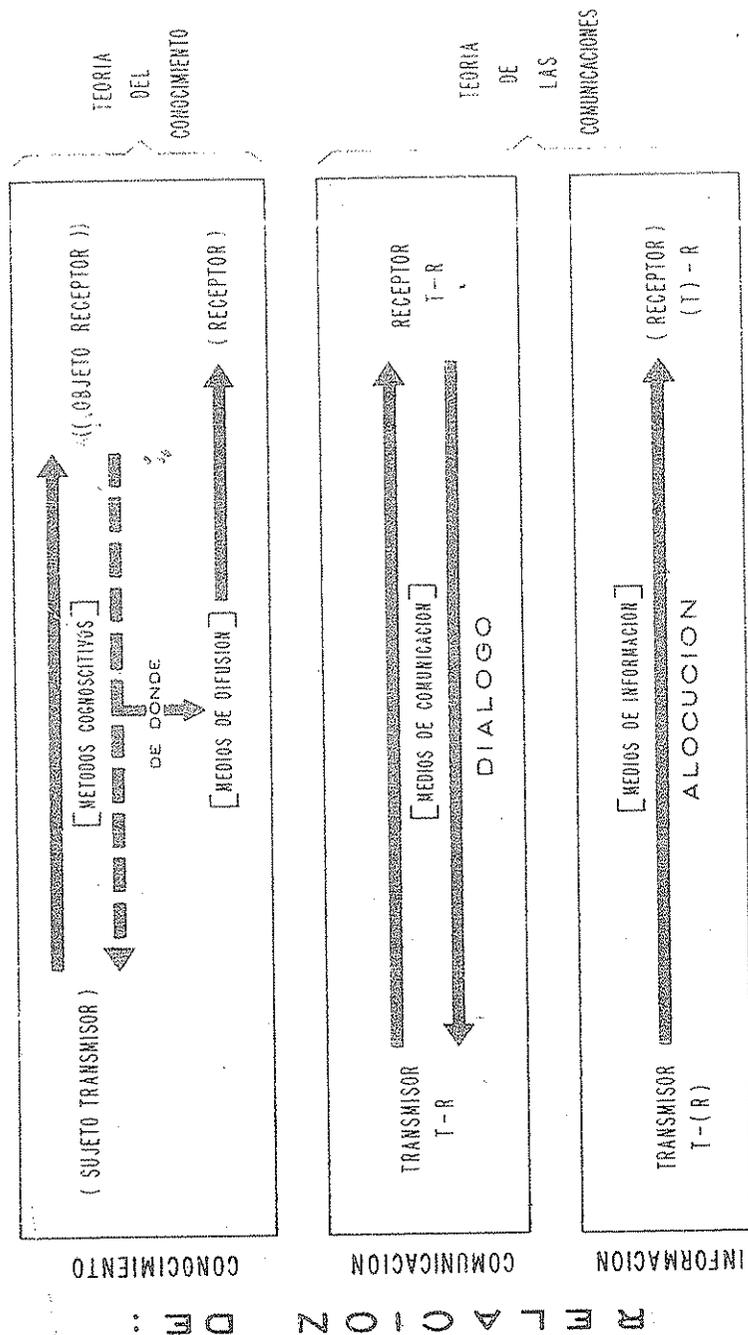
la expresión visual), y del "hecho cinematográfico" (el acto de expresar visualmente y su función comunicante). Si el primero de tales aspectos (referible a la personalidad del artista creador o, en general, a un tipo de comprensión de lo real), sólo admite un discurso estético y psicológico, el segundo, por plantearse en el nivel de la intersubjetividad y por evidenciar novedosos aspectos en la problemática de la intercomunicación humana, justifica enfoques semánticos, psicológicos, etc., sólo si éstos convergen en una perspectiva sociológico-cultural, que es la que otorga pleno sentido a fórmulas como "hecho cinematográfico" y similares.

Cabe señalar, finalmente, que entre los distintos medios audiovisuales de comunicación masiva, un criterio eminentemente cuantitativo y distributivo permite reducirlos justo a la radio, el cine y la televisión.

5

Proponemos reservar el término de *información* tanto al proceso de vehiculación unilateral del saber entre un transmisor institucionalizado y un receptor-masa, como a sus contenidos, y sea cual fuere el lenguaje o el medio empleado. Defendemos de buena gana esta definición, pues con ella queda reducido el fenómeno (a partir de sus numerosas implicaciones), a dimensiones sociológicas que son las que realmente tiene, y fijada con precisión terminológica la diferencia entre "comunicación" como diálogo e "información" como alocución.

En el conjunto de las estructuras relacionales que incluyen una *res cogitans* en uno de sus extremos, pueden diferenciarse al menos tres modos de la bipolaridad, los cuales definen netamente sendos tipos de relación: la de *conocimiento*, la *comunicacional* y la *informativa*. Si adoptamos definitivamente los términos de *transmisor* y *receptor* para designar los dos polos de la relación, obtenemos el siguiente esquema:



5-A) En la relación de conocimiento, el término "receptor" (puesto en doble paréntesis) es un eufemismo que indica, en realidad, el objeto, lo conocido, el término *ad quem* de la relación misma, mientras que "transmisor" es empleado para señalar al sujeto cognoscente. Aun cuando en una relación de conocimiento no hay, pues, auténtica bipolaridad del tipo intercomunicacional, el sujeto cognoscente no deja de actuar, en una perspectiva trascendental, como cosa pensante que va al encuentro del objeto equipado con "formas de conocimiento" las cuales funcionan a manera de enfoque; y ello viene a ser una manera de "transmitir" algo al otro término de la relación, mediante una operación que en ciertos contextos filosóficos se connota con la expresión literal de in-formar. Ese algo transmitido a la cosa a in-formar, que le otorga sentido y la convierte justo en objeto, "rebota" luego del objeto mismo ya convertido en "conocimiento-del-objeto", es decir, con contenido. En toda relación de conocimiento hay, pues, formas más o menos embrionarias y analógicas de transmisión, tanto si se pone el acento en la recepción de formas por parte del objeto conocido, como si se acentúa la recepción de intuiciones sensibles por parte del sujeto cognoscente. Sin necesidad de recordar —y tal vez forzar— la concepción hartmaniana de lo "transinteligible", ni las doctrinas de Jaspers acerca de una metafísica como interpretación del misterio en cifra, nos limitaremos a señalar que entre los conatos formalizadores de la cibernética, figura una interpretación del quehacer filosófico y científico como "recepción" y esfuerzo descifrador de "mensajes" recibidos por el pensador desde la *terra incognita* de lo transinteligible. Lo que aquí interesa señalar es que el producto de toda relación de conocimiento (la científica como la poética) puede ser puesto a circular luego por cualquiera de los medios de comunicación de que dispone el hombre; los mismos que se utilizan para la comunicación o la información pero que, debido al uso específico, hemos de llamar en este caso *medios de difusión*. Repárese, sin embargo, en que tales medios ahora empleados para la difusión son derivados y *a posteriori*; no inherentes a la relación de conocimiento propiamente dicha (donde quedan sustituidos por métodos cognoscitivos), ni instrumentos directos de la misma, sino derivados y, en rigor, puramente contingentes. Entre tales medios de difusión cabe ubicar, por ejemplo, la literatura científica o artística, que

no debe por ello confundirse con la mera literatura de información.

El estudio de las correlaciones funcionales entre totalidad histórico-social y relación de conocimiento propiamente dicha, corresponde a una sociología del conocimiento, que como tal debería formar capítulo aparte en una sociología general del saber y no confundirse con ella.

5-B) La relación de comunicación, o dialógica, es la única en que los términos de transmisor y receptor, así como la bilateralidad total de su relación y la producción por síntesis de un con-saber, cobran pleno sentido. Su descripción ha sido hecha en el § 2

5-C) Reservamos la expresión relación de información (según venimos proponiendo) a aquellas formas de la relationalidad en que transmisor y receptor pierden la ambivalencia propia del esquema comunicacional, reemplazando el diálogo por la alocución o paréresis. *Alocución* quiere indicar aquí el discurso unilateral suscitador de una relación de información, que es un *decir ordenando* sin posibles réplicas de la parte receptora (la *notificación* de Kafka y Heidegger). *Paréresis* (que derivamos del griego *parairéo*), connota muy exactamente —hasta el punto de justificar la licencia idiomática— el rasgo más peculiar de la alocución: la tentativa de sustraer, empequeñecer, adueñarse y alienar (al receptor), como función básica de un *decir ordenando que no admite respuesta*. La complementariedad dialéctica entre los dos polos de la relación comunicacional —generadora por síntesis de nuevas formas del con-saber—, retrocede ahora a un esquema asimétrico y predialéctico que ni siquiera es el antinómico, sino el de una simple relación de contrarios en que una de las partes siempre niega a la otra sin negarse a sí misma. "*Sin reciprocidad no hay alter Ego, puesto que el mundo del uno envuelve entonces al del otro, haciendo que uno de los dos se sienta alienado en favor del otro*" (Merleau-Ponty: *Phén. de la Perc.*). El receptor (piénsese concretamente, en un receptor de mensajes enviados por los grandes canales de información de masas) se halla aquí en la imposibilidad de convertirse directa o indirectamente en transmisor de una réplica dialógica, propiciando en el transmisor la esterilización progresiva de su potencialidad receptiva. Estamos ante el *factum* cotidiano de los *medios* de información que inutilizan por su propia naturaleza la doble virtualidad implícita en cada polo de la relación: de las dos

posibilidades alternativamente realizables en la comunicación, sólo una y la misma pasa a efectuarse siempre y con necesidad en la información, mientras que la otra queda relegada a la esfera de las posibilidades no futurizadas o imposibilidades. En ese instante, uno de los polos actúa siempre como transmisor, el otro como receptor. Tal imposibilidad de inversión inmediata de los polos, típica y privativa de la relación informante, reduce a tal extremo la alternativa de reconstruir sobre nuevas bases la relación biunívoca, que el canal empleado termina por funcionar como un *diodo*, con vector rígidamente irreversible. El impulso espontáneo del interpelado a convertir el discurso del interlocutor (*lógos*) en discurso doble o diálogo (*diá-lógos*), se arremolina en la frustración. La "voluntad de entender", ahora impuesta unilateralmente al receptor, se transforma de pacto en mandamiento; sólo queda alguien que se hace entender sin tener que entender al otro (el sordo transmisor), y alguien que sólo debe entender sin ser entendido (el mudo receptor), no por voluntaria renuncia, sino porque lo renuncian. El receptor queda emplazado a constituirse en pura conciencia absorbente, en *una mudex que sin embargo, se reconoce como mudex* (Sartre). Si la naturaleza es *cognoscible espontáneamente... y en su totalidad no puede callar*, las personas, en cambio, o bien *pueden callar y ocultar sus pensamientos. Y esto es algo distinto del mero hablar... es una manera activa de conducirse...* (Scheler), o bien pueden ser calladas y convertirse en pura pasividad, en incognoscibilidad espontánea del que no puede comunicarse. Su silencio es entonces inauténtico, por compulsión de la notificante paréresis. Ya no es el callar de quien, al estar realmente comunicado y por eso habilitado para convertir el "lógos" ajeno en "diálogo", prefiere, sin embargo, no hacerlo. *Sólo en el genuino hablar es posible un genuino callar... Pero callar no quiere decir mudo* (Heidegger). Del que no dialoga se ha dicho que nunca puede aplicar la lógica del *sí* y del *no*; y tal es el caso, justamente, del receptor de informaciones. El transmisor, consciente de los privilegios que le otorgan sus funciones de informador constitutivo, asume la arrogante postura del que dice algo, pero que sabe que su decir parerético es un "mandar a callar" al receptor reduciendo artificiosamente su coeficiente de comunicabilidad, enajenándole sus funciones expresivas y agigantándole monstruosamente las receptoras. Tras la máscara del 'uno para el otro' actúa un 'uno

contra otro' (Heidegger). Ahora el receptor es puro sistema aferente, cosa pensada, y sus facultades receptoras e interpretativas sufren de elefantiasis, como compensación al *no-poder-decir-nada* que es forzado a asumir. Cada vez que un medio de información nos contacta y subyuga, estamos ante un decir que nos acalla. (*No crea —dijo Karl— que yo esté completamente en su poder; podría incluso ponerme a gritar. —Y yo te puedo tapar la boca... Tus esperanzas son infundadas... Kafka, América*). Es la salud del transmisor por enmudecimiento y aniquilación del receptor; el plúmbeo lastre de formas del saber manipuladas y enviadas por canales de una sola vía, que frenan el impulso a la dialogación. La capacidad hiperinterpretativa, la auscultación cuasi mágica de la paréresis, y la histérica hipertrofia conjetural (tan perfectamente simbolizada por el kaskiano K... de *El Castillo*), son altamente sintomáticas de las estructuras sociales en que el factor información priva sobre la comunicación o diálogo. Si en la relación de comunicación la bilateralidad admite una selección y control mutuos de los medios comunicantes, en la relación unilateral de información el control, selección y uso de los medios informativos pasan a ser prerrogativas absolutas del agente transmisor, convertido en élite institucionalizada para el desempeño de esa función.

Muchos aspectos aún indefinidos en nuestra concepción del hombre contemporáneo, muchos puntos oscuros en sus grandes esquemas comportamentales, pueden admitir una racionalización gracias al uso de categorías como las de comunicación e información. Esta última, de la que hemos visto engendrarse conceptos como alocución, paréresis, notificación, unilateralidad comunicacional, enmudecimiento del receptor, etc., parece tener por sí sola suficiente fecundidad como para convertirse, pese a su aparente sencillez, en una de las categorías más operantes para la comprensión de muchos fenómenos sociales contemporáneos.

La única transmisión posible de mensajes entre complejos mecánicos o electrónicos es de pura información "epitáctica" o causativa en su más bajo sentido. Cada polo está previamente habilitado para enviar un número de mensajes rígidamente codificados en su pura acepción semántica, o para recibir e interpretar la clave de una información-estímulo, destinada a desencadenar una respuesta mecánica como único "reflejo condicionado" posible. Un científico o un pensador no establecen con el mudo objeto (concreto

o abstracto) de sus investigaciones, ni una relación de comunicación ni mucho menos de información, sino una escueta relación de conocimiento. Cuando el otro polo de la relación es *inter-locutor*, éste nunca informa, sino comunica en condiciones básicas de igualdad. Sólo se alcanza el nivel puramente informativo cuando el receptor, aun conservando virtualmente sus posibilidades interlocutoras, las pierde prácticamente debido a la presencia de medios que impiden técnicamente su actualización. Cabe insistir en la conservación, por parte del receptor, de la facultad de dialogar *como pura posibilidad nunca llevada a efectación* (como una con-posibilidad no futurizable, en terminología indeterminista). Este rasgo, que podría expresarse con el símbolo (T)-R, impide confundir la relación energética hombre-naturaleza con la relación de información. Allá, el objeto-receptor se halla esencialmente desprovisto de poderes transmisores; aquí, virtualmente provisto pero efectivamente inhabilitado para actualizarlos. Ello no obsta para que toda relación de información encubra un conato del transmisor destinado a petrificar al receptor en estado de cosa, y que toda alocución o paréresis sea un esfuerzo, más o menos logrado, para convertirse en instrumento de una relación más energética y utilitarística que comunicacional, a expensas del receptor.

5-C-a) El receptor de una información no limita su pasividad al registro automático del mensaje recibido. Aun prescindiendo de la más o menos oscura conciencia que de tal situación pueda tener, ésta configura, desde un punto de vista moral, el esquema del acto involuntario, tanto por la enajenación de la causa eficiente y final como por la predeterminación de los medios. Un receptor es forzado por el transmisor, quiéralo o no, a entrar en la relación de información y a injertarse, a pesar suyo, en un esquema teleológico con el cual no coincide necesariamente. (La "libertad de información" es una irónica *contradictio in adjecto*, ya que sólo connota la libertad del informador). Está en la obligación de someterse al uso de medios informativos cuya elección se ha efectuado al margen de su poder deliberativo; tales medios se imponen, en abstracto, por principios de economía en la subdivisión del trabajo, pero son concretamente elegidos y manipulados por el agente transmisor. Es invitado al banquete de una espuria intercomunicación, pero obligado a representar el papel del convidado de piedra. Todo ello sumido en un riguroso dete-

minismo social, siendo quimérica la pretensión de quienes aún consideran factible el que podamos sustraernos a la relación de información, para conservar la libertad de la ataraxia y de la autarquía. Coacción, necesidad, compulsión y transcendencia hacen de todo hombre-masa un receptor de informaciones, y de todo receptor un sujeto no deliberante y violado. Tal involuntariedad subsiste, a nivel ético, tanto si el individuo receptor actúa inconscientemente, como si busca el sometimiento y la masificación.

5-C-b) Psicológicamente hablando, la pasividad del receptor de informaciones presenta todos los síndromes de la frustración. Cuando en la relación unilateral predomina un contenido de "difusión"; es decir, cuando ella vehicula el producto de una relación de conocimiento (científica o poética), la situación no suscita en el receptor la necesidad de réplicas inmediatas, y pasa sin estridencias. El receptor es aquí quien proyecta recibir y callar. Si la relación de información no contiene elementos predominantes de difusión; si ella funciona *doxísticamente*, vehiculando impositivamente opiniones, interpretaciones, noticias, etc., de las cuales intuimos vagamente el papel motivador, tales contenidos suscitan en el receptor deseos vehementes de interlocución dialógica inmediata, pronto ahogados y derivados a la frustración por la mudez que caracteriza al receptor. En las sociedades de mayor desarrollo cultural y político, dichas frustraciones no llegan acaso a producir represiones colectivas profundas; la relación de información no es allí predominante o admite que individuos de distinta extracción tengan libre acceso a su uso. En este segundo caso, diferentes reacciones y tomas de conciencia se constituirán en normales válvulas de escape a muchas tentativas de condicionamiento, restableciendo, aun indirectamente, la bilateralidad típica del esquema comunicacional. En las sociedades culturalmente subdesarrolladas y sometidas a un híbrido monopolio económico-político de sus medios de información, nadie tiene legítimo y libre derecho de apelación (o, si lo llega a tener, una cortina de silencio hará inoperante el esfuerzo), configurando un monstruoso cuadro de frustraciones y represiones colectivas. En estas circunstancias, la transmisión a un receptor de mensajes que deberían correr por los canales normales de la comunicación y el diálogo, pero que son forzados a irrumpir por los conductos unilaterales y motivadores de la información, constituye la más sutil de las

inmoralidades comunicacionales. (Por ejemplo, un "diálogo" político entre miembros de una *élite* gobernante, televisado ante una colectividad más o menos privada de sus derechos políticos, constituye un grotesco *ersatz* de relación comunicacional, una ilusoria válvula de escape utilizada por quienes han bloqueado los verdaderos canales comunicantes, para la gran frustración colectiva). En realidad, tal paliativo sólo abonará a largo plazo el proceso de *refoulement* capaz de comprimir el trauma hasta un punto explosivo. La frustración por mudéz del receptor de informaciones es básica. De ella se desprenden todos los demás rasgos incluidos por la literatura científica bajo el rótulo de "idiotez psicológica": el pensar y actuar por estereotipos, la admiración atontada por los exponentes de la *élite* informadora o por su mitología, el dejarse recetar una personalidad, ciertas aspiraciones e incluso los "tranquilizantes" para evadirse del estado de mudéz, etc.

5-C-c) Sólo por medio de una hermenéutica comunicacional (con todas sus implicaciones semióticas, éticas y psicológicas que apenas hemos desbrozado y deliberadamente mezclado) es posible aislar la *información* como categoría sociológica de relación. Información sería, pues, el nombre que dentro de una sociología del saber asumiría la categoría de relación por causalidad (dependencia de causa y efecto), así como comunicación correspondería a la categoría de relación por la comunidad (acción recíproca entre agente y paciente). La necesidad de llegar por esta vía —o por otra cualquiera— a una definición terminológica de tanta importancia, es evidente. Nuestros propósitos tienden a centrar en el concepto de *información* todo esquema relacional de comunicaciones trucas, de estímulos dialogales sin libre respuesta, señalando que en esa relación nos hallamos cotidianamente sumergidos en cuanto "notificados" y causados por un agente transmisor.

Mención especial merece el hecho de que la específica situación originada por la relación informante (en lo que ella contiene de "extranjerización del hombre", de alienación, de incomunicabilidad, de inaccesibilidad, etc.); ha tenido sus primeras exégesis en contextos poéticos o existencialistas ajenos, en principio, a todo propósito de formalización directa de la subyacente problemática filosófico-cultural.

Sólo bastaría recordar, de los primeros, la subyugante hermenéutica de la incomunicabilidad del hombre y de la

inaccesibilidad de las *élites*, propuestas por el universo poético kafkiano. Tanto el Karl de *América* como el ya despersonalizado K... (la doble víctima de una imposible comunicación en *El Castillo*, y de una oscura e inaccesible justicia en *El Proceso*) son la expresión literaria más perfecta de la cosificación; del acoso de los notificantes ordenanzas y mensajeros; de la atomización y desvalorización del hombre-masa contemporáneo. Son los atraídos, vinculados y paulatinamente degradados por el inalcanzable ordenador; los enmudecidos; *los que no pueden comunicarse jamás con el informador*; las víctimas de la más irreversible unilateralidad comunicacional. Para un expediente sociológico de la incomunicabilidad y el anonadamiento del hombre-masa, el esencialismo y el expresionismo de Kafka constituyen, a no dudarlo, la indispensable pieza inicial y una fuente importante de sistematización. A la vez, los conceptos mismos de incomunicabilidad, degradación y violación del hombre-masa componen la clave comprensiva de toda la obra kafkiana, en cada uno de los símbolos y alegorías más importantes. Su poética de la informante y paralizante univocidad relacional (cuyo irrealismo alegórico encubre y revela a la vez una realísima y trágica situación humana, según lo ha demostrado Lukács), supera en forma incommensurable las episódicas expresiones plásticas y literarias de los muchos epígonos contemporáneos de la incomunicabilidad: las de una pintura informalista, de una poesía hermética, de una novelística a lo Camus, Montherland o Moravia, de un teatro a lo Beckett o a lo Ionesco, de un cine a lo Huston, a lo Antonioni, etc. En este sentido, (dicho sea de paso), la actualísima poética kafkiana se opone diametralmente —y se impone en razón de su misma "contemporaneidad"— a toda tentativa por expresar y revivir un universo humano todo abierto y comunicable (y por eso extemporáneo), como es el caso de un Thomas Mann, en cuya *Montaña Mágica* seres y cosas actúan como entes transparentes y penetrables, en estado de permanente disponibilidad para una comunicación dialógica siempre efectuable.

En cuanto a la segunda de las señaladas exégesis extra-sociológicas, ha de indicarse que la categoría de "información" constituye en cierto modo la traslación sociológica aquí propuesta de algunos conceptos forjados por el análisis existencial, justo de los llamados "existencialistas"; es decir, de aquellos con que la filosofía de la existencia ha intentado ofrecernos una hermenéutica ontológica del *estado de abierto*

en el hombre, especialmente en el aspecto del *cómo se es uno con otro*, etc. El más inmediatamente aprovechable y, a nuestro juicio, más exacto de tales análisis es el que ha expuesto Sartre en *El Ser y la Nada*, sobre todo en las páginas dedicadas a la existencia del otro, a las relaciones concretas con él y al poder de la subyugante *mirada*. Aun cuando Sartre, al proceder con categorías existenciales, es llevado a enfocar en términos de subyugación y enajenación a la totalidad de las interrelaciones humanas (el hombre sartriano es, en cierto modo, un guerrillero permanente de la convivencia), no habrá de parecer impertinente si, procediendo con categorías de una naciente teoría de la comunicación, nosotros aplicamos la descripción sartriana limitadamente a la relación unilateral de información, a la que parece adaptarse armoniosamente. (La polémica Sartre-Merleau-Ponty sobre la fundamentación de la intersubjetividad recibiría, en esta perspectiva, un primer ajuste. "*En realidad —M.-P.: Phén. de la Perc.— la mirada del otro no me transforma en objeto, y mi mirada no lo transforma en objeto, sino en el caso de que ambos nos retiremos al fondo de nuestra naturaleza pensante, si nos convertimos ambos en mirada inhumana, y si cada uno siente sus acciones, no ya asumidas y comprendidas, sino escudriñadas como las de un insecto. [Tales miradas] se sustituyen siempre a una comunicación posible*". La existencia del otro según una *ratio cognoscendi* que es básicamente la *paridad* de la relación comunicacional, no sería negada por, ni negaría, la posibilidad de una degeneración en la *disparidad* de la relación de información). Es justamente el análisis sartriano de la *mirada* enajenante del "otro" el que puede utilizarse, con directa analogía, para describir a la información como categoría básica de la relación sociológica. Aquí, la presencia de un "medio" alocutorio, monovalente y a-dialógico, deriva en una serie de consecuencias éticas, psicológicas y sociológicas que asimilan las condiciones de nuestro "receptor de información" a las del "mirado" sartriano. La analogía se establecería, entonces, en el doble plano existencial-comunicacional, entre transmisor-informador con mirante-para sí, y receptor-informado con mirado-para otro.

En su condición natural, el *otro* es, para Sartre, un objeto, para mí en el mundo, en estado virtual confuso. Pero el surgimiento de su *mirada* hacia mí produce esa conversión radical del otro que le hace escapar a la objetividad. Ahora

el otro es sujeto como autor de una acción, el mirar, de la que yo soy el objeto: un para-sí alienado por y para el otro. El otro es, pues, *aquel que me mira*; sus órganos de la visión sólo son *soportes de la misma*; y esa mirada, al tener yo conciencia de "ser mirado", me subyuga y desconecta del mundo. La mirada del otro produce, pues, tanto mi propia enajenación como la del mundo que yo había organizado para mí. Todo lo que era antes un *para mí* se convierte en estructura *por y para otro*. Entonces, *el otro se sitúa ante mi libertad como una propiedad dada de indeterminación*; el esquema que el otro se hace de mí *me alcanza en el corazón de mí mismo*, y aunque el desconocimiento de lo que el otro me obliga a asumir me produzca vergüenza, odio o temor, *no ceso de asumirme ciegamente como tal, ya que no conozco lo que asumo; lo soy, sencillamente*. La situación se me escapa, es ya *para otro*; soy *ser-en-medio-del-mundo-para-algún-otro*, constituido como algo indefenso por una libertad que no es la mía; soy esclavo en la medida en que me muestro a otro, como objeto de valores que vienen a calificarme sin que yo pueda obrar sobre esa calificación; estoy en peligro, y ese peligro no es un accidente, sino la estructura permanente de mi *ser-para-otro*; soy un ser totalmente enajenado en todas sus posibilidades. Por la *mirada del otro*, me siento vivir coagulado en medio del mundo, como en peligro, como sin remedio. No sé quién soy ni cuál es mi situación en el mundo, ni qué aspecto presenta para otro este mundo en que existo... La *mirada ajena me llega a través del mundo*, y no es solamente transformación de mí mismo, sino *metamorfosis total del mundo*... En la *mirada*, la muerte de mis posibilidades me hace experimentar la infinita libertad del otro.

Si bien esta descripción resulta inaplicable, tal y como es dada, a la relación de comunicación (pues allí tendría que desdoblarse y aparecer, anulándose, en ambos polos interlocutores), ella puede aplicarse, por expresar integralmente la unilateralidad, a la relación de información. ¿No se adaptan acaso los atributos de esclavo, de enajenado, de peligrando, de ser-para-otro, de coagulado en y desconectado del mundo, de calificado, de objeto en propiedad, de sin remedio, etc., a una descripción del receptor como término irreversible de una relación de información? ¿No es la *alocución del informador, análogamente a la mirada sartriana, lo esclavizante y enajenante*, lo que me alcanza para calificarme y valorarme,

lo que me coagula en un mundo para-otro? ¿No es el *informador* o transmisor el mismo *otro*, el *para quien yo soy*, el acaparador de toda la libertad posible a expensas de la mía, el contralor y soporte de la mirada, el que me convierte en propiedad y me solidifica en un mundo para él? Si el *otro es el infierno y quien hace la parte del diablo* (según recuerda Sartre con frase de Gide), ¿no es entonces el informado, notificado o mirado el auténtico súcubo en esa relación donde sólo hay una mirada-que-dice-ordenando y que no admite respuesta?

A la unilateralidad en el plano comunicacional corresponde así, para la información, un esquema de coacción en el plano moral, de frustración en el psicológico y de enajenación en el existencial. Queda por realizar un enfoque sociológico de la relación de información, cuyas grandes líneas son ahora fáciles de prever. Un esquema de naturaleza tal que otorga insospechados privilegios al agente transmisor (de ser el único con derecho de palabra, de ser el notificante no-oyente, el que frustra o coacciona), sólo puede prestarse, en la realidad histórico-social, a corrupciones de toda naturaleza: primera entre todas, la que consiste en eliminar de una sociedad los remanentes focos de relación comunicacional, sustituyéndolos con un sistema capilar de canales informativos totalmente controlados. Pero un desarrollo sociológico del concepto de información requiere el esclarecimiento de otras cuestiones previas.

6

¿Qué parte corresponde actualmente, en la inter-comunicación del saber, a las formas básicas de la comunicación propiamente dicha (diálogo, *paideia*, escuela, etc., con todos sus correspondientes medios de difusión), y a los medios de información, máximamente los audiovisuales? ¿Cuál de esos esquemas comunicacionales resulta hoy más operante, sobre todo en el sentido extensivo y cuantitativo de una cultura popular, o de fenómenos específicos como las ideologías colectivas, la opinión pública o los patrones de conducta? En este esquema de la comunicación-difusión-información (que podemos tipificar con el tríptico: *diálogo-libro-televisión*) hay complejos y oscuros problemas en que la semiótica, la psicología, la sociología, la ética y otras ciencias cuyo objeto común es el con-saber, mucho tienen que aclarar aún.

66

Hay, por de pronto, una clara relación descendiente de alejamiento entre transmisor y receptor, que va de la inexistencia de canales artificiales intermedios (diálogo personal), hasta la máxima utilización hoy admisible de los mismos (la información sometida a un mayor número de conmutaciones y dirigida impersonalmente a las masas). Hay, por consiguiente, una conversión progresiva del diálogo en paréresis, de la comunicación bilateral en información unilateral, que produce una pérdida progresiva en la posibilidad de obtener nuevas formas del saber por vía de síntesis, ya que en las capas inferiores la confrontación dialéctica queda bruscamente interrumpida, y el saber canalizado en un solo sentido. El esquema encierra, posiblemente, una jerarquía de valores: más calidad y especialización-menor extensión, en la capa superior; menos calidad-mayor extensión, en las inferiores, acompañadas por un grado descendiente de irracionalidad y uno ascendente de racionalidad, y asimismo, por matices progresivos de univocidad-equivocidad, sinceridad-sofisticación y altruísmo-egoísmo. Mas la pregunta básica es, para nosotros, la que interroga por la función de cada medio comunicante en la constitución de una cultura popular o de masas. Si el diálogo espontáneo y, en rigor, todos los medios de difusión del saber siguen funcionando como mecanismos básicos en la creación de un saber por negaciones, aportes, síntesis, etc., entre las élites culturales, ¿no corresponderá la masificación de las ideologías sólo a aquellos medios que renuncian a la bilateralidad en aras de la multiplicación y aplanamiento del polo receptor? Con eso queda introducido un nuevo concepto, el de *masa*, que requiere una definición.

7

Para derivar la definición de *medios de masas y de masa* (que son conceptos sociológicos), de las categorías comunicacionales hasta aquí enunciadas, hemos de dar plena vigencia al postulado básico de que existe una implicación funcional entre medios de comunicación dominantes y un tipo de totalidad social. De él se desprende la posibilidad de tipificar sociológica y culturalmente a una colectividad en función del grado de desarrollo o atrofia en los medios comunicantes de su saber. La novedad metodológica reside aquí en el intento de derivar categorías sociológicas de conceptos y formas comunicacionales. Si pretendemos que así sea, y si con el término de "masa" estamos propiamente

67

tipificando a una estructura social, hemos de concluir que una "sociedad de masas" surge del predominio (espontáneo o impuesto), de un tipo de comunicación del saber sobre otro, y no a la inversa. El género predominante es aquí, sin duda alguna, el de la *relación de información*. Ella funcionaliza a una estructura social en el sentido de la masificación; por lo cual es posible distinguir a una sociedad de masas cuando entre sus miembros privan relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación. He allí, pues, la implicación sociológica buscada: *el predominio de la unilateralidad comunicacional (información), determina una masificación de los receptores*. La alocución o "mirada" enmudecedora del transmisor no se limita a convertir al receptor en un para-otro y a alienarle su mundo, sino que, al truncar su potencialidad dialógica y al enmudecerlo como interlocutor, puede dirigirse indiferentemente a uno o a *n* receptores. Al establecer una igualdad de tratamiento, al ser *una-para-todas* ella tiende, en una dimensión temporal, a uniformar, alienar y masificar. La mutua convergencia hacia un solo vértice (el notificante transmisor), produce de reflejo relaciones horizontales de igualdad entre receptores, cada uno de los cuales queda atómicamente convertido en unidad-unificada, en *uno-de-tantos*, cuyo valor no depende ya de criterios cualitativos, sino estadísticos y probabilísticos (...Ellos formaban una especie de bloque, del que no se hubiera podido destruir a uno de ellos sin destruir a los otros. Realizaban una cohesión que casi no se puede obtener en general sino con la materia muerta. Kafka, *El Proceso*). Si la relación comunicante y dialógica conserva y exalta la diversificación personal entre receptores, la relación de información tiende a anularla, petrificándolos y masificándolos (*Frieda volvió a alzar el látigo. 'En el nombre de Klamm —exclamó—, ¡al establo, al establo todos!' Kafka, El Castillo*).

Sólo la relación de información admite, pues, en rigor, el uso de la expresión *medios de masas*, pues sólo la preponderancia de interrelaciones informativas resulta masificante. A la relación de comunicación, limitada como está al nivel del diálogo entre polos bivalentes, repugna el uso de tal expresión. Información y medios de masas, en cambio, resultan funcionalmente implicados. Si en la relación unilateral de información es indiferente la presencia de uno o "*n*" receptores, se producirá en ella, por gravedad, una ley mecánica de la mínima acción, que se traduce en una tentativa cons-

tante del agente transmisor por alcanzar, con cada alocución, a la masa entera de los receptores.

Medios de información de masas serán, de acuerdo con lo anterior, los canales artificiales de comunicación cuando vehiculan unilateralmente alocuciones o mensajes de tipo *omnibus*. Si toda información es masificante, es porque su carga de significaciones tiende a estabilizarse en el nivel del *uno-para-todos (omnibus)*; es decir, de lo impersonal en sus contenidos para no tener que ser selectiva en sus alcances. Ya que el receptor no es ahora un interlocutor sino uno-de-tantos mudos oyentes y videntes, huelga su selección por personas, estructuras sociales parciales, niveles y esferas culturales, lugares o situaciones, tal como sucede —siempre y necesariamente— con la comunicación y la difusión del saber. La alocución informativa sale disparada sin apuntar al blanco, porque siempre dará en él. Ella es el mensaje *urbi et orbi*, cuyo otro rasgo distintivo de importancia es una *mediocridad* de contenido y forma necesaria para su universal interpretación. Esta medianía o mediocridad se establece en múltiples niveles: del contenido, por su reducción de todas las formas del saber al lecho de Procusta de lo omnicomprendible; de la depreciación del receptor, por amortiguar o inutilizar en él la función selectiva; de la degradación y vulgarización de lo sublime, por exceso de difusión, usos irreverentes o desgaste; del ritmo o escansión vertiginosos impresos a los mensajes, que instauran en el receptor una pérdida progresiva de sensibilidad acompañada de un obsesivo eretismo por lo novedoso (y que produce de reflejo lo que algunos autores llaman la *obsolescencia* de todos los valores, por saturaciones progresivas y pérdida de vigencia de los estímulos, etc.). Pero esa *mediocridad* del para-todos no es, ni de lejos, "objetividad". Este término, que engalana al de "información" con sospechosa frecuencia, es la falsa connotación bajo la cual esconde una cultura de masas el subjetivismo interesado del agente transmisor. Una objetividad auténtica, como de un saber hablar y de un saber escuchar, pulverizaría en su esencia a la unilateral información (que es siempre *doxística*), y resultaría suicida para el transmisor. El envoltorio de digestiva "objetividad" que recubre la alocución, esconde los ingredientes de una parcialidad *incontestable* por el mudo receptor, pero altamente saludable para el informador. *La falsa objetividad no es más que defensa propia de la existencia empírica egoísta. Su aparente objetividad se convierte*

en radical subjetividad (Jaspers). Cuanto más francamente [objetivamente] gesticula [el informador], tanto más inapreciable y disimulado es, pero tanto menos es también una nada (Heidegger). En cuanto a mediocridad, la correspondencia entre categorías comunicacionales, existenciales y sociológicas se hace una vez más patente. Heidegger habla de una "cotidianidad" en que el impersonal *man* (el "se" del *se dice*), habla por niveladores "términos medios" y, al hacerlo, produce un aplanamiento de posibilidades. Aun cuando la impersonalidad del "nivelador" sea sociológicamente objetable (y en eso insistiremos más adelante), el análisis heideggeriano condensa a cabalidad los rasgos más típicos de la situación: *Todo privilegio resulta abatido sin meter ruido. Todo original, aplanado... Todo lo conquistado ardientemente se vuelve vulgar. Todo misterio pierde su fuerza. Esta preocupación del 'término medio'... es el aplanamiento de todas las posibilidades del ser. (Ser y Tiempo)*. El carácter básico del *para-todos*, típico de la información, eleva a la categoría de hábito social el estar ahí del receptor como objeto de una alusión impersonal, no especificado como término actual distinto de una comunicación, como abatido y aplanado. Entre el esclavo dialogante con Sócrates, que descubre atónito ser poseedor de un saber, *unus inter pares*, y el hombre-masa impersonalmente superinformado de hoy, que se sabe mudo e inoperante (como K... ante *El Castillo* o los jueces de *El Proceso*), media la diferencia que hay entre una sociedad abierta y una sociedad cerrada, entre comunicación e información. La información se pone y propone; enmudece, pues, al receptor, pero a la vez lo despersonaliza y "cualquieriza". Lo supone portador de instintos y sentimientos (cuantificables y condicionables), pero no de inalienables cargas de saber y voluntad. El informador objeta al sujeto-persona en su carácter de tal; su objetivación es una objeción que recrea la distancia o vacío interindividual anterior al con-ser. Al atomizarlo, cumple con el precepto práctico de dividirlo, masificarlo e insensibilizarlo para imperar sobre él. La alocución *descalifica* para *cuantificar* y hacer más viable su función "epitáctica" o imperativa. Ella tiende a saturar el ámbito total del con-saber, como si un *horror vacui* la impulsara a llenar todos los intersticios en los que pudiera brotar el germen de la desalienación. (*¿Que si hay oficinas de control? Hay solamente oficinas de control. Kafka: El Castillo*). Ella distancia para alienar, petrificar y anestesiar, pero no a la

manera de un acuerdo entre partes que renuncian mutuamente a ciertas prerrogativas individuales en favor de una personalidad colectiva, sino por despojo sin compensación en favor del incondicionado agente transmisor, que pasa a ser entonces el entendimiento y la voluntad del individuo-número; el receptáculo de todo lo cualitativo; el que piensa, siente y actúa por y en nombre del descalificado.

Se produce entonces una suerte de conmutabilidad o intercambiabilidad en este sistema de unidades uniformemente incomunicadas. El hombre masificado se siente parte prescindible y sustituible de un cosmos preordenado por el ajeno designio, renunciatorio ante la monstruosa personalidad enmudecedora (... *Luego continuó diciendo 'yo' cada vez que hablaba de mí... Pensé que eso significaba descartarme del negocio, reducirme a cero y, en un cierto sentido, sustituirseme. Camus: L'Étranger.—La costumbre es, aquí, que cada quien sustituya a todos los demás. Kafka: América*). La tentativa de individuación vuelve a perfilarse, esta vez sociológica y culturalmente, como el atentado criminal a un imponderable orden cósmico: hay que integrarse, y fosilizarse, o perecer (... *Era preciso evitar a toda costa hacerse notar, permanecer tranquilo aunque se experimentase la mayor repugnancia. Kafka: El Proceso.—En suma, el condenado se veía en la obligación de colaborar moralmente; era su interés el que todo marchara sin tropiezos... Camus: L'Étranger*). La situación trágica del personaje kafkiano (tanto en *América* como en *El Castillo*, en *El Proceso* o en *La Cueva*) ¿no estriba acaso en el ineludible carácter autolesivo de todas las actitudes defensivas, en la aceleración del desastre personal a cada gesto de salvaguarda, cual un engullimiento en arenas movedizas apresurado por las contorsiones del condenado? Entre los integrantes de la masa cunde el fantasma de la incomunicabilidad y el sentimiento de lo ineludible; no son copartícipes de la historia y ni siquiera auténticos testigos presenciales. Cualquier esfuerzo de relación afectiva, de simpatía o de amor por el otro (representado en Kafka por los personajes femeninos), se vuelve visiblemente inoperante y muere, siempre, en la indiferencia, en el alejamiento o desconexión, en la pérdida del correlato personal. Hay aquí un ser hecho en lugar de un hacer; una *passio* sin *actio*; un alejamiento espiritual de los demás y de sí mismos en proporción directa con la expansión de la coagulación masificante. Sólo aparece un último reducto apa-

rentemente inalienable, y es la reducción de la individualidad al grado inferior del solipsismo: al propio cuerpo, a la pura dimensión física personal. (*Largamente he permanecido mirando mis largas piernas / con ternura infinita y curiosa... / En mis pies cosquillosos, y duros como el sol, y abiertos como flores... / todo termina, la vida termina definitivamente en mis pies. / Lo extranjero y lo hostil allí comienza: / los hombres del mundo, lo fronterizo y lo remoto, / lo sustantivo y lo adjetivo que no caben en mi corazón, / con densa y fría constancia allí se originan... Neruda: Ritual de mis piernas*). Síntoma este —el de la reducción al nivel animal asocial— que, por su inmediata analogía con una de las consecuencias más características de la alienación por el trabajo, bastaría por sí solo para clasificar a la comunicante información entre los modernos agentes de la alienación misma, con una de sus más operantes reencarnaciones. (*El resultado es que el hombre se siente ahora libre sólo en sus funciones bestiales, en el comer, en el beber y en el engendrar, si acaso en poseer una casa, en su cura corporal, etc., mientras que en sus funciones humanas sólo se siente convertido en bestia* (obsérvese la analogía con la poética kafkiana). *Lo bestial se hace humano y lo humano se vuelve bestial*. Marx: *Manuscr. eco-fil. de 1844*). Cada quien es extranjero de todos en la “solitude à plusieurs”, pues la condición de extranjero es la del incomunicado por y ante lo hostil. (*¿En qué consiste, y qué tiene de desagradable? El peor inconveniente... digno de esclavos: callar su propio pensamiento*. Eurípides: *Las Fenicias*). Un solo y abismal sentimiento (traslación de la angustia existencial a los aspectos de la convivencia y del con-saber) va tomando dimensiones ónticas: el fastidio o aburrimiento, la náusea por el insípido y mediocre otro. Es la disolución de las unificaciones afectivas, hasta llegar a una simpatía siempre más distanciada y finalmente a la indiferencia de la que habla Scheler (*Esencia y formas de la Simpatía*). (*El hastío es, para mí, una especie de insuficiencia o inadecuación o rarefacción de la realidad; ... una enfermedad de los objetos consistente en un marchitarse casi instantáneo... El fastidio no es sino incomunicabilidad e incapacidad de superarla... y me pareció ser también la falta de relaciones conmigo mismo... la única persona en este mundo de la cual, por demás, no podía desahacerme*. Moravia: *La Noia*). La “ausencia” o indiferencia de un otro tan enmudecido y “coagulado” como yo, del

polo reflejante y tensional, me anonada. Mi yo personal, el de los demás y todo el contorno mundanal, se desintegran al relajarse la mutua apertura, que es un mutuo sos-tenerse o con-sistirse. Si el otro pierde sentido para mí, yo también pierdo el sentido de mí mismo: *no me sé siendo esto o aquello*; soy un aburrido y un fastidiado en inútil convivencia. (*Una consecuencia inmediata [de la alienación] es la de que el hombre se extraña del hombre... La alienación del hombre y, genéricamente, toda relación en la que el hombre se encuentra ante sí mismo, sólo se realiza y expresa en la relación en la que el hombre se encuentra ante los demás hombres*. Marx: *Manuscr. eco-fil. de 1844*). Situación de incomunicabilidad, como bien lo ha entrevisto Moravia, donde siempre es dado encontrar la presencia de un dictador, político o espiritual, que de la incomunicabilidad y de la unilateralidad ha hecho sus instrumentos sistemáticos de dominación.

(Uno de los más profundos símbolos kafkianos, casi desapercibido por los exegetas, resume poderosamente todos los señalados atributos de la humana descalificación por unilateralidad comunicacional: la alegoría del albergue. En las entrañas de inmensos hoteles, de pensiones aldeanas, de posadas y hospederías, ha situado Kafka los episodios clave de sus narraciones. Estos albergues kafkianos simbolizan la nueva morada terrenal de un hombre espiritualmente metamorfoseado y reducido a mudo individuo-número. Ellos representan la estancia inhóspita por artificial y la masiva alineación de lo anónimo y anodino; la incomunicabilidad entre individuos en estéril copresencia, siempre sustituidos y renovados; la convergencia de lo separado hacia un solo vértice común (patios, vestíbulos o ascensores); el amontonamiento de la colmena; el vivir una precaria y siempre violada intimidad; el experimentar indiferencia por los innumerables otros y el sutil agobio del sentirse extranjeros y peligrando en la maraña de imponderables escaleras, puertas y pasillos cuyos límites y sentido ignoramos. En estas pastosas colmenas de seres isovalentes (que simbolizan el artificio de la masificación), realizan los personajes kafkianos sus postreras tentativas de individuación, hasta su derrota en la metamorfosis o en la muerte).

[La expresión *medio de comunicación de masas* (*mass-communication*) contiene una flagrante contradicción en los términos y debería proscribirse. O estamos en presencia de

medios empleados para la comunicación, y entonces el polo receptor nunca es una "masa", o estamos en presencia de los mismos medios empleados para la información, y en este caso resulta hasta redundante especificar que son "de masas". Todos los canales artificiales hoy empleados para la "comunicación" con las masas silencian, por su propia estructura, al sujeto receptor y bloquean su capacidad interlocutora. Ellos facilitan, pues, *naturaliter* la relación de información, mientras que para la relación de comunicación en sentido propio resultan ser instrumentos harto inadecuados. No hay, por lo demás, relación de comunicación que masifique. La expresión a eliminar podría aún subsistir si el término "comunicación" aludiese claramente en ella al sentido generalizado del término, connotando a toda la región objeto de una teoría de la comunicación (tanto la comunicación en sentido restringido como la información). Tal como es utilizada, se presta más bien a numerosas ambigüedades. Una vez hecha la distinción entre "comunicar" e "informar", ella podría hasta interpretarse como un hipócrita encubrimiento de la vertiente informativa bajo el manto de un término ennobecedor.

8

De acuerdo con lo anterior, por *masa* ha de entenderse la totalidad social receptora de mensajes *omnibus*, es decir, la estructura social tipificada por un predominio de la información sobre la comunicación en sus esquemas transmisores del saber. Ella es la suma de los ya enunciados caracteres descriptivos y explicativos propios del receptor sumido en la relación de información. Una caracterización sociológicamente más explícita surge de una comparación con la estructura social opuesta a la de masas. Si con este término indicamos al grupo receptor de predominantes informaciones, ¿cómo habremos de calificar al conjunto de receptores-transmisores vinculados por medios comunicantes? La sociología ofrece dos términos: *comunidad* y *público*. Prefiramos el segundo, por razones históricas y de significado que no viene al caso exponer. W. Mills ha definido mejor que nadie los caracteres de una sociedad pública, al decir que ella se reconoce por la presencia de la libre discusión racional, del individualismo y de una *élite* responsable ante la base y no subyugante. Son éstas, a no dudarlo, algunas de las consecuen-

cias que la sociología puede desprender de un análisis de la relación comunicacional. Las otras, correspondientes a la relación de información o sociedad de masas, serían la contracción de la libre discusión a un grupo privilegiado, la presencia de esquemas standard de comportamiento y de una *élite* de "expertos" sin contacto con la masa, en funciones dirigistas e irresponsables ante la base. El propio Mills, quien está muy lejos de desarrollar una teoría de la comunicación, reconoce, sin embargo, que *es fácil distinguir al público de la masa por sus medios de comunicación dominantes (Élite del Poder)*, intuyendo así la existencia de implicaciones entre el nivel comunicacional y el social. Todos los caracteres diferenciadores que luego propone para distinguir entre público y masa, pueden fácilmente desprenderse, para nosotros, de los rasgos correspondientes a la relación de comunicación y de información; al transmisor como interlocutor y como notificado, etc., sin que en ningún momento cesen de corresponderse los rasgos de derivación comunicacional con los de raigambre sociológica.

El grupo uniformemente alienado de los receptores o irresponsables organizados que constituye la sociedad de masas, presenta rasgos muy peculiares en su conducta frente a la producción y consumo de bienes. El *para-otro* es aquí dramáticamente evidente: tanto los bienes materiales como los culturales tienen su fuente de producción en sectores que trascienden las masas, de donde emanan luego en la forma ya señalada. Cuando tales bienes son de tipo cultural, el informador es el encargado visible de vehicularlos, configurando lo que se ha dado en llamar con propiedad una cultura de masas.

9

Cultura de masas es el residuo de todos los mensajes *omnibus* vehiculados por agentes transmisores de información y sedimentados en el polo receptor, constituido por una sociedad de masas. (Donde no privan las relaciones de comunicación no hay, propiamente hablando, cultura de masas sino cultura *tout-court* en sus diferentes grados de desarrollo. El rasgo más característico de la *mass-culture* es su esterilidad a los fines de un auténtico con-saber, por tratarse, según vimos, de una vehiculación sin canales de retorno que reviertan dialécticamente al polo transmisor.) Sus demás caracteres

se desprenden por analogía de los atributos respectivamente asignados a los elementos de la serie informador-alocución-informado. Asentamos que la alocución era una "paréresis" o decir-ordenando de tipo alienante, no selectivo, uno-para-todos. Cultura de masas será justamente la sedimentación de formas del saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa por la omnipresente alocución; y lo que no responda a los caracteres de ésta no dejará residuos sociales que puedan agruparse bajo el rótulo de *mass-culture*. Si se acepta la distinción propuesta por Scheler entre formas tradicionales, semiinconscientes, intrascendentes y, en fin, estáticas del saber (*alma colectiva*), y formas del saber racionales, cambiantes, superiores y dinámicas (*espíritu colectivo*), la masificación de una colectividad de receptores de informaciones *omnibus* sólo puede equivaler a la exaltación y universalización de los componentes estáticos del saber; es decir, a una reiteración en círculo vicioso de las objetivaciones del alma colectiva (automatismos expresivos, mitos, lenguaje popular, costumbres, etc.), a expensas de un congelamiento o "coagulación" de la dinámica creadora propia del espíritu colectivo (lenguaje culto, derecho, arte, filosofía, ciencia, política, etc.). En este aspecto de una fosilización progresiva que sutaliza la capa dinámica del espíritu para engrosar la región de lo estático cultural, "cultura de masas" ha de entenderse como un eufemismo destinado a señalar el estancamiento tradicionalmente referido a las etapas de la civilización. Esta "cultura de masas" configura el momento actual en uno de los más grandes movimientos cíclicos de metamorfosis regresionistas que afectan por igual a las formas de vida y a las formas del saber. En esta metamorfosis de una cultura (o *espíritu colectivo*) en civilización o "cultura de masas" (*alma colectiva*), hay tanto de regresionismo a etapas más estáticas como en las grandes metamorfosis mitológicas de lo humano a lo animal o vegetal, o en las reales mutaciones geológicas por reabsorción de la biosfera en la litosfera. La masificación de una cultura representa, pues, desde el punto de vista del devenir cultural, un momento de metamorfosis involutiva dirigida, cuyo término hipotético y adialéctico sería aquella absoluta entropía cultural en la cual los agentes de la masificación aspiran precipitar al hombre-masa para hipostasiar su impotencia dialógica.

Vehículos para una cultura de masas no son, finalmente, ni los de la comunicación ni los de la difusión, sino escuetamente los de tipo *omnibus*, por la universal interpretabilidad de sus significados: la prensa y no la obra literaria o científica; la radio y la televisión en su puro empleo "informativo" y no el concierto, el teatro o la conferencia (dirigidos a una simple masa de presencia); el cine y los *comics* y no la exposición, la enseñanza o cualquier otra forma del saber que requiera esfuerzo de comprensión, ejercitación o "askésis". Si la alocución masifica por su *mediocridad* adaptable a cualquier edad mental, nivel del saber, etc., y si una sociedad de masas se caracteriza por la utilización de bienes de consumo *standard* (tanto los materiales como los culturales), una cultura de masas, que es la sedimentación de mensajes prefabricados a la medida de todos, será una ulterior uniformización de lo uniforme, o síntesis de los lugares comunes de una colectividad.

9-A) Una cosa ha de quedar muy en claro. Ningún aspecto de esta irreversible *cotidianidad* (determinada por las nuevas técnicas de comunicación), tendría suficiente peso específico para suscitar una problemática sociológica o moral, si se tratase de una ineludible y accidental contingencia histórica, de un inocente diezmo pagado por el hombre contemporáneo a la tecnificación del con-vivir y, sobre todo, si se tratase de una pura y anónima *espontaneidad* del con-ser, sin causas agentes identificables ni informadores institucionalizados. La cibernética insinúa que una alineación del hombre con la máquina es teóricamente posible en virtud de un común denominador: la *neg-entropía*, o resistencia de signo igual que ambos oponen a la desorganización, por ser elaboradores y receptores de informaciones, y por eso artífices de una creciente organización (aunque regional) traducible en términos de progreso. Es precisamente esta perspectiva cibernética la que justifica una sustancial problemática antropológica. Cabe razonablemente prever (a despecho de las predicciones más fatalistas), que tratándose de artefactos y de una información que es "alimentación" programática de máquinas, el hombre —como ente capacitado para el aprendizaje, la fabricación de instrumentos y el ordenamiento teleológico— pueda seguir ejerciendo indefinidamente sus funciones primarias de gobierno y control de los artefactos sometidos a su designio, por numerosos y complejos que ellos sean y aun en la hipótesis —ya avanzada por algunos—

de una posible "sociedad de máquinas" paralela a la humana. Un gobierno y control sectorial *por* las máquinas exaltará, pues, en lugar de degradar, las funciones imperativas y gobernadoras del hombre sobre la naturaleza y el instrumento mediador. Pero esta relación energética, "ofelimática" o de pura ventaja utilitarística con la máquina y lo inanimado, mediatizada por un control riguroso de las informaciones u "órdenes", ¿no se ha extendido progresivamente al ámbito de la interacción humana, justamente por la instauración progresiva de relaciones de información, es decir, mediante una instrumentalización del hombre por el hombre y un control unilateral riguroso de la información-orden? La cotidiana experiencia enseña que la moderna tecnología de las comunicaciones ha instalado al hombre en un universo en que el predominio de la información sobre la comunicación biunívoca es siempre más evidente; donde el incremento estadístico de los mensajes epítácticos viene hipostasiando los poderes hegemónicos del informador, donde progresa a ritmo acelerado una sutil "cibernetización" o tecnificación del hombre-masa gracias a la imposición de *patterns*, la coagulación del receptor en una aferente mudez y la "alimentación" de los individuos mediante "programas" destinados a la obtención de "rendimientos". El uso predominante de medios de comunicación más capacitados técnicamente para un empleo unilateral e informativo, no parece producir, pues, una simple e intrascendente *cotidianidad* de nuevo cuño, ya que ellos han determinado *efectivamente* un gigantesco predominio de la información en las interrelaciones humanas. Y esta revolución copernicana no es tal que pueda ser vista con indiferencia por las ciencias del hombre. Digamos, con un ejemplo, que los episodios de una radio salvadora de naufragos, educadora, creadora de corrientes de simpatía entre hombres y naciones, etc., pertenecen a la oleografía romántica del medio, porque la radio estadística y regionalmente, es hoy en muchas partes un canal unilateral de coacción y masificación explotado hegemónicamente por sus contralores; un instrumento de la entropía cultural y no de organización y progreso.

Si en toda relación energética el contralor es a la vez causa eficiente y final (productor y recolector del "rendimiento"), y si el predominio de la información tiende a "cibernetizar" el convivir humano, aquí también habrá de ser posible señalar las causas agentes y finales de una instrumentalización que hemos visto traducirse en *masificación*.

Las ciencias sociales no pueden soslayar el hecho básico de que un incremento del coeficiente informativo en la esfera antropológica, si bien constituye en un sentido (justamente el cibernético) un aumento de organización (*neg-entropía*), produce a la vez una disolución o entropía de la humana convivencia, de las mutuas tensiones, de la armonía entre convivientes, desde un punto de vista comunicacional y socio-cultural. Si la perspectiva humanística y teleológica no está totalmente en quiebra, tales ciencias habrán, pues, de cuestionar sobre la oportunidad y desenlaces de esta hiperorganización instrumental del hombre que es, a la vez, un aumento en su desorganización cultural o moral. La pregunta a la que deben perentoriamente responder las ciencias del hombre es, pues, la siguiente: ¿Obedece realmente este revolucionario proceso a un dinamismo social *espontáneo*, no institucionalizado ni dirigido, irreversible, de tipo natural no preordenado teleológicamente?

Una cierta filosofía y una cierta psicología social lo han considerado así, pretendiendo plantear el problema en términos metafísicos o sobre la base de conceptos francamente superados. En realidad, toda preocupación antropológica sería producto de una falsa analogía con esquemas mecánicos si, por ejemplo, resultase válido el filosofema según el cual un fenómeno como el de la masificación pertenece a la pura espontaneidad existencial de los hechos sociales (sin tener, pues, responsables a la vista), o la afirmación sociológica de que los problemas de la *mass-culture* se inscriben en la limitada perspectiva del "hombre-de-después-del-trabajo", o de la "cultura de-los-ratos-de-ocio" (*culture du loisir*, *cultura dopolavoristica*). Esta segunda hipótesis, que es frecuente encontrar en estudios por demás rigurosos, resulta hasta peligrosa en razón de su propia ingenuidad: supone el dualismo de una alienación por el trabajo y de una posible desalienación por el ocio, como si un proceso social del tipo de la masificación admitiese un discontinuismo tan radical y se interrumpiese voluntariamente, por ejemplo, cada vez que abandonamos la oficina o apagamos el televisor. (Así, el problema se vería realmente minimizado a dimensiones tan intrascendentes y casuísticas, que hasta un consejero de revistas populares podría, caso por caso, resolverlo). Los sostenedores de la primera hipótesis (la de una masificación espontánea), pretenden desconocer que las ventajas de la relación informativa y masificante son sistemáticamente preor-

denadas y explotadas por concretísimos agentes transmisores y según principios que ninguna ciencia del hombre que se respete podría apriorísticamente cohonestar. Aquí también, muchos estudiosos de la cosa pública, particularmente interesados en el triunfo de la causa inductiva, empírica y antifinalista (que es la del *statu quo* social), vienen respaldando, incoherentes en raptos de abstracción, a aquellos filósofos que aconsejan no abultar moralísticamente la búsqueda del "quien maneja las riendas". Si su actitud fuese objetivamente científica y desinteresada, deberían haberse percatado que, así como no hay ignorancia o ceguera no aprovechada por alguien, tampoco existe, en la realidad histórica, una sociedad de masas exenta de élites explotadoras. Lo cierto es que la relación informante enmudece, coacciona, frustra, aliena y masifica en favor del sujeto activo o agente transmisor, por lo cual la cultura de masas, dondequiera que ella se manifieste, es creación instrumental de la élite de sus informadores-formadores. Se llega así a una doble conclusión: 1º No hay discontinuidad u oscilaciones posibles en el proceso de masificación en acto dentro de una estructura social; los problemas que el hecho suscita son inderogables en razón de su misma ineludibilidad; 2º El *dirigismo* cultural como forma actual de la alienación, teóricamente inferido en una descripción del hecho informativo, adquiere en la realidad social el nombre concreto de los grupos de presión que controlan los grandes canales de información, y que los emplean para la instrumentalización masiva del hombre.

En este punto, la analogía entre el análisis ontológico-existencial y el sociológico-comunicacional adquiere más bien los visos de una disensión. Formulemos la pregunta con palabras de Merleau-Ponty (*Phén. de la Perc.*): "¿Cómo puede plantearse una acción o un pensamiento humano a la manera del 'on', ya que, por principio, ella es una operación en primera persona, inseparable de un Yo?". Heidegger señala expresamente que la exégesis ontológica del "ser ahí" no debe cobijar aspiraciones propias de una filosofía de la cultura: pero al pretender indicar *quién* señorea y domina en el convivir, quiere reconocerlo en un "se" (*man*) impersonal y anodino, una especie de evanescente "opinión pública" espontáneamente brotada del "ser-uno-con-otro", tan inasible como ajena al fenómeno dirigista. *El quien no es este ni aquel ni uno mismo, ni algunos, ni la suma de otros. El quien es cualquiera, es el 'se'.* Y es cuanto basta para cerrar olímpi-

camente los ojos ante la concreción y la plenitud histórica sin embargo, inspiradoras; para desconocer la existencia de un "quien" manejando *realmente* las riendas, en nombre de una ontología que ya no funciona en lo concreto; Jaspers y Scheler, quienes por distintos caminos desembocan en sendas concepciones de una comunidad con fundamento personalista, no plantean el problema cuando más cerca se encuentran de él. Premisas descriptivas como: *Lo que no se realiza en la comunicación no existe... En la comunicación me manifiesto a mí mismo en la otra persona* (Jaspers), o tales como: *El saber de ser miembros de una sociedad no es un saber empírico, sino a priori, y antecede genéticamente a los grados de la llamada conciencia de mí mismo* (Scheler); premisas de esta naturaleza, pues, pudieron desembocar en importantes consecuencias explicativas de haber actuado, a manera de *trait-d'union*, un análisis de los modos y grados de tal comunicación, de sus traumas y contradicciones. Lo que es dado encontrar en sus obras, por el contrario, es un vago y apresurado cuestionar social sobre las "masas-rebaño" consideradas como el peldaño inferior y primario del convivir de las que se nos quiere señalar el pretendido momento genético en una especie de contagio imitativo no especificado, en una deformación endógena del con-ser, sin barruntar siquiera la presencia de actitudes deliberativas tendientes a masificar interesadamente al grupo social.

En la plenitud ética, sociológica o histórica, el *quien* es siempre y necesariamente un este o aquel, un alguien o la suma de "otros", aun cuando una mirada literaria o existencial sólo perciba en su lugar lo indefinible y disuelto. Es la élite masificadora y monopolizadora de los medios de información; es el *dirigismo*, cuyas causas eficientes y finales pueden y deben ser desentrañadas por una sociología del saber; cuyos "expertos" y "funcionarios" pueden nombrarse y mirarse a la cara.

Despejado ya el camino para una búsqueda del "quien maneja las riendas" (que la sociología y la política justifican plenamente), aparece la primera y desconcertante contradicción: entre los dos términos que deberían resultar lógicamente implicados en la constitución de una cultura de masas, a saber: sus transmisores-creadores y las élites culturales, no aparece en muchos casos la menor relación. En la esfera de las élites con posibilidad de crear una cultura de masas, al menos cuatro estamentos se comparten —en régimen capita-

lista y según diferentes composiciones— los canales de información: el militar, el económico, el político y el religioso. Faltan los auténticos representantes de la Cultura. Pero son aquellos poderes, y no las élites del saber, los que crean y manipulan la cultura de masas. La necesaria mediocridad de la alocución requiere, al límite, que los agentes creadores de la *mass-culture* exhiban el mismo grado de subdesarrollo de su producto: el mensaje *omnibus*, cuyo contenido no emana de ninguno de los niveles del auténtico saber, sino de los intereses de grupo. Ello justifica de sobra, desde una perspectiva cultural, la búsqueda del *cui prodest*, es decir, del *quién sale favorecido* en el manejo de los instrumentos arrebatados a la comunicación y a la difusión del saber. De todos los sectores teóricamente interesados en manejar una cultura de base, sólo el excluido, vale decir, el propiamente cultural, podría garantizar la transmisión a la colectividad de un saber autosuficiente, valioso en sí y fecundo; es decir, ni masificante ni alienante, sino capaz de germinaciones y desarrollos. Las élites militares, económicas, políticas y religiosas no pueden actuar, al engendrar una cultura de masa, sino *pro domo sua*, dando origen a una “cultura” que es la alienación de *La Cultura* en favor de intereses de poder, confesionales, económicos, políticos, etc. Sólo en aquellos casos excepcionales en que se produce o bien un enfrentamiento en el vértice entre grupos de poder, o bien su total disgregación por obra de alguna acción popular, quedan momentáneamente trastornados los férreos vínculos unilaterales entre la vieja élite y las masas, y la relación de información es inmediatamente suplantada por la comunicacional. Una vez reconstruido el esquema, el sistema de información élite-masa vuelve a funcionar con toda su fuerza notificante, y nuevas formas de la alienación van tomando cuerpo, de consuno con los intereses de la élite de turno en el poder.

9-B) Otros rasgos de importancia han de señalarse para una definición de la cultura de masas que resulte fecunda en sus aplicaciones concretas. En primer término, debe fijarse con la mayor aproximación posible a cuál de los grupos de presión corresponde, en una determinada estructura social, el papel de élite informadora. Todo parece indicar que, en la inmensa mayoría de los casos, son los sectores estatal y económico los que se disputan el predominio de los medios de información, como lo indica la gran querrela entre estado y libre empresa para el control de las *mass-media*. Los sec-

tores militares y religiosos actúan, en este conflicto, un poco al margen o por interposición de los grupos primarios. De los dos sectores en pugna, el que aún podría garantizar —al menos teóricamente— una reincorporación de las élites culturales al círculo de los transmisores, es sin duda el estatal, siempre y cuando se tratase de un estado no totalmente interferido por las fuerzas de la economía privada, y capaz de minimizar los más transitorios intereses políticos-gubernamentales en lugar de confundirlos con su alta misión rectora. (Una fuerza política en el poder que se deje corromper por presiones oligárquicas o que acate implícitamente el principio de *l'état c'est moi* mal puede garantizar, en efecto, la reincorporación de las más selectas élites culturales). El grupo de presión económica es, por constitución ideológica y clasista, totalmente opuesto a esa reincorporación: utiliza la cultura en la medida en que un producto de baja calidad requiere un engañoso envoltorio de lujo, y o para coordinar científicamente la labor motivacional de alienación del hombre-masa. A la élite económica de la información no le queda más recurso que prostituir a la Cultura si quiere poseerla, ya que una cultura no prostituida tenderá siempre a rechazarla y aun a enjuiciarla por violación. La cultura no prostituida, por su lado, será víctima del ostracismo y de la conspiración del silencio, como la Amalia kafkiana, la única que no quiso dejarse violar por los amos del Castillo. La sociología política ha señalado la contaminación en acto entre el sector económico y el político-profesional en las más altas esferas del poder. El triunfante hombre de negocios, ejemplo viviente de que “los ricos son los que saben”, tiende a desplazar, por “experto”, al político profesional de todos los puestos de mando. La lista de personal de las grandes empresas privadas sustituye a los cuadros de partido en la extracción de las élites dirigentes. Las oficinas gerenciales privadas reemplazan así a los comités directivos de los grupos políticos. Esta absorción de la élite política por parte de la económica tiene su más firme respaldo en el previo enmudecimiento masivo operado por el informador. Una colectividad previamente “notificada”, enmudecida y anestesiada por la dominante información emanada de la esfera económica, mal puede considerar ilícito ni el asalto al poder perpetrado por los amos de su conciencia, ni el que éstos actúen como funcionarios oficiosos de tal poder. (Ha olvidado usted, señor K..., que quienquiera que sea-

mos, representamos por lo menos en este momento, ante usted, a los hombres libres, y eso no es una superioridad despreciable. Kafka, *El Proceso*). Una colectividad de esa naturaleza juzgará perfectamente normal que figuras políticamente anodinas, pero con grandes pasados empresariales, se instalen en los puestos clave de la administración pública, inclusive en los educacionales, pues la masificación insensibiliza y vuelve refractarios a un uso normal y sensato de los valores. Uno de los grandes síntomas de la masificación de una cultura es, entonces, el deslizamiento de todo el poder de información desde las esferas cultural y estatal a la económica, como preludio a un mismo proceso en toda la extensión de los poderes públicos.

9-C) El predominio de esquemas relacionales al modo parerético y masificante se hace igualmente patente gracias al argumento justificativo que emplean sus agentes transmisores, en el cual es fácil descubrir una petición de principio. Cada vez que en el uso de los medios de masa se produce una extralimitación capaz de acarrear protestas, la gran justificación del transmisor es la de que él *ha dado al público lo que el público pide*. En el fariseísmo de esa respuesta no hay sólo el afán de enmudecer definitivamente al hombre masa en sus últimos raptos de conciencia. Hay también la transposición a la esfera cultural de un argumento típico de la *forma mentis* mercantilista. El transmisor confiesa actuar con mentalidad de vendedor: solamente exhibe y despacha lo que, según él, solicita el cliente; y este solo razonamiento bastaría para demostrar que, allí donde surge, es una élite económica la que domina y manipula los medios de información. Un estado, por disoluto que fuese, no podría esgrimirlo jamás. En la práctica, es más bien de rigor que los Estados contralores de los medios de masas no presten el flanco con argumentos absolutorios de ese tipo. Los países cuyos poderes públicos costean "terceros programas" radiales de alto nivel, o imponen un uso didáctico de la televisión, o fomentan un cine de calidad, o limitan la propaganda audiovisual a pocos minutos diarios, es posible que no estén dando a *algún sector* de la colectividad (seguramente al más parasitario), lo que ese sector desearía tener. Lo que sí es seguro es que tales poderes actúan en función de superiores intereses colectivos, y que los medios así empleados pasan a desempeñar, al menos parcialmente, un más sano y decente papel de *difusores* del saber. Otro importante aspecto implícito en el argumento justificativo del transmisor es el siguiente: con

el sofisma del *dar lo pedido*, el agente informador de la *élite* económica protesta su inocencia, mas al hacerlo está ratificando su inmarcesible fe en las concepciones más escépticas y negadoras de un humano progreso. No se limita, pues, a reservar un tratamiento infantil y dirigista al receptor-esclavo, sino que intenta escapar luego a todo enjuiciamiento, alegando una ineludible maldad humana de la que él no sería sino un exponente neutral. El informador de extracción económica da por cumplida la gran metamorfosis kaffkiana de la persona en bestia, y de la bestia humana sólo se dedica a alimentar los instintos primarios. Cuando afirma que sólo da lo que las masas piden, pretende salvar su responsabilidad en lo que a mediocridad y perversión del gusto se refiere, como si él no fuese el demiurgo que previamente trajo a la existencia tales vicios. Los fabricantes de *mass-culture* asientan su operar en el execrable criterio empírico de la no perfectibilidad humana o, a lo sumo, en la creencia de que aun siendo el hombre perfectible, no es función del informador la de promoverla. El "dar lo pedido" es el eterno argumento con que los empresarios de la cultura de masas (productores cinematográficos, gerentes de estaciones radiotelevisoras, publicistas, etc.) han defendido con éxito sus intereses, sobre todo en las sociedades más altamente masificadas por la *élite* económica; y la petición de principio implícita en su razonamiento consiste en dar por acordadas una maldad y una imperfectibilidad ónticas en el hombre que en realidad quedan por demostrar, y de cuya forzosa hipóstasis son ellos los más directos responsables. El enmudecimiento del hombre-masa, según vimos, no consiste solamente en cortocircuitar su facultad transmisora, sino en habilitarlo para que crea desear lo que el informador quiere que desee. (metamorfosis) Circe cría a sus víctimas con pienso porcino, por haberlas previamente convertido en cerdos. Así la información manipulada por las *élites* económicas, después de coaccionar, frustrar, alienar y masificar al individuo, lo alimenta con pastura de esclavos irracionales, y en el solaz del receptor que se cree complacido en sus gustos hay el triste contentamiento de los seres metamorfoseados. Desaparecen entonces las nociones de saber como progreso dialéctico y de rigor intelectual propios de la personalidad perdida. Todo debe ajustarse al nivel de la *mediocritas* alocucional y notificante, que es el gran lecho de Procusta en el que cada quien debe encajar sin aspirar a la desalienación. Sumido en esa atmós-

fera conservatista de la pura pasividad receptora, donde lo individual queda reducido a su pura dimensión física y donde sólo flota un dejarse pensar no pensante, la burla y el deseo de destruir a los mejores se ampara del impotente hombre masa; lo cual produce la sordera al saber, el arrinconamiento de las *élites* culturales y el consabido divorcio pueblo-cultura. Las *élites* dirigistas, entonces, pueden reafirmar y practicar impunemente las técnicas destinadas a conservar a las masas atomizadas y revueltas en sus infranqueables limitaciones. Detalle típico de una cultura totalmente informada por las *élites* económicas (que son, como vimos, las de más alto potencial masificador), es, por ejemplo, el siguiente: nadie tiene en ellas un órgano de difusión hecho a la medida exacta de sus aspiraciones sino la derecha conservadora, o sea, la propia *élite* del poder fabricante de la mediocridad ajena (caso nada accidental en países subdesarrollados o en estado semicolonial). Otro detalle significativo: no existen, o mueren por inanición al nacer, las organizaciones o instituciones públicas destinadas a defender intereses colectivos que no sean los puramente materiales, o que no reciban el "amparo" de los poderes públicos. Muchos países carecen así de asociaciones voluntarias para la protección de intereses culturales (por ejemplo, las Asociaciones de Radiotelevidentes); síntoma este de la total inanición que define a las sociedades altamente masificadas y que existen a fuer de una *élite* notificante. Otro caso, más sintomático aún de una cultura de masas, es el auge que en ella adquiere el llamado "truco vocacional". (Los "expertos" de la información, por ejemplo, no exhiben cultura, sino "vocación"). La unidad-unificada del hombre-masa es llevar a creer que puede libremente elegir un proyecto de vida el cual, en realidad, es obra de la coacción ejercitada por la atmósfera mercantilizada y masificada en la que se halla sumergido. La vocación es el vestigio nominal de una libertad ya alienada; pero su exaltación constituye un sutil expediente con el cual, una vez más, el hombre-masa cree haber deseado lo que le obligan a desear los imperativos de la *mass-culture*. Una vez motivado en sus deseos, el individuo puede elegir el que más le guste; pero todos los proyectos vocacionales funcionarán como las alternativas del antiguo dilema, cuyas respuestas *siempre* favorecían a la Esfinge. En este caso, es la *élite* del poder la que, al auspiciar la "libertad de vocación", recoge los frutos de una disgregación individualista que no tiene conciencia de su poder

como colectividad. El "truco vocacional", en efecto, favorece el *statu quo* de una estructura social masificada, paraliza el progreso funcional y bloquea las superiores instancias sociales. Gracias a él, por ejemplo, una sociedad necesitada de agrónomos o de veterinarios seguirá produciendo abogados; urgida de descentralización profesional, continuará abultando la concentración profesional urbana, etc.

Es forzoso admitir que muchos exponentes de una cultura de por sí no alienada caen inconscientemente en la misma petición de principio del gran sofisma justificador. Son todos aquellos intelectuales que temen la relación dialogal y que titubean ante la menor elevación de tono en la forma de pensar y de exponer, comunicar y difundir su saber. De tanto bajar el nivel y el rigor para que todos los entiendan, estas víctimas de la masificación terminan por pensar sin ningún nivel ni rigor, y por producir, ellos también, un saber masificante de pura información. Ellos se prestan así al juego de la mediocridad y corroboran la tesis de la imperfectibilidad humana. Un tono vigoroso y denso es desalienante para algunos. Un tono banal es masificante siempre y *para todos*; vuelve a parecerse extrañamente al mensaje *omnibus* de la informante alocución y fija la mediocridad colectiva sin favorecer la germinación del con-saber. Por la cantidad de tales "colaboracionistas" también puede inferirse el estado de masificación de una cultura. Ellos contaminan todas las esferas de la comunicación y de la difusión del saber, al traer a éstas los vicios de la relación de información. Son los escritores y ensayistas que sólo piensan en el lector mediocre, el profesor que se adapta al nivel de preparación de sus peores alumnos, el arquitecto que se prostituye ante el mal gusto de su cliente, el gobernante que, a fuer de quererlos contentar a todos, no satisface a nadie. Son los adictos del compromiso y de la componenda; los pávidos que temen a la aristocracia intelectual porque no la constituyen; los incapaces de pensar por categorías finalistas o de asignarle una clara función a su saber; los cansados corifeos de una cultura de masas cuyo prototipo secreto seguirá siendo, entonces, el informador en propiedad: es decir, "el que sabe de verdad", o sea, el rico.

— 9-D) Si abrigamos el propósito de dar vida a un esquema puramente formal que pueda luego utilizarse para definir concretamente la cultura de masas en las distintas estructuras sociales, no hemos de limitarnos a explicar los factores

causales (el *cui prodest*) ni a desenmascarar tras el sofisma mercantilista (el *doy lo que piden*) el predominio de las élites económicas en la información. Igual interés hemos de demostrar por una última cuestión básica de difícil esclarecimiento. La implicación antes señalada entre tipos de convivencia y medios de comunicación de su saber, ¿se extiende a las últimas diferencias específicas hasta convertirse en pura relación causal? Es decir: ¿un tipo de *mass-media* dominante engendrará un tipo especial de masificación? ¿Podemos sondear en ese sentido con base en la diferencia entre informaciones “logísticas” e informaciones “alógicas”?

Hemos señalado la existencia de implicaciones dialécticas entre relación de información y cultura de masas. Hemos evidenciado posteriormente la aparición de una diferencia específica entre medios vehiculadores de mensajes “lógicos”, de signos verbales o discursivos, y “alógicos”, o de signos audiovisuales o presentativos. ¿Es factible —y a ellos apunta la pregunta anterior— que sin alterar los caracteres básicos de una relación de información, podamos ulteriormente diferenciar entre procesos de masificación con predominio de informaciones “logísticas”, y procesos con predominio de informaciones “alógicas”? Al parecer, una respuesta por vía deductiva sólo sería posible acudiendo al uso de premisas que no pasan de hipotéticas, con lo que se corre el riesgo de obtener consecuencias problemáticas. No es posible, en rigor, inferir la existencia de distintos tipos de masas de análogas diferencias específicas entre la alocución verbal y la alocución audiovisual, puesto que tal diferencia de lo verbal y de lo audiovisual, si bien puede objetivamente establecerse en un contexto semiótico que parta de la distinción entre signos, no es igualmente demostrable en sus aspectos subjetivos, es decir, en el nivel de su interpretación y comprensión. Para diferenciar sociológicamente entre tipos de masas en base a los caracteres subjetivos de la información masificante, debería poderse demostrar: 1º Que los canales verbales y los audiovisuales vehiculan siempre distintos mensajes significantes; 2º Que éstos dan lugar, en el receptor-interpretante, a procesos de percepción y comprensión básicamente diferenciados; 3º Que cada tipo de comprensión, suscitado por estímulos específicamente distintos, origina a la postre culturas y dinamisismos sociales básicamente diferenciados. La proposición inicial es verdadera, y así quedó demostrado en el § 3: Pero la legitimidad de la conclusión

reposa enteramente en la verificabilidad de la premisa menor, que sólo es dada aquí a título postulativo. Lo que ella expresa es casi seguramente verdadero, y su definitiva verificación experimental vendría a confirmar que las implicaciones entre tipo de sociedad y medios-comunicantes-del-saber se extienden hasta las últimas inferencias posibles. Pero todos los argumentos lógicos destinados a demostrarlo aguardan aún la ratificación científica que sólo la psicología puede aportar. No corresponde a este conjunto de definiciones traer a discusión los teoremas que abonan la tesis de la premisa menor, pues la alejaría demasiado de sus reducidos propósitos sociológicos. Tales argumentos, en suma, pretenden demostrar que los signos verbales inducen una interpretación primaria de tipo racional (ya que racional es la operación de desentrañar el significado imbricado en el signo-palabra), mientras que los signos iconográficos, por ejemplo —y máximamente los cinematográficos en general—, inducen en el interpretante una comprensión primaria de tipo afectivo (puesto que ante la imagen, al presentársenos el bloque signo-significado en un mismo plano de patencia, huelga la operación racional de desentrañamiento; mientras que, por otro lado, la situación especial en que se efectúa la “lectura” del contexto iconográfico prescinde igualmente de toda participación activa sin embargo evocada: reacciones, respuestas de todo tipo, produciendo una descarga de la doble inhibición racional-voluntaria por la vía de lo emocional).

Esta situación racionalizada pero no del todo comprobada, no es tal que pueda justificar por vía deductiva una tipificación de las sociedades de masas gracias a un simple paralelismo con los diferentes tipos de información. De ser así, llegaríamos de una vez a concluir en la existencia de la masificación de tipo “logístico” y otra de tipo “emocional” o irracional. Pero el camino de las inducciones parece estar igualmente erizado de obstáculos. Tampoco poseemos, en efecto, resultados experimentales suficientemente probatorios de que exista alguna concreta diferencia entre la interpretación, comprensión, velocidad de respuesta, fijación del contenido, etc., correspondientes a estímulos significantes de tipo verbal y de tipo audiovisual. Los experimentos pedagógicos realizados en ese sentido, por ejemplo, deben tomarse con mucha precaución, pues sus resultados serán si acaso indicativos para la comunicación y la difusión del saber, pero no para la relación de información *stricto sensu* en el esque-

ma informador-masa. Los experimentos sobre estructuras sociales parciales más amplias son, por su parte, muchísimo menos numerosos, y casi siempre tienden a enfocar aspectos no específicamente diferenciales, como los que interesarían aquí. Una comprobación sobre estructuras sociales globales, ciertamente no se ha realizado nunca, por lo que no es dado asentar con rigor experimental si existe alguna diferencia entre los residuos culturales de una colectividad sometida a informaciones prevalentemente verbales, y los de otra sometida a informaciones prevalentemente audiovisuales. Si una mutua implicación dialéctica entre información y masificación de la cultura resultó claramente demostrable, una misma y más específica implicación entre *tipos* de estructura de masas y *tipos* de información no lo es tanto, ni por la vía de la deducción ni por la de la observación. Sin embargo, todos creemos con firme intuición (por ahora) que tal diferencia ha de existir; que entre una masificación por la palabra y una masificación por la visión y la audición ha de mediar una gran diferencia; que posiblemente ni siquiera exista una auténtica masificación por la vía de los canales "logísticos", pero sí por la vía "alógica" de la información audiovisual; que quien lee piensa, y quien piensa se conserva despierto y uno, mientras que el vidente y el oyente sólo sienten y se emocionan pasivamente, etc. etc. Hemos demostrado (cf. § 3) que la elección de un canal comunicante revierte sobre el coeficiente sintáctico del mensaje vehiculado, modulándolo a su manera. Esta segunda diferencia de tipo objetivo es la base lógica inicial que permite formular la hipótesis de una implicación específica final entre medio empleado y tipo de masificación del receptor. Al "decir ordenando" le es indiferente, en principio, fluir por canales de información verbales o audiovisuales. Pero también sabemos que el *verbum*, en su poder omnisignificante, puede abarcar todo lo pensable, mientras que lo visual sólo abarca la esfera de lo sensiblemente intuible. También por esta vía, entonces, tiene alguna justificación lógica nuestra diferenciación, pues si la alocución "logística" es multifacética y la "alógica" monódica, el predominio de ésta habrá de sedimentar necesariamente en los receptores tipos de saber de contenido más limitado y circunscrito a las posibilidades expresivas y comunicativas de lo visual. Creemos firmemente, que la intencionalidad de nuestra conciencia ante el signo verbal y visual no es estructuralmente la misma. Si la palabra "rosa,"

es, en cuanto palabra, una abstracción total a cuyo *significatum* sólo es posible remontar mediante procesos racionales, su imagen es, en cuanto imagen, el "espectro" de la rosa, su doble o fantasma, por lo que las implicaciones racionales quedan aquí al menos parcialmente sustituidas por factores funcionales inconscientes, fetichistas, emocionales en general. Estos tres argumentos deberían, pues, abonar la tesis de una diferenciación sociológica entre masas por vía del canal informativo utilizado en el proceso de masificación. Todo lleva entonces a suponer con bastante verosimilitud que la información de tipo audiovisual es, en propiedad, la más irracional, e irracionalizadora de cuantas producen una masificación del contexto social en que actúan, que es tanto como decir: el medio masificador más operante de todos, ya que no se dirige al receptor como ente racional y por eso diversificado, sino al receptor-masa y a sus aglutinantes irracionales: lo instintivo, lo afectivo, lo inconsciente colectivo, etc. La información audiovisual, por lo tanto, estaría en capacidad de agudizar y acelerar los procesos de coacción, frustración, alienación y masificación implícitos en toda relación de información; y sea ésta una diferencia (si no de especie, al menos de grado) seguramente deducible de todo lo anterior. Sabemos que la difusión en escala mundial de instrumentos aptos a multiplicar la relaciones informativas de tipo audiovisual, "alógico" o "presentativo" (pantallas, radio y telerreceptores) ha superado numéricamente, hace bastantes años, la cantidad absoluta de vehículos para la información "logística" (periódicos, impresos en general de tipo *omnibus*). En los países culturalmente subdesarrollados, tal desproporción es aún más pronunciada, pues el elevado porcentaje de analfabetos y las deficientes comunicaciones territoriales dificultan a la información impresa el alcanzar a todos sus receptores potenciales; dificultades que casi no confrontan, ni objetiva ni subjetivamente, la radio, el cine o la televisión.

Si juzgamos verosímil nuestra conclusión anterior (de que los medios de información audiovisual aceleran la masificación social), y si en los países culturalmente subdesarrollados hay un predominio real de medios audiovisuales, la grave consecuencia (que hemos de aceptar como una primera terapéutica de la desalienación), es que tales sociedades subdesarrolladas son, a la vez, las más esclavizadas y masificadas del mundo.

