

Schmucler, Héctor (1992) "Sobre los efectos de la comunicación", en *Sociedad. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires*, nº 1, 1992.

*Conozco tu conducta: no eres ni frío ni caliente.
¡Ojalá fueras frío o caliente!/
Ahora bien, puesto que eres tibio,
y no frío ni caliente, voy a vomitarte de mi boca.*

Apocalipsis, III, 14-15

*Es cierto que no es cosa nuestra construir el futuro
y alcanzar la meta última de todos los tiempos,
pero mucho más cierto es lo que tenemos que llevar a cabo
en la actualidad: la crítica despiadada a todo lo existente.
Despiadada tanto en el sentido de que la crítica no teme sus resultados,
como tampoco el conflicto con los poderes vigentes.*

Karl Marx, Carta a Arnold Ruge, 1843

La historia de las teorías y de los estudios sobre los medios masivos de comunicación es la historia de cómo fueron observados e interpretados los efectos de los medios. Es el relato de diversas respuestas a una pregunta incesante: qué hace la "comunicación masiva" **en** el mundo y **con** el mundo. En rigor, y a pesar de los fundados ataques lanzados contra algunas ideas que los analizaban, el tema de los efectos nunca fue abandonado. No hay hacer sin efectos y el verificar qué "efecto" encuentra su origen en el *haceré* latino es una curiosidad erudita que el reconocimiento de una ineludible responsabilidad en cualquier hacer. Todo hacer tiene consecuencias. Todo es **hacer a**. Sin embargo, en los últimos tiempos proliferaron los desmentidos. Los estudiosos de la comunicación nos hemos querido sacar de encima los efectos como quien se quita una marca vergonzante. En el término "efecto" hay algo de intencionalidad, de consecuencia inevitable, que resulta perturbador para el "espíritu del tiempo" que ha puesto especial énfasis en exaltar la tolerancia. Una tolerancia que, mimetizada en relativismo, se muestra como el más sensible atributo de esta época que intenta salvarse desechando cualquier verdad perdurable. Hubiera sido posible reconocer las máscaras con que los efectos encubrían sus rostros. En su lugar, hemos llegado a creer que todo lo que se había sostenido fue el error de una ciencia precaria, o de la tozudez de ideologías paranoides. Con alivio, se expandió la versión de que los efectos, en la práctica, no existen. El receptor -hasta ayer blanco de intencionalidades o proveedor de datos para encuestas- fue adquiriendo una dignidad de tal envergadura, que de casi-esclavo pasó a ser casi-amo: abandonó su condición de receptor para volverse usuario. En la algarabía, tal vez no se percibió suficientemente que para usarlo, el receptor tuvo que amoldarse al medio. Los efectos, ignorantes de su descategorización, siguieron actuando con fuerza redoblada. La minuciosa lógica de los medios fue

incluyendo al usuario y éste, ahora, clama por ser "devorado", según lo señala, entre irónico y sorprendido, el título de un libro reciente[1]. Ser devorado puede constituir, sin duda, un acto gozoso. Pero el goce, en este caso, no disminuye la desaparición en aquello que nos devora. La gente hace algo con los medios, después de que los medios hicieron a la gente de una manera determinada. Lejos de las simplificaciones, lejos de los automatismos que privilegiaban el contenido de los mensajes, la pregunta por los efectos, hoy debería dirigirse a pensar **qué es** esa gente para que haga lo que hace con los medios. Pero antes deberíamos reconocer nuestra irrisoria situación: negamos los efectos de la comunicación masiva deslumbrados por los fuegos con que la "cultura mediática" celebra su triunfo.

El salto puede resultar vertiginoso. La pregunta: **¿qué es** este receptor? nos instala en los confines de lo ontológico. El **qué es** alude obviamente al ser. Los estudios sobre comunicación, en general, prefieren evitar estos compromisos.

Propuesta de inventario

No me propongo agrupar y sistematizar las corrientes teóricas y metodológicas que sirvieron para estudiar la comunicación masiva a lo largo del tiempo. Tal pretensión escaparía a los objetivos de este trabajo y a mis propias fuerzas. Intentaré indagar, en cambio, cómo han estado presentes los efectos en tres grandes tendencias que -con inúmeros matices- han dominado las investigaciones. Una de esas tendencias tiene como núcleo los estudios sobre la conducta; otra, los sociológicos. La tercera tendencia reconoce como núcleo a la filosofía. Estos núcleos forman constelaciones.

A su alrededor se ubican buena parte de los trabajos conocidos sobre comunicación. Las constelaciones así delineadas parecen obedecer a un ordenamiento sincrónico; en realidad, se superponen en el tiempo. No se reemplazan como si se tratara de verdades superadoras sino que conviven; mal, pero conviven. No se niegan unas a otras, aunque es ilusoria cualquier integración. Entre la constelación que llamamos filosófica (que corresponde al espacio de la crítica) y las otras dos, existe una fisura. La primera se despreocupa de su valor instrumental; las otras dos existen en función de ser instrumentos. En la "constelación filosófica", a su vez, pueden reconocerse dos rostros que, a diferencia de los de Jano, miran al presente: uno se espanta ante la aridez de lo que lo rodea, ve el vacío y, en el mejor de los casos, confía en que llegará un momento redencional en que las palabras y el mundo volverán a encontrarse. El otro rostro celebra -con variados matices- la desaparición de las cosas, exalta el simulacro como forma legítima del vivir, proclama la fascinación por lo efímero como garantía contra fundamentalismos intolerantes y, en el límite, no espera nada, porque ya todo ha sido dado.

Los discursos que aluden a la comunicación desde una perspectiva sociocultural[2] tienen algo de vicario: han hablado con frecuencia en nombre de otras teorías. Vicarismo que, de por sí, no despoja de nobleza a las teorías sobre comunicación, salvo cuando se vuelve degradación conceptual, empobrecimiento casi paródico. Y esto ha ocurrido más de una vez: instrumentos fuertes de indagación en su origen, conceptos complejos y cargados de sugerencias, suelen ofrecerse en traducciones simplificadas, en afirmaciones acartonadas. El funcionalismo, por ejemplo, quiso ser reducido a un slogan: "arma de dominio"; la Escuela de Frankfurt fue archivada

con un rótulo: "elitismo". Los setenta años que ya pueden recordar los estudios sobre comunicación, han visto repetir el procedimiento. Situaciones históricas, intereses políticos o convicciones ideológicas actuaron con tal vigor que resultaba difícil detenerse para dudar de algunas afirmaciones. Pareciera, visto desde ahora, que los equívocos no se han resuelto; los años sólo han traído olvido. Mientras tanto, la pregunta fundante permanece incambiada: ¿qué efectos producen los medios masivos de comunicación sobre la sociedad y los individuos? Sólo han variado las respuestas a **cómo** se producen esos efectos o **cuál** es la magnitud de los mismos.

Otra desventura aqueja a las teorías sobre comunicación que alguna vez aspiraron a constituir una "ciencia": en los últimos tiempos han visto diluir su objeto. Hay que reconocer, como flaco consuelo, que en estos años las ciencias sociales han fracasado en su destino manifiesto: entender lo que ocurre a fin de prever lo que acontecerá en el futuro. Debilidad del pensamiento ante la pertinacia de los hechos: en el mismo lapso, el inasible objeto del saber comunicativo no ha hecho otra cosa que agigantar su presencia. Indetenible, como la escoba encantada del aprendiz de brujo, hoy todo es "habitado" por la comunicación masiva mientras las proliferantes facultades universitarias, institutos, escuelas, asociaciones de investigadores, encuentran sucesivas dificultades para precisar el ámbito de su reflexión. La perplejidad que acompaña estas afirmaciones puede hacerlas parecer exageradas. Y lo son, si se las compara con la creciente multitud que desea aprender el oficio de "comunicador". Pero de lo que hablábamos era de reflexión crítica y no de enseñanza de técnicas instrumentales. Nos referíamos a la preocupación por lo que significa una presencia y no sólo cómo hacerla posible.

Los efectos desde la conducta

El tipo de trabajos que hacia 1920 dieron comienzo en Estados Unidos a los estudios sobre comunicación masiva, y que perdurarían hasta bien entrados los años 30, imaginaban los mensajes como una sustancia inyectada a través de una aguja hipodérmica. Los contenidos de esos mensajes actuaban al margen de la voluntad del receptor. A pesar de la analogía que sugiere una jeringa, la teoría "hipodérmica" estaba menos influida por la farmacopea de la medicina tradicional que por la "ciencia" que estudiaba la conducta humana: el conductismo y la reflexología. Se pensaba más en una "ingeniería de las almas" que en la acción de una sustancia química inyectada en el torrente sanguíneo. Conductismo y reflexología comparten la vocación por una ciencia de la conducta sustentada en el materialismo y la experimentación y su presencia hasta nuestros días es de una magnitud no siempre tenida en cuenta cuando se habla de comunicación. Es verdad que muy tempranamente la teoría hipodérmica mostró los límites de su mecanicismo y cuando en la década de 1940 las investigaciones sobre comunicación masiva alcanzaron plenitud en los Estados Unidos, ya nadie la tomaba seriamente. En 1960, en un excelente estudio sobre las teorías vigentes y las perspectivas de investigación en su país, Joseph T. Klapper[3], teniendo en cuenta los últimos veinte años, verificaba que "la antigua búsqueda de efectos específicos producidos por las comunicaciones de masas ha dado paso a la observación de las condiciones o cambios existentes, seguida por un análisis de los factores (**incluidas** las comunicaciones de masas) que originaron tales condiciones y cambios (...). En resumen, los intentos de valorar un estímulo que se suponía que actuaba aisladamente han sido sustituidos por el afán de concretar el papel de tal estímulo en un

fenómeno total observado". Hacia los años 1940 también al conductismo había perfeccionado sus concepciones y métodos y había dado pruebas de su aplicabilidad en la inducción de acciones de diversos alcances. Ejemplo de esto fue el plan que Skinner propuso durante la segunda guerra mundial para que palomas debidamente "reforzadas" pudieran dirigir bombas y torpedos. El desprestigio de la teoría hipodérmica para nada significó la retirada del conductismo en la práctica y la teoría comunicacional. Sería difícil desconocer su presencia en los más sofisticados ejercicios del marketing o de la llamada "comunicación empresarial", en la publicidad o en la programación de espectáculos televisivos. Ya se sabe del lugar preponderante que cumple en la educación y de la extensión de su influencia en diversas formas de clínica psicológica.

En 1913 el psicólogo norteamericano John B. Watson sentó las bases del conductismo con su libro fundador: *La psicología según la concibe el conductismo* y entre sus influencias más directas reconoce la de Iván Pavlov quien diez años antes, había definido el concepto de "reflejo condicionado". En 1903, el fisiólogo ruso que en 1904 obtuviera el Premio Nobel y que en 1921 fuera honrado por Lenin con un decreto -el "decreto pavloviano"- que consagraba sus teorías como las más afines a la ciencia materialista, había expuesto en Madrid el trabajo liminar de la reflexología: "La psicología y experimental en los animales". El conductismo de Watson parte de una crítica al método introspectivo en psicología (examen de los estados de conciencia por el propio sujeto) e indica la necesidad de fundar una a cuyos experimentos fueran del dominio público. Watson afirma la posibilidad de la observación directa, inmediata, de los fenómenos, sin tratar de saber qué mecanismos subyacentes los hacen posibles. El estímulo y la respuesta son los dos polos de la experiencia observable en la vida de los sujetos. Las respuestas, a su vez, son formas de conducta: verbal, emocional o motora. La conducta "verbal" es reconocible a través de la lengua, que expresa el pensamiento; la "emocional" es observable a partir de reacciones neurofisiológicas; la conducta "motora", en fin, ofrece dos variantes: automática (reflejo medular) y voluntaria (controlada por la corteza cerebral). Este primer conductismo no imagina variables que influyan en el proceso que va del estímulo a la respuesta. En este contexto encuentra sostén la teoría hipodérmica de los efectos. El mensaje es el "estímulo" y la "respuesta" se realiza en un determinado comportamiento, en una conducta. En su verdadera naturaleza operacional, se dice, "la mente es comportamiento y nada más". El conductismo -como luego la cibernética y la teoría matemática de la información- tiende a hacer más eficaz la acción. Eficacia que bien puede significar mejor adecuación a determinados fines, entre ellos, una más armoniosa vida social. Si la cultura es un conjunto de comportamientos aprendidos que significan respuestas a otros tantos estímulos, el conocimiento científico experimental -según el conductismo- permite generar un tipo de estímulo que, en condiciones determinadas, provoque un tipo de respuestas esperables. Skinner, en su *Walden dos*[4], construye una sociedad ideal a partir de una "ingeniería de la conducta". Las viejas y nuevas concepciones de la "comunicación para el desarrollo" que procuran buscar las formas más convenientes de incluir a las poblaciones en la modernidad, son tributarias, directas o indirectas, de estas teorías.

Lo que se llamó neo-conductismo vino a corregir los excesos de fisiologismo y mecanicismo que impregnaron las primeras formulaciones. Los principios sustentadores de la teoría, en cambio, no

sufrieron mengua. Burrhus Frederik Skinner, el más ilustre representante de la corriente, tiene el mérito de comenzar las observaciones en condiciones normales y no sólo a partir de estímulos ofrecidos por el experimentador. El organismo en el que actúan estímulo y respuesta se convierte en **mediador activo**. Skinner, a partir de Watson y de Pavlov, establece que la conducta es **funcional** y sus causas reconocen una "variable independiente" (externa al comportamiento) y una "dependiente" de un estímulo determinado. Este estímulo y esta variable dependiente son las que interesan al científico. En cambio, sostiene Skinner, los hechos de la conciencia, la vida interior, son una variable independiente, privada, que sucede en el "interior" de los organismos y por lo tanto de difícil acceso para el investigador. No es observable y, en consecuencia, debe descartarse como objeto de estudio. Pavlov había estudiado las dos variantes de la "unidad simple" de la conducta: el reflejo, incondicionado y condicionado. La reflexología había establecido los conceptos de refuerzos, positivos y negativos, que modifican el reflejo condicionado. Skinner agrega un nuevo tipo de condicionamiento que incide en el medio ambiente: la conducta "operante"[5].

Si la teoría hipodérmica es devota del primer conductismo, no están lejanas al conductismo posterior las teorías que desde los años 1940 reconocen la "complejidad del proceso comunicativo". En el amplio marco de lo que se llamó "comunicación persuasiva", es decir, aquella que más claramente intenta lograr cambios actitudinales, se han reconocido límites y posibilidades que podrían aceptar comparaciones inmediatas con preceptos conductistas. Se ha usado con frecuencia el concepto de "refuerzo" para señalar la más visible acción de los medios masivos, así como la percepción y retención "selectiva" (no lejos del "mediador activo" skinneriano) ha sido señalada como la forma consciente o inconsciente de evitar la exposición a comunicaciones de tipo contrario a los intereses y actitudes previamente existentes en el receptor[6]. Los trabajos con grupos, el papel reservado para los "líderes de opinión", la mediación de las pequeñas comunidades y el papel de reforzamiento que cumplen las mismas, se aproximan a criterios metodológicos y formas de percibir los fenómenos cercanos al conductismo. Sería vano pretender encontrar en el conductismo una clave absoluta para interpretar los estudios de comunicación. Sin embargo hay que reconocer que, por pereza o desconocimiento, se ha preferido evitar la búsqueda de articulaciones entre teorías. De hacerlo, seguramente se llegaría a comprobar la esterilidad de algunas polémicas que mostraron como enfrentadas concepciones derivadas de principios semejantes. La izquierda, cuando el término aún guardaba vigorosos rasgos de identidad, no supo percibir que muchos de los emblemas que combatía en el campo de la comunicación eran el retorno especular de sus propias banderas.

De manera similar al conductismo, la reflexología pavloviana considera que las funciones psíquicas son el resultado de la interacción entre el individuo y el medio ambiente a través de los reflejos condicionados[7]. En estos y por estos se explican los hábitos y el aprendizaje, el lenguaje y el pensamiento. Los procesos nerviosos que tienen lugar en la naturaleza humana son de tipo físico-químico y la mente, el pensamiento, depende en última instancia de procesos funcionales sintetizados por el cerebro.

El más notable estudio sobre mensajes masivos fundado en la teoría reflexológica, lo realizó en Francia un discípulo de Pavlov: Serge Tchakhotine. En su libro, *La violación de las multitudes por la propaganda política*[8] aparecido en su versión original pocos meses antes de que comenzara la segunda guerra mundial, intenta explicar "científicamente" cómo la propaganda fue determinante para el triunfo del nazismo. Contra toda razón histórica, señala Tchakhotine, el uso consciente y sistemático de la propaganda puede lograr los objetivos fijados. Una nueva edición del libro se publicó en 1952. El nazismo había sido derrotado en la guerra y el autor propicia el uso de mecanismos de "condicionamiento" para evitar que las multitudes caigan en manos de sistemas totalitarios. Los estudios norteamericanos sobre comunicación más difundidos no mencionan el nombre de Tchakhotine. En realidad durante mucho tiempo sólo aludieron a trabajos realizados en su propio país. Había buenos motivos para ello: en Estados Unidos surgieron y se desarrollaron la inmensa mayoría de las teorías y los métodos de estudio empírico de los medios masivos. Sin embargo, el nombre del discípulo de Pavlov fue una referencia obligada en gran parte de los estudios sobre propaganda aparecidos en los primeros años de la "guerra fría". *La violación de las multitudes...* había circulado en traducciones al inglés y su influencia seguramente tuvo mucho que ver con la idea de que los medios son omnipotentes.

Inspirado en la reflexología, Tchakhotine afirma que los impulsos afectivos, de origen primitivo, pueden ser clasificados en cuatro categorías generadoras de todos los comportamientos instintivos: pulsión combativa, pulsión alimentaria, pulsión sexual y pulsión parental. Sobre cada una de ellas es posible construir reflejos condicionados[9]. La propaganda política trabaja sobre esos impulsos y los reflejos que pueden condicionarse a partir de los mismos. El libro de Tchakhotine se propone sistematizar las leyes psicológicas que rigen la docilidad de algunos pueblos a los mensajes de sus conductores. Tchakhotine era más pavloviano que marxista. Admirador del conductismo norteamericano, el reflexólogo opinaba que un adecuado uso de la "nueva psicología objetiva" (en la que unificaba reflexología y conductismo) puede lograr todos los resultados que se deseen. El autor describe la acción propagandística de la socialdemocracia alemana en su inicial lucha contra el nazismo y la exitosa utilización de métodos inspirados en la "psicología objetiva". Por no atreverse a ser consecuente, el nazismo la liquidó: "la socialdemocracia alemana, erróneamente, había despreciado la psicología. La causa de este error fatal reside en el temor a tener que poner a prueba el dogma de la inamovilidad de las leyes sociales y económicas, de la fatalidad de su desarrollo indicado por Marx"[10].

Los efectos desde la sociología

El funcionalismo es el otro gran espacio desde donde la comunicación habló vicariamente. Como en el caso de las teorías psicológicas que impregnaron los primeros estudios, el funcionalismo llegó para quedarse y en su nombre siguen hablando muchos de los discursos que circulan. No siempre la vinculación es explícita y más de una vez se produce al margen de la voluntad de los que investigan o teorizan. El funcionalismo, al igual que las corrientes psicológicas a las que nos hemos referido, constituyen el clima de la época. Si hace no más de veinte años era escenario de disputas -garantía de rigurosidad para unos, avanzada de los intereses de las clases dominantes para otros-, hoy es una presencia casi olvidada. Si insisto en convocarla es porque creo que ninguna tarea es más urgente, si

optamos contra la confusión, que el legendario esfuerzo por descorder velos. Se hace funcionalismo, como se habla en prosa, sin saberlo. Tanto, que a veces se lo practica con la ilusión de negarlo. Tal vez es oportuno recomenzar, intentar ver a través de los pre juicios, corroer las etiquetas que tranquilizan porque hacen creer que ya todo está ordenado en los anaqueles. En algún sentido, **saber** que se habla en prosa es también afrontar un riesgo: el inesperado abismo de la poesía.

Seguimos hablando sobre el funcionalismo y el tema de los efectos tiene marca: ¿qué función cumple la comunicación masiva en la sociedad? Se desplazaron las palabras claves: lo que primero fue **manipulación**, luego fue **persuasión, influencia**, para llegar por fin a las **funciones**. Es verdad que las teorías anteriores enfatizaban su análisis en acciones específicas que buscaban intencionalmente un efecto, pero al trasladar el acento a la situación permanente de producción y difusión de mensajes masivos, también se "naturalizó" la existencia de ese tipo de mensajes. En adelante, la idea de la sociedad como un todo que recompone su equilibrio a través de conflictos que afectan global o parcialmente su funcionamiento, adquirirá múltiples aspectos, será indagada desde acercamientos teóricos diversos, pero no hará más que afirmarse. Aun hipótesis marxistas que veían en el presupuesto de "equilibrio" un instrumento para evitar un cambio radical de estructuras, no pudieron despegarse de la visión de que lo "dado" era lo que necesariamente tenía que existir en un momento determinado. Mucho de lo que contemporáneamente como acercamientos novedosos al tema de la comunicación masiva, desde el lugar del receptor hasta la conflictividad inherente al propio sistema mediático, son herederos, a veces no tan lejanos, de la mirada funcionalista.

Un examen de ciertas aproximaciones de raíz antropológica a la luz de las teorías de Ralf Dahrendorf sobre las Cormas que adquieren los conflictos de clase en la sociedad industrial y postindustrial[11] podría dar cuenta de cercanías pocas veces estudiadas. La perspectiva neofuncionalista de Dahrendorf, que pone énfasis en el conflicto, tiende a sintetizar elementos de la teoría marxista y del funcionalismo parsoniano[12] "Son concepciones complementarias más que opuestas señala Dahrendorf. En la sociedad moderna se establece una relación dialéctica entre la teoría que subraya la "función" que cada elemento cumple y que "contribuye al mantenimiento del sistema social" y la marxista, que ve la sociedad marcada por disensiones y donde todo elemento de la misma "contribuye a su desintegración y a su transformación". "Para hacerse una idea justa de los hechos sociales -dice- es necesario permanecer atento a la oposición dialéctica entre la estabilidad y la alteración, la integración y el conflicto, la función y el movimiento, el consenso y la coerción[13]. El "modelo conflictual" de Dahrendorf y las formas de su funcionamiento en la sociedad podrían vincularse a la percepción funcionalista que el antropólogo Broníslaw Malinowsky expresa de la cultura: "un **aparato instrumental** que permite al hombre resolver mejor los problemas concretos y específicos que debe afrontar en su medio cuando satisface sus necesidades"[14]. Ambos pensamientos podrían, a su vez, iluminar algunos aspectos de las reactualizadas teorías sobre la recepción y de los usos diversificados que hacen los receptores con los mensajes de los medios. Un caso particular, pero íntimamente vinculado, es el de la hipótesis de los "usos y gratificaciones". En boga en los años 70, esta hipótesis de acercamiento a los "efectos" de los medios ha servido de antecedente sólido para algunas de las formulaciones actuales. Desde

antiguos trabajos de Waples, Berelson y Bradshaw, publicados en 1940 se sabía que "leer tiene una influencia social siempre que responda a las preguntas de determinados grupos". Y Laswell, en 1948, sostenía que una de las funciones más importantes de los medios masivos era "expresar los valores culturales y simbólicos propios de la identidad y de la continuidad social"[15]. Pero McQuail, en 1975 ya afirmaba que "el receptor **actúa** sobre la información de la que dispone y la usa" y Mauro Wolf, basado en un trabajo del alemán K. Merten del año 1982, resume la hipótesis de los usos y gratificaciones: "la influencia de las comunicaciones de masas sería incomprensible si no se considera su importancia respecto a los criterios de experiencia y a los contextos situacionales del público: los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos, motivaciones"[16].

No es azarosa la persistencia del funcionalismo. Podríamos decir que la realidad en que estamos inmersos es, ella misma, cada vez más funcionalista. En esta clave tal vez deberíamos leer el creciente dominio de la técnica y de la instrumentalidad de la razón. Las prácticas sociales contemporáneas -y las ideas que las propician- son concebidas sólo como "función" de otra cosa. Nicole Laurin-Frenette, desde una visión cerradamente marxista, escribió su libro *Las teorías funcionalistas de las clases sociales* con el objeto de condenarlas. Sin embargo, reconoce la virtud descriptiva de ese pensamiento: "la naturaleza ideológica de la teoría funcionalista no significa que lo que ésta afirma de la realidad de la que se habla sea falsa. Lo que afirma de ella es, por el contrario, la más estricta verdad: la que la ideología confiere a las prácticas colectivas como el sentido que éstas tienen para los agentes que las producen, produciendo simultáneamente el sentido de sus prácticas. Si, como escribe Marx en *El Capital*, "lo real es el mundo una vez concebido como tal", la teoría funcionalista de la desigualdad es la descripción de la realidad más tangible"[17].

No es ésta la única virtud del funcionalismo y habrá que reconocer que muchas de las críticas que se le hicieron desde algunos estudios sobre comunicación, derivaron de acusaciones por lo que no es y no por lo que verdaderamente propugna. Una crítica fundada, seguramente tendría que partir del racionalismo instrumental que lo impregna, de una negación radical o la manera en que "concibe" el mundo. Pero en este caso se pondría en cuestión la misma racionalidad que muchas veces sirvió de argumento para descalificarlo. Cuando Lazarsfeld y Merton[18] señalan la **antifunción** "narcotizante" que pueden cumplir los medios están indicando que la participación activa y consciente de los ciudadanos es una premisa irrenunciable para el funcionamiento de la sociedad: "El ciudadano interesado e informado puede sentirse satisfecho por todo lo que sabe, sin darse cuenta de que se abstiene de decidir y de actuar. Considera su contacto mediatizado con el mundo de la realidad política, leer, escuchar radio y reflexionar, como un sucedáneo de la acción. Llega a confundir el conocer los problemas diarios con el **hacer algo al respecto**". Las anotaciones de Lazarsfeld y Merton, publicadas en 1948, cuando la televisión apenas comenzaba a hacerse presente, avanzan en un análisis que supera ampliamente el estudio de los mensajes (aun con los complejos condicionamientos que se le fueron agregando) y penetran en la consideración del papel de los medios (sus efectos) como un sistema cultural, pista no siempre destacada.

Los efectos desde la filosofía

El mundo no sólo se volvió "funcionalista": se fue configurando como un espacio "mediático". El sistema cultural expresado por los medios se ha establecido como la "cultura dominante" de nuestra época. En lo que sigue voy a referirme a dos pensamientos articulados alrededor de la filosofía y que se han vinculado expresamente con la cultura masiva: la "Escuela de Frankfurt" y el llamado "postmodernismo". Alejados en el tiempo, ambos pensamientos lo están mucho más en sus concepciones: si para la primera el ser humano se enfrenta con su edad más desesperanzada, los más consecuentes pensadores de la postmodernidad no dudan de que el actual es el mejor de los mundos posibles.

Desde la comunicología nada ha sido víctima de una incompreensión tan reduccionista como la Escuela de Frankfurt. Nada, tampoco, ha logrado establecer una zona tan intranquilizante para los estudios de la comunicación que toman en cuenta la sociedad y la cultura. Citados fragmentariamente, los textos vinculados a la Teoría Crítica, esbozada por algunos de sus miembros, han sido blanco de diversas sospechas. Puestos en diálogo sin respetar cronologías, se prescindió del hecho que la riqueza del pensamiento "frankfurtiano" radica justamente en sus tensiones, sus discusiones, sus cambios. Como en pocos casos del saber contemporáneo, ese pensamiento se vinculó a su época y a las biografías intelectuales desgarradas por los acontecimientos de esa época. Un ejemplo resulta paradigmático: la oposición de *Dialéctica del Iluminismo*[19], Horkheimer y Adorno con "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica"[20] escrita diez años antes por Walter Benjamín. En los tiempos en que Max Horkheimer y Theodor W. Adorno preparan su obra, los últimos escritos de Benjamín -que modificaban sustancialmente la posición de "La obra de arte"- actuaban de manera decisiva sobre su pensamiento. Sin Benjamín, *Dialéctica del iluminismo* termina de entenderse. Allí donde se ve una oposición a la "esperanza" benjaminiana en la cultura masiva, en realidad existe la huella orientadora de las "Tesis de la filosofía de la historia".

Los de Frankfurt sufrieron otros embates. Su pensamiento fue descalificado por "elitista", sin medir el valor del elitismo, que efectivamente lo alienta, como medida de la grandeza que anida en cada ser humano. Se los dejó a un lado, acusados de "apocalípticos", lo que suponía una condena, sin poner interés en la promesa redentora de la revelación bíblica y, por lo tanto, sin percibir la magnitud de la esperanza que veían claudicar en los primeros años de la década del 40. Los de Frankfurt incomodaron a casi todos. Empezando por Lazarsfeld, quien había facilitado la instalación de Adorno en los Estados Unidos como director musical del Proyecto de Investigación de Radio Princeton. El filósofo ni siquiera sabía lo que era un "proyecto de radio" y sus informes estaban lejos de lo que esperaban sus patrocinadores. Paul Lazarsfeld, director de la investigación, luego de reiterados llamados de atención para que modificara sus dificultosos escritos, poco antes de que el "subsidio" no se renovara, le había señalado: "Le imploré reiteradamente que utilizara un lenguaje más responsable y usted evidentemente fue psicológicamente incapaz de seguir mi consejo"[21] Los de Frankfurt, en realidad, hablaban de otra cosa y no de medios de comunicación. Ninguna investigación empírica podría hacerse en su nombre. Su inutilidad para ese orden de investigaciones no surge de algún desfallecimiento conceptual sino de la naturaleza misma de sus teorías. El análisis estadístico es, justamente, uno de los blancos de su crítica a una cultura que

existe como otra forma de lo **necesariamente** mensurable. La cuantificación como rasgo axial de la barbarie que se expresa en la primacía de la técnica: ese rostro que ofrece el dominio en la sociedad contemporánea. Lo que está en juego en la crítica que los frankfurtianos realizan al iluminismo es "comprender por qué la humanidad, en lugar de entrar en un estado verdaderamente humano, desembocó en un nuevo género de barbarie"[22].

"La industria cultural", uno de los trabajos que incluye Dialéctica del Iluminismo, es prácticamente el único referente al que se alude en los estudios de comunicación cuando se menciona el libro de Horkheimer y Adorno. El título, que enfatiza la producción de la cultura como parte del sistema productivo del capitalismo, instaló un concepto desconocido hasta entonces. El retraimiento de la autonomía que la Ilustración prometió al pensamiento, es la consecuencia de un sistema que homogeniza todo para incluirlo en la estructura mercantil: "la vida pública ha alcanzado un estadio en el que el pensamiento se transforma inevitablemente en mercancía y la lengua en embellecimiento de ésta". El prólogo a la edición alemana, escrito en 1947, señala un camino que resume la intención "moral" del estudio: "negarse a obedecer las exigencias lingüísticas y teóricas actuales antes de que sus consecuencias históricas universales lo tornen por completo imposibles"[23].

La lectura aislada del capítulo vinculado a la "industria cultural" arriesga un recorte que absolutiza la significación de un fenómeno que sólo adquiere sentido en el proceso de autodestrucción que ejecuta el pensamiento ilustrado a través de la historia. La crítica a la industria cultural es la crítica a la sociedad en su conjunto, que muestra los signos de una desventura de larga trayectoria: la pérdida unidad entre los nombres y las cosas, la distancia entre hombre y naturaleza, entre sujeto y objeto. Degradación que se expresa en la pérdida de la autonomía del individuo que, en el mismo movimiento, es la pérdida de la autonomía del arte: "El individuo se reduce a un nudo o entrecruzamiento de reacciones y comportamientos convencionales que se esperan prácticamente de él. El animismo había vivificado las cosas: el industrialismo reifica las almas"[24]. La historia como un proceso de decadencia. "La adaptación a la potencia del progreso -dicen Horkheimer y Adorno- o al progreso de la potencia, implica siempre de nuevo esas formaciones regresivas que hacen evidente el progreso de su contrario (...). La maldición del progreso constante es la incesante regresión". Benjamín había escrito para sus "Tesis de filosofía de la historia": "Para Marx las revoluciones son las locomotoras de la historia mundial. Pero quizá esto sea totalmente diferente. Quizá las revoluciones sean la forma de empuñar el freno de emergencia por parte de la raza humana que viaja en ese tren". No se trata pues, para los de Frankfurt, del simple hecho de reproducir masivamente los productos industriales o de transformar el arte en una serie de objetos con un uso previsible y repetido. Se trata de una civilización que se ha construido a expensas del deterioro de lo humano, de esa autonomía que no descarta el sentimiento de trascendencia, que no evita a los dioses. La industria cultural, entonces, es uno de los instrumentos de la pérdida de esa autonomía: "A través de las innumerables agencias de la producción de masas y de su cultura, se inculcan al individuo los estilos obligados de conducta, presentándolos como los únicos naturales, decorosos y razonables. El individuo queda cada vez más determinado como cosa, como elemento estadístico, como éxito o fracaso"[25].

Si en la Escuela de Frankfurt se respira un clima de tragedia, insoportable para el sistema, los alegatos postmodernos expresan una tranquilizante aceptación de las cosas. Si aquélla sigue siendo la empecinada creencia de que el mundo podría ser distinto, estos celebran lo que es. Para Lipovetsky el "tiempo de la moda", nuestro tiempo, sólo es posible en la "era democrática, en la que reina un consenso y un vínculo fuerte, general, durable, que se relacionan con los valores fundadores de la ideología moderna: la igualdad, la libertad, los derechos del hombre"[26]. Los objetos, la cultura masiva, los grandes discursos que otorgan sentido a las cosas, están dominados por la lógica incontenible de "lo nuevo". Lo postmoderno está caracterizado por frivolidad y lo efímero: estos son sus méritos. Lo que nos permite despegarnos de cualquier ideología persistente donde se cultivan los fundamentalismos. Por eso la cultura mediática es la expresión victoriosa de esta forma de libertad. Es, dice Gilles Lipovetsky, el abandono de las opciones "de hierro" lo que permite la exaltación del individuo. Por eso, "los mismos que condenaban vagamente el capitalismo y sus excesos [...] comienzan a revisar sus juicios, que se vuelven favorables a la libre empresa. No por decepción, sino por la invencible atracción de lo Nuevo". La soledad del mundo postmoderno es otro de los rasgos de la libertad recuperada, que incluye el abandono de aquella constricción que requería producir permanentemente signos de comunicación. "Después de la era de la intransigencia y la teología, la era de la frivolidad del sentido", subraya Lipovetsky. El espacio mediático como lugar de transacción, donde las fronteras se diluyen, donde el intercambio entre culturas genera una nueva posibilidad de goce y reconocimiento.

Gianni Vattimo[27], el más entusiasta filósofo de la postmodernidad, atribuye a la existencia y la expansión de los medios masivos el mérito central de este "caos relativo" en el que "residen nuestras esperanzas de emancipación". Vattimo -conocedor profundo de Heidegger y Nietzsche- convoca a todos en favor de su fervor postmoderno. Es el fin del "fundamento", del dominio de la metafísica. "En la sociedad de la comunicación generalizada y de la pluralidad de culturas, el encuentro con otros mundos y formas de vida es quizá menos imaginario de lo que Dilthey supusiera: las 'otras' posibilidades de existencia están a la vista [...]. Vivir en este mundo múltiple significa experimentar la libertad como oscilación continua entre la pertenencia y el extrañamiento [...]. Oscilación del mundo postmoderno como chance de un nuevo modo de ser (quizá, al fin) humano"[28].

Los efectos de la comunicación masiva pueden ser "nada" o ser "todo". Extraña popularidad que justifica, una vez más, el interés por descifrarlos, Voltaire, en su Cándido, mostró una de las formas de pensar que elogia permanentemente lo que acontece: el optimismo de Panglós. "Está demostrado -decía el preceptor de Cándido- que las cosas no pueden ser de otro modo: porque estando todo hecho para un fin, todo lo está necesariamente para el mejor fin". Es verdad que Cándido, cuando aprende del mundo sus avatares, ante la pregunta de Cándido sobre qué es el optimismo, le responde: "Ay, es la manía de sostener que todo está bien cuando todo está mal". Pero ya era tarde: la vida había pasado.

- [1]Oscar Landi, Devórame otra vez (Qué hizo la televisión con la gente. Que hace la gente con la televisión), Planeta, Buenos Aires, 1992.
- [2]En realidad, la única teoría específica sobre comunicación es la "teoría matemática de la información" que, por cierto, se despreocupa de los efectos de su ejercicio, así como de los aspectos semánticos de los mensajes. Es frecuente que los estudios sociológicos miren con desconfianza toda alusión a esta teoría. Sin embargo, a partir de ella se han desarrollado prácticamente todas las formas técnicas de la comunicación moderna. En ese sentido podríamos decir que es una teoría "exitosa" y con cierta libertad podríamos llamarla "performativa": hoy la comunicación es lo que ella anunciaba. Por otra parte, Román Jakobson hizo suya esta teoría y el modelo matemático para formular su propio modelo de comunicación lingüística que, a su vez, influyó largo tiempo sobre la elaboraciones de la semiótica de inspiración estructuralista.
- [3]J. T. Klapper, Efectos de las comunicaciones de masas, Aguilar, Madrid, 1974
- [4]B.F. Skinner, Walden dos, Orbis, Madrid, 19X5 (Edición original en inglés, 1948).
- [5]B.F. Skinner, Sobre el conductismo, Planeta-De Agostino. Barcelona 1986 (Original en inglés, 1947).
- [6]J.T. Klapper, op. cit.
- [7]Iván Pavlov, reflejos condicionados e inhibiciones, Paneta- Agostini, Barcelona, 1986.
- [8]Serge Tchakhotine, Le viol des foules par la propagande politique, Gallimard, París, 1952.
- [9]Serge Tchakhotine, op. cit.
- [10]Serge Tchakhotine, op. cit.
- [11]Ralf Dahrendorf, Las clases sociales y sus conflictos en la sociedad industrial, Rialp, Madrid, 1970.
- [12]Nicole Laurin-Frenette, Las teorías funcionalistas de las clases sociales, Siglo XXI, Madrid, 1976.
- [13]Ralf Dahrendorf, ob. cit
- [14]Bronislaw Malinowski, Una teoría científica de la cultura, Hdliaa, Buenos Aires, 1970.
- [15]Citado en Mauro Wolf, La investigación de la comunicación de masas, Paidós, Barcelona, 1987.
- [16]Mauro Wolf, ob. cit.
- [17]Nicole Laurin-Frenette, op. Cit.
- [18]Ver J. T. Klapper, ob. Cit.
- [19]M. Horkheimer y T.W. Adorno, Dialéctica del Iluminismo, Ed. Sur, Buenos Aires, 1969.
- [20]W. Benjamin, "La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica", Discursos Interrumpidos I, Taurus, Madrid 1973.
- [21]Ver Susan Buck- Morss, Origen de la dialéctica negativa, Siglo XXI, Mexico, 1981.
- [22]M. Horkheimer y T.W. Adorno, ob. Cit.
- [23]Ibidem.
- [24]Ibidem
- [25]Ibidem
- [26]Gilles Lipovetsky, L'empire de l'éphémère, Gallimard, Paris, 1987.

[27]Ver Gianni Vattimo, La sociedad transparente, Paidós, Barcelona, 1990.

[28]Ibidem.