

EL ESTADO Y LOS MEDIOS

Los medios del Estado y los fines de los medios

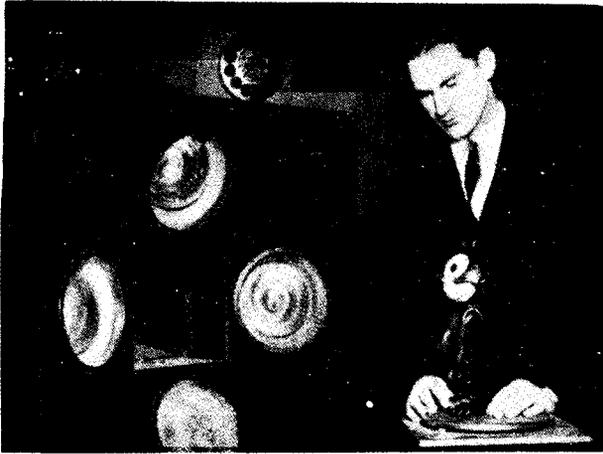
La necesidad de lograr mayor coherencia en la vida social se ha convertido en un requisito para conseguir la supervivencia y el desarrollo de las sociedades en las condiciones actuales del mundo. También lo es lograr una más amplia, consciente y concertada participación de toda la población en la transformación de la realidad. Dentro de ese marco de referencia, trataremos de esbozar aquí algunas pautas de comportamiento que precisa la operación de los medios masivos de comunicación social, para corregir su falta de correspondencia con las prioridades de la sociedad en conjunto. Se trata, en concreto, de sugerir elementos de una política de comunicación social que induzca un cambio de énfasis en la orientación del sistema actual. Un cambio que traslade al proceso de comunicación del interés particular al interés social; de la acción individualista a la acción solidaria; del interés del público al interés público; del comportamiento condicionado al comportamiento consciente y autodeterminado; del desorden público, que conduce a la involución y a la secuencia anárquica y destructiva, a un orden social racional, que sea fruto del designio del hombre y que sustente su desarrollo dinámico.

DEL DESORDEN AL CAOS

Desde su origen, el liberalismo económico admitió en la economía de mercado la propensión a desarrollarse en el desorden; de ahí que dicha concepción quedase entrañablemente asociada a la del Estado gendarme. El principio sustancial de la operación del mercado, el principio que propone asignar los recursos sociales y organizar la producción en los términos de las ciegas fuerzas del mercado, atribuye a una mano *invisible*, a una fuerza *oculta*, la facultad omnimoda de encauzar la vida social, aun a sabiendas de que esa fuerza no corresponde a una inteligencia única, previsor y consciente, sino a la suma metafísica de tantas inteligencias como productores y consumidores existan en una sociedad. El mercado funciona —cuando



Dibujo de Lawrence,
en SUPER SCIENCE STORIES, 1950



el desarrollo de las sociedades de masas,
basadas en la homogeneización
de las necesidades de los individuos

la primitiva cámara
que transmitió
la primera imagen televisada
en EUA, 1920.



la imagen de *Félix el gato*
tal como se vió
en dicha primera
transmisión

llega a funcionar— como un ordenador *a posteriori* de la realidad, o sea, corrige y orienta a partir de la experiencia fallida, inevitable en el desorden de su contexto natural. Para que funcione efectivamente, por ende, debe estar acompañado de una acción policíaca, o sea, de una fuerza que impida que ese desorden alcance grados que pongan en peligro la existencia misma de la sociedad.

Desde la época del mercantilismo económico se produjeron tales desórdenes en todas las sociedades que se hizo indispensable introducir correctivos en el sistema. Se requería que fuesen más eficaces y sutiles que la policía y que hiciesen frente a desórdenes como las crisis económicas, que se dieron tanto al nivel de la empresa como de la comunidad, de la nación o del planeta entero, y ante los cuales la policía parecía enteramente impotente. Uno de esos correctivos se expresó en el desarrollo de las sociedades de masas, basadas en la homogeneización de las necesidades de los individuos.

Este proceso fue ante todo un mecanismo automático del sistema, un producto necesario, no previsto, del funcionamiento de la economía de mercado, un aspecto de su evolución. Pero fue también, simultáneamente, un expediente que se empleó de manera consciente para corregir el desorden.

En esa tarea de homogeneización, el sistema de comunicación social cumplió un papel decisivo, aunque los cambios que en él se introdujeron fueron simplemente expresión y requisito de los que estaban ocurriendo al nivel de toda la sociedad. El mercado sólo podía existir a partir de una homogeneización básica: producir para el mercado implicaba hacerlo para un sujeto abstracto, indiferenciado, para una colección anónima de individuos, y no para individuos concretos, en la forma personalizada que caracterizaba la producción en las organizaciones sociales anteriores al capitalismo. Sin embargo, la velocidad del cambio en la estructura productiva, que la pujanza del

un sistema que promueve
la acción *individual*,
la iniciativa *personal*
y la competencia

capitalismo imponía, dejaba constantemente atrás el cambio en la conciencia de los individuos, que parecían resistirse a dar a sus necesidades *individuales* la forma social de las mercancías.

En este desfasamiento se expresaban múltiples contradicciones del sistema. Ante todo, el hecho radical de que un sistema basado en el individualismo, que funciona en torno al principio de maximización de las ganancias monetarias de los *individuos* y que promueve la acción *individual*, la iniciativa *personal* y la competencia, es al mismo tiempo un sistema que pretende cancelar la diferenciación de los individuos y que intenta configurarlos conforme a un molde único: el individuo *ideal* para el sistema, o sea, aquél que se ha vaciado de toda diferenciación y no tiene más necesidades que las que pueden ser satisfechas con objetos que existen bajo la forma de mercancías homogéneas, que él puede adquirir y adquiere. Otra contradicción se refiere al mecanismo de configuración de la oferta, ya que en una economía de mercado la producción debe realizarse en función de la demanda (quien produce algo que los consumidores no desean o no pueden adquirir, desaparece como productor) pero la demanda *espontánea*, en las etapas iniciales del desarrollo capitalista a que nos estamos refiriendo, se presenta como una exigencia de productos diferenciados, personalizados, que resultan la negación misma del esquema productivo de la empresa capitalista.

Es claro que éstas y otras muchas contradicciones del sistema son simplemente los diversos modos como se manifiesta la contradicción fundamental: la que existe entre la forma privada de apropiación de la producción y de sus medios –modo de apropiación que guarda semejanza con el de los sistemas anteriores– y la forma social de efectuar la producción misma –forma radicalmente novedosa. El sistema de comunicación social, en todo caso, desempeñó un papel clave en los esfuerzos por dar un tratamiento apropiado a estas contradicciones.

Se afirma que sólo hay comunidad si existe comunicación. Se da entre los hombres *unidad* social al establecerse comunicación (lo común a ellos). Mas toda técnica de comunicación incluye elementos suasorios o persuasorios. El estudio de la retórica (comunicación) fue desde Aristóteles la búsqueda de *todos los elementos de persuasión que tenemos a nuestro alcance*. Y esa técnica se desarrolló rápidamente en la economía de mercado para suadir o persuadir a toda la población, buscando que adoptase, a la velocidad requerida por el desarrollo del aparato productivo, las pautas de consumo de mercancías (los objetos uniformes para satisfacer necesidades previamente multiformes) que la misma producción imponía. Ese desarrollo culminó en este siglo con la invención, producción y avance espectacular de los medios masivos de comunicación.

Es evidente que los medios han desempeñado un papel fundamental en el proceso de homogeneización que caracteriza la evolución de las sociedades de masas en el siglo actual. Esto se aplica en particular a la televisión. Como recuerda Edgar Morin, “la acción de la información visual, superponiéndose a la especialización y a la dispersión del saber, desarrolla a su vez un poder de uniformación que se traduce en masificación propiamente dicha. Aun cuando las condiciones de trabajo puedan hoy diferenciarse, la acción uniformizante y masificante de la información continúa ejerciéndose”. Los representantes de esos medios plantean con razón que de esa manera han realizado una contribución significativa al avance del sistema, ya que dicha acción forma parte de él como una de sus condiciones de existencia. Por ello mismo, los medios son también un factor que contribuye a explicar las tendencias actuales.

Uno de los problemas que se asocian a esta evolución, consiste en el hecho de que la homogeneización da lugar a un nuevo tipo de desorden, aún más grave del que parecía combatir. La homogeneización conlleva un au-

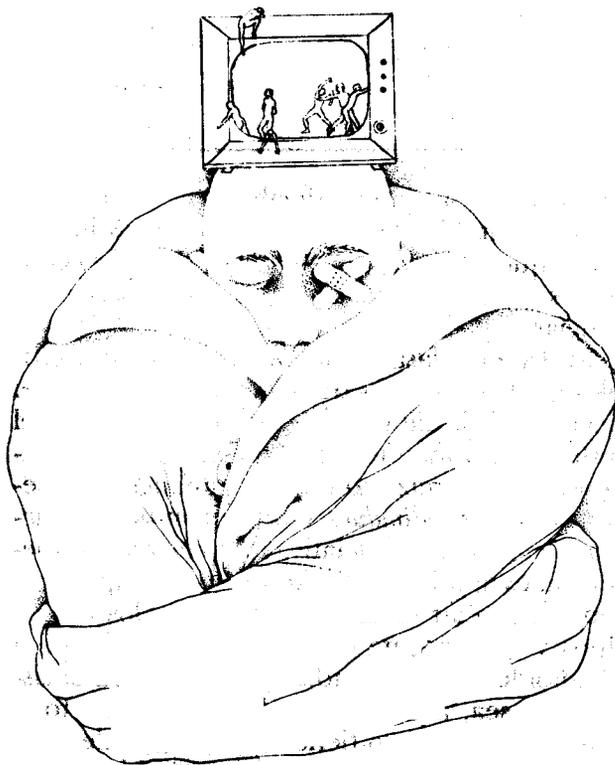
La entropía,
la medida del grado de desorden de un sistema,
es un proceso
de creciente incomunicación

dibujo de Renata Schussheim

mento en la entropía del sistema, o sea, lo acerca progresivamente a la inestabilidad, al caos. La diferenciación sustantiva que caracteriza tanto a un ser vivo, a un individuo biológico, como a una sociedad, se degrada constantemente en un sistema que parece exigir esa degradación como condición para seguir existiendo; ese proceso que reduce el grado de diferenciación del ser vivo o del ser social, lo conduce a una existencia crecientemente inerte y lo aproxima a su estado de máxima entropía: la muerte, el caos.

La entropía, la medida del grado de desorden de un sistema, es un proceso de creciente incomunicación. Cuando la materia pasa del estado sólido al líquido y al gaseoso gana en estabilidad, probabilidad y dispersión lo que pierde en orden: gas quiere decir caos en griego. La mayor homogeneidad es también menor integración, progresiva reducción de la interacción entre las partes, creciente incoherencia. Como ha dicho Borges, en un texto notable: "La primera ley de la termodinámica declara que la energía del universo es constante; la segunda, que esa energía propende a la incomunicación, al desorden, aunque la cantidad total no decrece. Esa gradual desintegración de las fuerzas que componen el universo, es la entropía. Una vez alcanzado el máximo de entropía, una vez igualadas las diversas temperaturas, una vez excluida (o compensada) toda acción de un cuerpo sobre otro, el mundo será un fortuito concurso de átomos. En el centro profundo de las estrellas, ese difícil y mortal equilibrio ha sido logrado. A fuerza de intercambios el universo entero lo alcanzará, y estará tibio y muerto".¹

Desde luego, sólo en sistemas cerrados (el único posible es el universo) la tendencia general al aumento de la entropía es irreversible, y en todo caso, aunque la tendencia se observa también en sistemas abiertos, no es posible aplicar mecánicamente a la sociedad esa ley física. Parece posible, como ha señalado Cesarman sin pretensión utópica, que las socie-



dades logren moderar el ritmo de aumento de la entropía, manteniendo –aunque sea de manera transitoria– niveles de integración donde pueda desarrollarse la iniciativa creadora del individuo. Ello se lograría al vincularlo creativa y diferenciadamente a la sociedad, fusionando en una sola la libertad individual y la social, y dando coherencia y coincidencia al interés particular y al colectivo.

La homogeneización que caracteriza el aumento de la entropía genera un tipo de estabilidad que parece a menudo sustituto del orden, pero que en realidad es la característica fundamental del desorden. Ésta es realmente la cuestión crítica de tal evolución. El proceso irreversible asociado al aumento de la entropía se traduce en una creciente incapacidad de

Jorge Luis Borges, HISTORIA DE LA ETERNIDAD, pp. 88-89, citado en Eduardo Cesarman, HOMBRE Y ENTROPÍA, Editorial Pax - México, S. A. México, D. F., 1976, p. 77. La obra de Cesarman contiene un excelente tratamiento del tema desde un enfoque multidisciplinario.

el aumento de la entropía
se traduce
en una creciente
incapacidad de cambio

cambio por parte del sistema, que se estabiliza en la inercia hacia su desintegración total. En términos sociales, el caos de la realidad física se expresa como anarquía, la cual resulta de la atomización de los integrantes de la sociedad: al perder sus mecanismos de diferenciación pierden también la coherencia y la capacidad de cambio, que son características del ser humano y requisitos necesarios de la existencia social.

Los efectos sociales de la homogeneización que contribuyen a inducir los medios masivos de comunicación han sido planteados con toda claridad por los propios publicistas, quienes sostienen: "La publicidad financia los medios de comunicación, y éstos difunden y crean una opinión pública abstracta que poco a poco va sustituyendo a los valores provincianos. Es un hecho que la radio, la televisión y los periódicos modernos, eliminan barreras regionales, *obligando* a las personas a adecuar su conducta en relación a una opinión pública abstracta, en

lugar de sentirse afectados únicamente por la acción directa, personal, de quienes componen el medio en que se desenvuelven".² Éste es, muy concretamente, el problema. Los *valores provincianos*, las *barreras regionales*, la *acción directa, personal*, son en realidad mecanismos de diferenciación que permiten conservar la identidad e integrarla en un orden social real. El paso a la opinión pública abstracta resulta a menudo un atentado a la persona, que adquiere como valores los de un mercado que le resulta no sólo ajeno sino inaccesible, al mismo tiempo que abandona los valores tradicionales conforme a los cuales orientaba su acción en la realidad concreta. En un país como el nuestro, el cambio de actitudes y comportamientos que los medios masivos contribuyen a inducir, se

² *La función de la publicidad en el desarrollo económico de México*. Estudio preparado por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado para la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, México, D. F. 1972, p. 27 (cursivas de G. E.)

se adquieren como valores
los de un mercado
que resulta no sólo ajeno
sino inaccesible

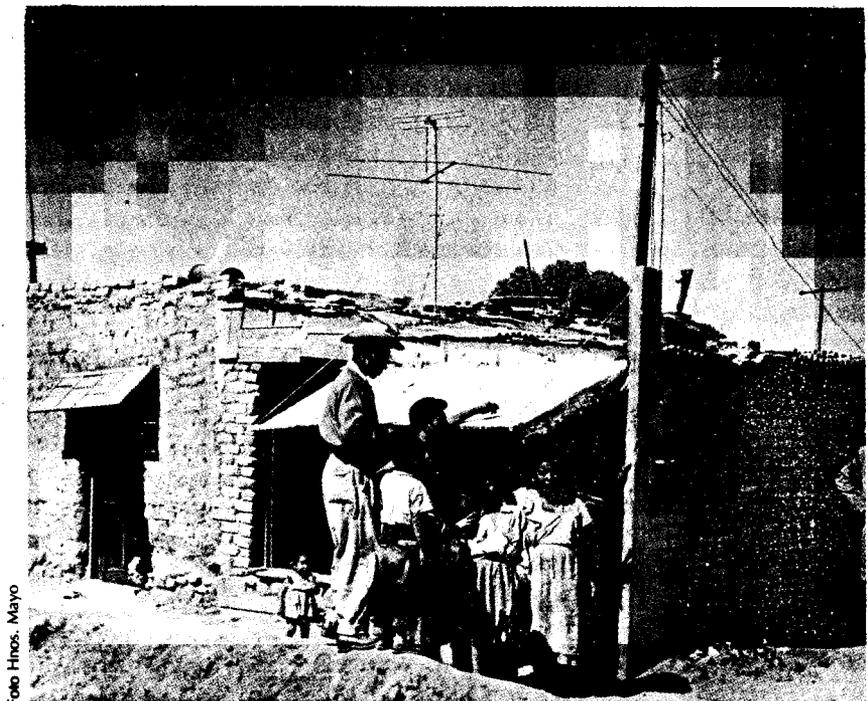


Foto Hnos. Mayo

el tránsito radical de los esquemas liberales a los sistemas de planeación

si se piensa en el terrorífico poder educativo
de la televisión ¿no es mejor que no se le use?
caricatura de Donald Reilly



presenta *antes* de que la sociedad sea capaz de producir las mercancías a que se refiere la homogeneización, con lo que su efecto de dispersión lanza al vacío las nuevas expectativas de los individuos. Homogeneizados en lo imposible, atomizados en la irrealidad, vaciados de voluntad propia (que se fincaba en los valores tradicionales perdidos), quedan entregados al desorden de una condición social que no parece ofrecerles más destino que el de una mayor atomización, creciente enajenación y pérdida progresiva de toda intimidad.

Ante estas circunstancias y tendencias, presentes en mayor o menor grado en todas partes del mundo, la búsqueda de coherencia en la vida social no es una frase retórica sino una necesidad urgente. En el plano económico, el empeño por satisfacerla se refleja en el tránsito radical de los esquemas liberales a los sistemas de planeación. En ningún país resulta ya admisible permitir que el esfuerzo productivo de una sociedad se deje en manos de las ciegas

fuerzas del mercado. Tanto a nivel nacional como internacional, todos los países buscan fórmulas que permitan organizar la acción en función de previsiones razonables y conduzcan a la adaptación *a priori* de la producción a las necesidades sociales, y no a la inversa.

Este fenómeno se refleja en la teoría de la información y la comunicación en una coincidencia creciente entre los investigadores de todas las escuelas, así como entre estudiantes; esta coincidencia tiende a romper con la tradición positivista-conductista. En medio de la crisis de las ciencias sociales, las nuevas corrientes establecen una relación estrecha entre la investigación y la política. Ya no se considera imposible deducir de las leyes que rigen los procesos sociales y prever científicamente lo que hay que hacer, para hacerlo en función de las necesidades humanas, en vez de plantear objetivos que no tengan más fundamento que los juicios de valor o las ilusiones especulativas. Los mecanismos para inducir comportamientos siguen siendo relativamente eficaces en términos de consumo, pero son por completo insuficientes para evitar el desorden social. Por ello, el estudio de los procedimientos de comunicación de masas no puede ya omitir una perspectiva global.

Los efectos subversivos del desorden económico y social prevaleciente, vuelven nugatorio todo esfuerzo de corregirlo que opere exclusivamente al nivel de la comunicación. Como ha señalado Kaarle Nordenstreng, "podemos escoger perfectamente las horas más adecuadas, la estación puede ser del todo popular, los programas muy ligados a la problemática de la vida real, el lenguaje completamente claro, la información promocional y la movilidad organizativa hechas con sumo cuidado; todo esto de nada serviría si nos dirigimos a un individuo cuyo medio ambiente objetivo y físico le es gravemente desfavorable, y que se encuentra así, por esta razón, en un estado de apatía psicológica y de alienación tales que carece de las motivaciones básicas que le



el perfeccionamiento
de los sistemas de manipulación
conduce inevitablemente
a las formas represivas y autoritarias
del poder social

un circuito sólido integrado,
aumentado
varios cientos de veces

parece más imperiosa. La magnitud y complejidad de sus necesidades, las crecientes dificultades para darles atención adecuada y, sobre todo, una presión social que busca con urgencia esa satisfacción y aumenta día con día, no dejan ya lugar a la imprevisión o a la dispersión de esfuerzos. Nadie confía ahora en que la evolución natural de los acontecimientos podrá restablecer, por sí misma, un orden social dinámico capaz de resolver los conflictos existentes; sólo una previsión razonable y una acción organizada y solidaria serían capaces de dar el cauce apropiado a los esfuerzos de la sociedad para sobrevivir y desarrollarse.

INDIVIDUALISMO Y SOLIDARIDAD

En el afán de poner coto al desorden general, la economía pública ha asumido un papel de gran importancia en todas las sociedades. En contraste con la economía de mercado, la economía pública es una acción programática, orientada. Una acción que prevé y actúa en torno a la coherencia social y no a la disociación.

permitan mejorar y cambiar su situación socioeconómica". Y agrega: "El establecimiento de políticas sistemáticas y de planificación a largo plazo es absolutamente indispensable para el desarrollo del sistema socioeconómico; en consecuencia, la necesidad de una política y de una planificación en el campo de los *mass media* deriva no solamente de una necesidad de control ideológico, sino también de una tendencia general hacia procesos socioeconómicos más coherentes".³

Esta necesidad de coherencia se aprecia con toda claridad en las grandes sociedades industriales. Unas veces se asocia al afán de conservar el orden establecido y afirmar el *statu quo* (por lo que se busca la coherencia en el perfeccionamiento de los sistemas de manipulación, camino que conduce inevitablemente a las formas represivas y autoritarias del poder social); otras veces se vincula a empeños de transformación social. Pero es, sin duda, en los países menos desarrollados donde tal necesidad

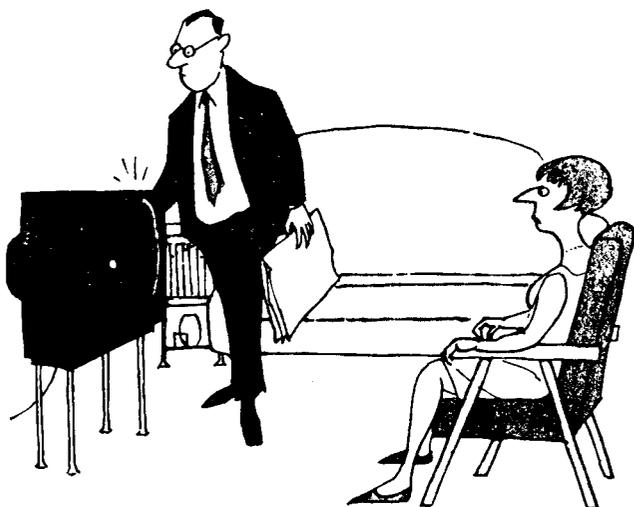
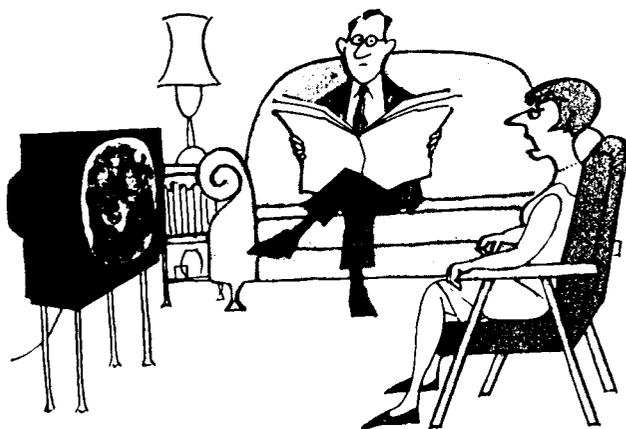
Pero esta tendencia, que abarca progresivamente todos los ámbitos de la vida social, ha sido vacilante y lenta en el campo de la comunicación social, como se observa claramente en nuestro país. Y es fácil ver por qué. Con la reivindicación económica de la propiedad, en la lucha contra el antiguo régimen, apareció la reivindicación política del derecho individual. Mientras en la monarquía la Constitución determina la forma de existencia del pueblo, ya que en ella el Estado *es* el monarca y el pueblo aparece como la clasificación que de él se hace en la Constitución, en la democracia política surge la Constitución del pueblo, o sea, en este régimen no es la Constitución la que crea al pueblo sino el pueblo quien crea la Constitución. En la democracia política, por ende, las

³ Kaarle Nordenstreng, *Nuevas tendencias de la teoría de la comunicación*, en *CUADERNOS DE COMUNICACION*, Núm. 9, México, marzo de 1976, pp. 25 y 27.

una burocratización
de los medios
que no logra resolver el problema
y genera otros igualmente graves

caricatura de Handelsman

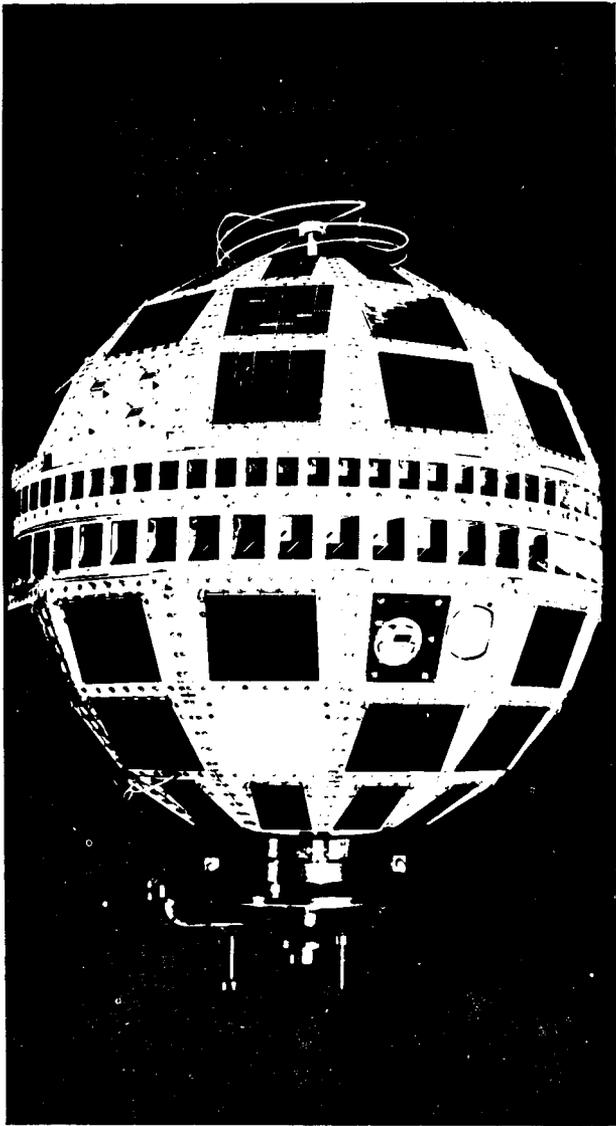
¿Cuánto tiempo más tengo que aguantar este insulto a mi inteligencia?



garantías individuales resultan sustantivas, inherentes al sistema. Todo esfuerzo por dar coherencia y orden al Estado tiene como límite la barrera del derecho individual.

Al introducirse el ruido —por exceso de información, por saturación de los canales— en los sistemas de comunicación social, al aumentar su entropía, su dispersión y su incoherencia, se han tenido que multiplicar los esfuerzos para darles integración, racionalidad y sentido. Con ellos, empero, ha surgido también una discusión circular, que en el momento actual ha adoptado caracteres muy vivos en nuestro país. Por una parte, el postulado de expropiar los medios masivos de comunicación, para que pasen a propiedad del Estado, surge generalmente como una reacción mecánica ante los planteamientos liberales a ultranza sobre la libertad de expresión; por la otra, el uso reiterado de esos planteamientos, apenas actualizados, parece constituir una respuesta automática ante la necesidad de modificar el sistema actual de comunicación social. El esfuerzo integrador queda así paralizado, ya que la crítica del enfoque liberal no parece ofrecer más opción que el mecanismo de expropiación, y éste conduce, según aducen sus opositores con apoyo en la experiencia de ciertos países, a una burocratización de los medios que no logra resolver el problema y genera otros igualmente graves.

Desde luego, el argumento no se refiere a la burocratización como sistema administrativo característico de las organizaciones sociales complejas sino que se relaciona específicamente con la gestión del Estado. Sin embargo, ni esta crítica de la burocracia, ni su defensa como tipo ideal de organización social —en los términos de Weber— o como respuesta al enfoque liberal, pueden conducir al análisis de otras opciones, en virtud de que dan por establecida y consideran inmutable una condición social en que el Estado aparece como mera resultante de la previa atomización de los individuos, cuya función se sustantiva en la reali-



persiste la manipulación
y el control, al asumirse
como realidad sustantiva del Estado
su realidad formal

dad abstracta del interés general que previamente se ha escindido del interés particular. En la sociedad cosificada y masificada, el Estado aparece como una instancia superior y abstracta que, al ocuparse de ese interés general, ha de mantener, al mismo tiempo, pleno respeto al interés de los individuos, a su libertad. Conforme a este enfoque, el rasgo diferencial del poder estatal consiste en ser un poder separado de la sociedad (de la producción y sus funciones) y por tanto una fuerza socialmente inducida, un poder coactivo que proviene de la atomización y disgregación de la sociedad. Esta noción constituye una descripción razonable del Estado en ciertas sociedades y corresponde, igualmente, a diversas experiencias en que la gestión estatal de los medios masivos ha tendido, incluso cuando se ha modificado el régimen económico de la sociedad, a operar en los mismos términos que el sistema liberal: ha cambiado el manipulador y acaso los procedimientos de manipulación o su sentido,

pero persiste la manipulación y el control, como un ejercicio autoritario, al proseguir la previa escisión entre el Estado y el pueblo, al asumirse como realidad sustantiva del Estado su realidad formal, al admitirse como condición de existencia social la enajenación general de los hombres, o sea, la situación en que los hombres se han hecho ajenos entre sí.

En realidad, como ha subrayado Enzensberger, la posibilidad de un control total de los sistemas de comunicación social por parte de una autoridad central no es algo perteneciente al futuro, sino al pasado.⁴ En un Estado moderno y concretamente en una democracia, "la información y comunicación en el orden del interés privado ha de garantizarse, sobre todo, atendiendo a la dignidad de la persona hu-

⁴ Con ayuda de la teoría de los sistemas, recuerda este autor, es posible demostrar que una red de comunicaciones o de distribución, tan pronto sobrepasa cierta magnitud crítica, no puede estar sujeta a un control centralizado sino que únicamente puede ser calculada de manera estadística.

la posibilidad de un control total
de los sistemas de comunicación
es algo
perteneciente al pasado

mana. No cabe confundir el interés del público con el interés público: el primero puede ser meramente particular, mientras que el segundo es, por definición, de carácter general. El hecho de que el respeto por la persona humana se haya de manifestar siempre de manera individual, no quiere decir que garantizarlo no corresponda al interés general, al bien común y, por ende, no sea de interés público. Pero la libertad individual sólo podrá manifestarse de manera cierta como resultado de la propia persona física, del respeto por su dignidad y plenitud. Confundir las cosas de las personas, y el derecho que puedan tener sobre las mismas, con el respeto por la persona humana, entraña el riesgo de dotar de derechos a las cosas en detrimento de las personas que no las poseen. Pretender, por otro lado, que los bienes sociales han de someterse al uso individual de las personas físicas sin consideración del interés social, para no lesionar su libertad, es ignorar. . . que sólo existen como resultado de la producción social".⁵

En estricto rigor, la cuestión de la libertad de expresión no parece pertinente cuando se aborda el tema de un sistema nacional de comunicación social. El solo hecho de que aquella garantía individual —derecho y obligación que suponen una capacidad— haya de tener como contrapartida necesaria el derecho social a la información, atestigua que estamos en presencia de dos órdenes de realidad, contrapuestos en un estado específico de cosas cuya transformación constituye el verdadero meollo de la cuestión. El respeto a la persona humana, base de la garantía individual, ha de partir de su existencia diferenciada y creadora, del auténtico ejercicio de su libertad. Si la libertad de expresión significa —como ocurre en la actualidad— ruido incoherente y homogeneizador, si a través de los medios masivos se instituye como un mecanismo de manipulación,⁶ la libertad de expresión se convierte en su negación misma. Un sistema de comunicación social que se apoya en la atomización de los individuos para

dar a todos, en su intimidad, el tratamiento medio, como exigencia ruidosa a la homogeneización de esos átomos sociales, trae consigo una profunda falta de respeto a la persona humana y a sus derechos reales de existencia. En esta discusión, no entra realmente en juego la libertad de expresión, aunque debe tomarse en cuenta que el derecho, la obligación y la capacidad que esa libertad supone, sólo pueden salvaguardarse, consolidarse y perfeccionarse con la superación del desorden público, o sea, en un orden social que propicie una práctica individual solidaria y consciente. Más bien parecen estar en juego intereses particulares que se encuentran a sí mismos en contraposición con el interés general y apelan, para que su reivindicación pueda pretender legitimidad, a un derecho social del que se han apropiado particularmente, dando al argumento una envoltura dogmática e inasible.

Esta yuxtaposición de los temas, que por sí misma contribuye adicionalmente a la incoherencia prevaleciente, resulta posible en la medida en que el avance tecnológico introduce en el sistema de comunicación social una estructura intermediaria a la que debe prestarse especial atención.

LOS FINES Y LOS MEDIOS

Los modernos medios de comunicación de masas enfrentan, en primer término, una contradicción esencial: mientras el número de personas bajo su alcance crece sin cesar y es realmente masivo, la naturaleza misma de la comunicación que se entabla a través de ellos suprime la relación de grupo y la establece entre individuos.

⁵ Prof. Henrique González Casanova, *Sistema Nacional de Información y Comunicación en los Asentamientos Humanos*, PRI-IEPE, Reunión Nacional sobre el Sector de Asentamientos Humanos, México, D. F., junio de 1976.

⁶ Un mecanismo que abandona cada vez más los elementos suasorios que llevarían a un análisis activo, para quedarse con los persuasorios, que tienden a sustituir el análisis por el condicionamiento, como se observa crecientemente en la radiodifusión.



Por otro lado, al mismo tiempo que se multiplica la posibilidad técnica de la comunicación, se reduce progresivamente la comunicación misma. Ahora que parece posible decirlo todo a todos, nada —o casi nada— se tiene por decir. O se dice cada vez menos en el tiempo cada vez mayor que supuestamente se dedica a la comunicación, y que en realidad se vacía cada vez más de material comunicante.

De este modo, las cuestiones de la comunicación social remiten necesariamente, en la actualidad, a un proceso y a su operador. El proceso pertenece al mundo de las máquinas, al ámbito de la tecnología. Como cualquier máquina, la de la comunicación encierra una doble posibilidad: la de potenciar desmesuradamente el trabajo humano, ampliando su alcance y resultado, y la de enajenárselo, es decir, de hacerle ajena su propia actividad vital, el fruto de su trabajo. Que se cumpla una u otra posibilidad, depende finalmente de las condiciones de operación del proceso, de la forma

al mismo tiempo
que se multiplica
la posibilidad técnica
de la comunicación,
se reduce progresivamente
la comunicación misma

anuncio de una corporación de televisión

en que los hombres se relacionan entre sí por su mediación, de la mecánica conforme a la cual se materializan en ella esas relaciones. Esta operación pertenece al tema de la producción, ámbito de la economía, puesto que se trata de una operación productiva. Se asocia también al tema del poder, al ámbito de la política, porque es una operación que afecta a la sociedad entera. Esta estructura intermediaria, base de los medios de comunicación de masas, se ha vinculado en la actualidad al doble motor de la ganancia y de la competencia. En medio del desorden característico de todo mercado, ha desembocado en una red inextricable que guarda cercano parecido a un campo de batalla donde la sociedad ventila —a menudo sin saberlo— sus antagonismos y tendencias, sus problemas y perspectivas, sus sentimientos y propósitos conscientes.

La operación de los medios masivos ha adquirido así una autonomía relativa, instalándose en el centro del aparato productivo de la sociedad para la producción de mercancías privilegiadas: las de la comunicación. Al margen de los fines que pretenda tener esta estructura intermediaria (sociales, humanitarios, simplemente comerciales, etc.), lo que interesa aquí son sus móviles, sobre los que no hay duda alguna: ganancia particular. Es por esto, no por la cuestión de la libertad de expresión, que entra en contradicción con el interés general, que no puede identificarse con la ganancia de un particular. Incluso quienes reivindican un *fin* social para las ganancias privadas, admiten que ése se realiza sólo cuando éstas se invierten de manera productiva y contribuyen así al desarrollo general. Puede dejarse aquí de lado la reflexión sobre el desorden en que tal inversión se realiza, así como su capacidad de disolución social y económica, pues lo que interesa subrayar es que no puede tener un *fin* social el *proceso* a través del cual se obtiene la ganancia privada, que es necesariamente un *fin* particular, aunque la *inversión* de esa ganancia pueda tener, bajo ciertas condiciones, un *fin* social.



Aunque la empresa puede plantearse lateralmente fines adicionales, sólo puede perseguirlos en la medida en que no contradigan su móvil fundamental, pues en caso contrario dejaría de existir como empresa.

El fenómeno puede apreciarse con toda claridad en el caso de la publicidad comercial. Un estudio que preparó el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, A. C.⁷ para la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, presenta un conjunto de consideraciones pertinentes al tema. Al recordar las condiciones que dieron principio al auge de la publicidad comercial, subraya el estudio que “ya no se trataba entonces de un mero instrumento de enlace entre el mercado y su abasto, sino de un medio para aumentar la demanda particular de la empresa por un lado y, por el otro, de eliminar a los competidores”. Así, continúa, “adviene la publicidad como factor influyente más que informativo. . . dando como resultado un instrumento de control social”. Al analizar

la promoción del consumo que realiza la publicidad en un país que no logra producir los bienes esenciales para la subsistencia de sus habitantes

en detalle la función de la publicidad comercial, el estudio señala que “mediante sus funciones de atraer y crear demanda, contribuye a cerrar la brecha entre una producción excedente e impedida intrínsecamente por el sistema y una magnitud de consumo menor que aquélla”. El fin de la publicidad se expresa claramente en el estudio, al destacar que “las empresas que utilizan más el servicio de la publicidad operan, en general, con utilidades satisfactorias”. Menciona, asimismo, cuales fueron las actividades industriales en que el gasto en publicidad tuvo mayor importancia relativa durante 1965: las de perfumes, cosméticos y otros artículos de tocador; elaboración de bebidas; fabricación de productos farmacéuticos medicinales; producción de jabones, detergentes y otros productos para el lavado y el aseo; y manufactura de productos de tabaco.

Con estas informaciones, es posible apreciar la contradicción que puede surgir entre el interés particular y el general, por un lado, y observar, por otro, que ese interés particular reconoce explícitamente haber construido un mecanismo de influencia y control sobre la sociedad. Al respecto, baste tomar en cuenta que la promoción del consumo que realiza la publicidad, actividad con la cual *contribuye* al desarrollo nacional a fin de canalizar la producción *excedente* (por falta de capacidad de consumo), se realiza en un país que todavía no logra producir los bienes esenciales para la subsistencia de sus habitantes. A la manera desordenada del mercado, semejante *excedente* hubiese podido servir de indicador al productor industrial para que *a posteriori* reorientase su producción de acuerdo con las necesidades reales —al menos las expresadas como demanda—, en vez de seguir produciendo *excedentes*, o sea, productos que los consumidores no demandaban naturalmente. Este es el mecanismo —más o menos ciego y torpe— que emplea el *mercado* para comunicar a los hombres entre sí. A pesar

tan irracional como el hecho de que ese esfuerzo publicitario se concentre principalmente en ramas como las bebidas, el tabaco y los perfumes

de sus defectos, algo se cuele por ese canal de comunicación. . . salvo que esté cerrado por la publicidad, que *influye* sobre los consumidores para que se comporten como el productor particular necesita: comprándole los *excedentes*.

Orientar la producción a ese mercado restringido y elitista, saturado de productos, sobre el cual tiene que ejercer todas sus habilidades la publicidad para derrotar al competidor o estimular al consumidor reticente, es tan irracional como el hecho de que ese esfuerzo publicitario se concentre principalmente en ramas como las bebidas, el tabaco y los perfumes.⁸ Al mismo tiempo que la sociedad necesitaba con urgencia información básica sobre sus problemas y sobre la forma de resolverlos, cuando se requería un esfuerzo prioritario y desmesurado para aumentar la producción de alimentos y energéticos —indispensables para la supervivencia y desarrollo de la sociedad—, los medios masivos de comunicación social aparecieron saturados de mensajes cuya existencia correspondía solamente al interés particular de

los productores de bebidas, tabaco y perfumes, interés que hicieron propio los integrantes de la estructura intermediaria de la comunicación porque así satisfacían su propio interés.

Desde luego, es claramente injusto atribuir a los servicios de publicidad la responsabilidad plena por este género de irracionalidad, como resulta absurdo analizar los problemas generales de la comercialización o la comunicación fuera de su contexto global. Pero estas reflexiones ponen de relieve que la contradicción puede existir y que de hecho ha existido en nuestro país por muchos años. Del mismo modo que la acción estatal para combatir la especulación comercial con los alimentos que el pueblo necesita no puede inhibirse por el hecho de que los especuladores aleguen que esa acción afecta la libertad de comercio —garantía individual—, el alegato sobre la libertad de expresión que pueden formular quienes en este campo tienen intereses particulares, sean legítimos o no, no puede ser factor que inhiba una acción estatal en materia de comunicación social.

Al respecto, la cuestión central no se refiere tanto a la necesidad de supeditar el interés particular al de la nación, como establece nuestra Constitución, sino que si queremos realmente evadir la falsa disyuntiva entre administración liberal y administración burocrática de los medios, es preciso plantear el problema en términos de la relación entre los intereses particulares y el interés general, que en una efectiva democracia deben ser coincidentes y no contradictorios.

LA DEMOCRACIA EN LOS FINES Y LA DEMOCRACIA EN LOS MEDIOS

La democracia se realiza, se hace real, cuando libertad y necesidad se coordinan e integran; cuando los individuos, lejos de existir

dibujo de Quino



⁸ No cabe aquí el análisis de la grave irracionalidad del mercado de medicamentos, a cuya deformación puede haber contribuido el hecho de estar incluida esta rama de actividad industrial entre los primeros cinco lugares en cuanto al uso de publicidad.



como nómadas, atomizados y homogeneizados en la masa, mantienen con iniciativa creadora sus intereses particulares como sustancia del interés general, y cuando el Estado se materializa en esos intereses particulares, o sea, cuando el Estado es el pueblo y el pueblo es el Estado, cuando entre los intereses particulares y el general no se registra contradicción sino concurrencia.

Por otra parte, cuando se trata de un Estado de Derecho que aspira a la democracia, como es el caso de México en el momento actual, la construcción democrática exige ejercer el derecho para resolver las contradicciones sociales y remover los obstáculos que impiden la realización de la democracia, supeditando (mientras se logra su integración) los intereses particulares al general. Y éste es un problema de poder: es el poder público, con un sustento social, quien puede hacer prevalecer el ejercicio del derecho social sobre cualquier interés particular que a él se oponga. Este problema, a su vez, comprende otro: el de la organización social.

“Hay algo más importante que la movilización social: la organización social; hay algo tan apremiante como la democratización: la organización democrática; hay algo superior al sufragio efectivo: la participación responsable de los ciudadanos que garantice una democracia efectiva”.⁹ Estos son, en efecto, los parámetros del problema de la información y la comunicación en nuestro país.

La coherencia que requiere nuestra sociedad en el momento actual, el esfuerzo solidario que es urgente emprender para atender las prioridades sociales, no depende del ejercicio autoritario del poder, en su concepción tradicional. La autoridad y el control implican, en lo fundamental, un proceso de sustitución del juicio de quienes se hallan sujetos a ella. Tal sustitución puede operar como *coerción*, cuando ocurre con el conocimiento pero sin el consenti-

La coherencia que requiere
nuestra sociedad
no depende
del ejercicio autoritario
del poder
en su concepción tradicional



Foto Hros. Mayo

miento voluntario del subordinado; como *manipulación*, cuando quien adopta el comportamiento inducido no tiene conciencia de lo que está ocurriendo o de su significado; como *autoridad propiamente dicha*, cuando se efectúa la sustitución del juicio —e incluso una forma de coerción— con el consentimiento de la unidad social; y como *persuasión*, cuando se prefiere *voluntariamente* otro juicio al propio —con una voluntad que se configura a menudo a espaldas del sujeto.

Para lograr una acción solidaria y coherente de toda la sociedad es preciso movilizarla, poner en juego su acción a partir de la definición de sus móviles. Es preciso que tales móviles sean *reales*: aquí no cabe la manipulación. Movilizar a la sociedad no es generar o inducir comportamientos hacia fines especulativos —de cualquier índole— o en relación con hábitos de compra, hacia el consumo. Movilizarla ha de implicar, esencialmente, suscitar el análisis activo de las necesidades y problemas comunes y de las formas comunes de solucionarlos: problemas de comunicación.¹⁰

Ha dicho Enzensberger: “Donde digo *movilizar*, quiero decir *movilizar*. . . Hacer que la gente sea más móvil de lo que es. Que posea la libertad de un bailarín, la presencia de ánimo del futbolista, el factor sorpresa de un guerrillero. Quien considera a las masas como objeto de la política, no logrará movilizarlas; sólo quiere darles órdenes. Un paquete, por ejemplo, no posee movilidad: tan sólo se le envía de un lugar a otro. Las concentraciones multitudinarias, las columnas y los desfiles inmovilizan a la gente. La propaganda que no da rienda suelta a la autonomía, sino que la paraliza, sigue el mismo esquema. Conduce hacia una despolitización”.¹¹

Un gobierno de base popular, que pueda tener la legitimidad del consenso democrático e intente actuar en alianza con esa base, sin apartarse de ella, puede contribuir a la gestación y ser el principal gestor de ese género de movilización: operaría así como conciencia de



Foto Hnos. Mayo

vanguardia de la sociedad. Mas esto no basta. *Hay algo más importante que la movilización social: la organización social.* Para que tal movilización pueda gestarse democráticamente y encauzarse en términos de las necesidades sociales, para que no corra el peligro de expresarse como acción anárquica, ha de apoyarse en la organización social. En vez de los individuos atomizados, inertes, altamente entrópicos, de un sistema proclive a la inestabilidad y al caos

¹⁰ Tienen aquí cabida las utopías, pero no las fantasías personales o los proyectos subjetivos sobre cómo debería ser el mundo. Puesto que lo único imposible como perspectiva vital, como posibilidad de supervivencia y desarrollo, es dejar las cosas como están y admitir que prosigan ciegamente los procesos en curso, las utopías —y sólo ellas— resultan posibles, viables, como camino por recorrer, a condición de que, lejos de ser expresión personal o de grupo, sean fórmulas sociales de integración surgidas del esfuerzo colectivo, que a través de acciones concretas produzcan resultados previsibles generalmente admitidos.

¹¹ Hans Magnus Enzensberger, *ELEMENTOS PARA UNA TEORÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Cuadernos Anagrama, 1976, Barcelona, p. 10.

una política de comunicación
que trate de sustituir el ruido,
la presión desarticulada y caótica
de los intereses particulares

cuyo contexto es la homogeneización enajenada, es preciso contar con organizaciones sociales concretas (partidos políticos, sindicatos, asociaciones profesionales, sociedades cooperativas, asociaciones y sociedades civiles o mercantiles, etc.), en las cuales pueda plasmarse el contenido básico de la acción solidaria: campos en los que la concurrencia de los intereses particulares y el interés general no sea una entelequia, mecanismos a través de los cuales pueda ejercerse una libertad de expresión que sea simultáneamente libertad individual y libertad social, foros donde sea posible compatibilizar, al nivel del hombre concreto, libertades y necesidades, bases democráticas reales de un sistema nacional de comunicación social.

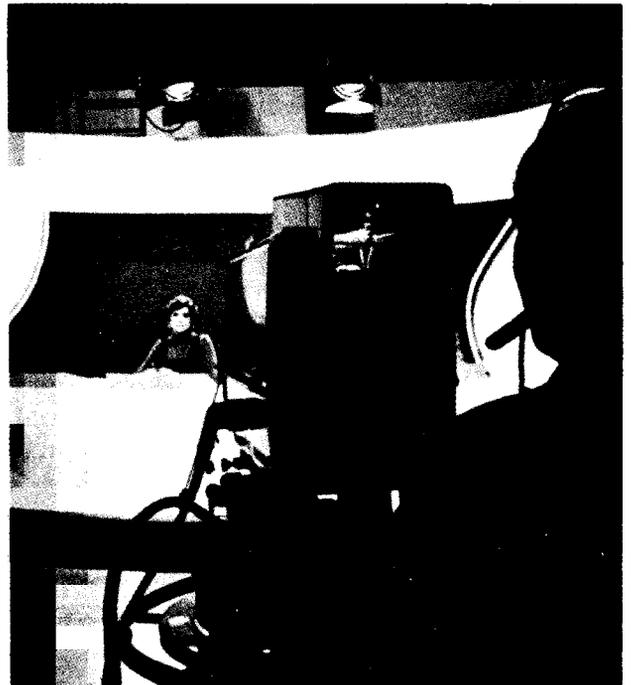
Se trata, por tanto, de la organización democrática y de la *participación responsable de los ciudadanos que garantice una democracia efectiva*. Puesto que la realidad social actual refleja la incoherencia y el desorden que han caracterizado nuestra evolución como economía de mercado, no cabe esperar que la movilización sea general: es previsible que diversos intereses particulares, organizados o no, expresen aún contradicciones con el interés general. El problema se complica cuando las personas con tales intereses se consideran a sí mismas como intereses, es decir, cuando existen como la personificación de esos intereses, y por lo tanto son incapaces de re-conocerse como personas, de establecer distancia con sus intereses particulares y de asumir como propio el interés general. Ni siquiera en tales condiciones parecen apropiadas la manipulación o la persuasión (por su contenido manipulador). Si no resultan suficientes los elementos suasorios del análisis activo de la realidad planteado como requisito de la movilización, sólo queda como opción ante estos casos el ejercicio de la autoridad propiamente dicha, que sería aquí el ejercicio del derecho, sustentado en el consentimiento de la unidad social a través del consenso popular, y expresado en leyes y disposiciones de aplicabilidad general. Si se dan estas

condiciones, el ejercicio de la autoridad sería simplemente una operación de rescate del orden público, para atraer a su esfera a quienes pretendan sustraerse de él.

En conjunto, estas consideraciones apuntan hacia una orientación de la política de comunicación que trate de sustituir el ruido, el desorden público, la presión desarticulada y caótica de los intereses particulares que compiten en términos de su fuerza relativa, por un orden social dinámico que se ajuste a las prioridades nacionales y que promueva el análisis activo de nuestros problemas y sus soluciones como requisito de coherencia. De esa forma, sería posible movilizar un esfuerzo solidario que interactuara de manera creadora con organizaciones sociales democráticas.

Si en este esquema se rechaza explícitamente la administración liberal de los medios masivos de comunicación, tampoco se admite que, junto a ella, no exista más opción que su administración burocrática. La gestión gubernamental

transmisión de un noticiero de Canal 13



una libertad de expresión
que sea simultáneamente
libertad individual
y libertad social

transmisión
de un desfile militar
en la Ciudad de México



mental ha de concentrarse en la información y la comunicación relativas a los asuntos públicos, al interés general, y a través de funcionarios responsables ha de participar en los canales de comunicación, en términos pertinentes y significativos para sus propósitos y motivos, evitando que por su parte pueda generarse un ruido semejante al del mercado. Pero el Estado, además, tiene la responsabilidad de establecer la definición de las prioridades sociales partiendo del consenso democrático y sometiéndolo dinámicamente a la consideración de las organizaciones sociales democráticas en las cuales debe sustentarse. Esto exige comunicación —es en sí un acto de comunicación— que conlleva la necesidad de regulación legal y administrativa, para mantener la operación de los medios masivos en correspondencia con tales prioridades, haciendo uso de las facultades que la ley otorga al Estado o proponiendo oportunamente reformas legislativas que lo faculten para cumplir esta función.¹²

Debe ponerse énfasis especial en los mecanismos de vigilancia, para que éstos impidan el uso manipulador, autoritario o desordenado de los medios masivos, en cuya operación sólo deberán seguir participando los individuos y las organizaciones que hayan logrado identificar sus intereses particulares con el interés general. No es el sistema social de comunicación —fruto de la producción social y sin más destino que la sociedad entera— el foro adecuado para ventilar el conflicto de cada uno de los intereses particulares, ya que éstos tienen caminos legales, económicos y sociales para hacerlo; lo cual no excluye, desde luego, el tratamiento de las cuestiones relativas a los casos en que esos caminos han sido cortados: el respeto a la persona humana y al interés particular son claramente asuntos de interés público.

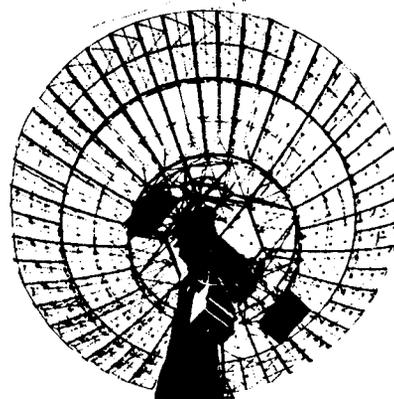
En suma, como ha dicho Hugo Gutiérrez Vega, las nuevas formas de la comunicación social deben orientarse a “convertir al pueblo en protagonista de los medios de comunicación, en gestor de sus propios mensajes, y a

convertir a los medios en organizadores de la movilización social”.¹³ Y la gestión estatal que puede conducir a esa transformación no es como la que apela demagógicamente a una multitud informe, en una actitud que no esconde su desprecio por ella, sino que, por el contrario, debe partir de una base popular organizada y asumirla como guía. El gobernante, según una frase del Hiau-nan Tzu, “monta sobre la potencia de la multitud como si ésta fuera su carruaje, dirige la sabiduría de la multitud como si ésta fuera su caballo y, por lo

¹² “La búsqueda del equilibrio que permita la regulación de los mensajes gubernamentales, la presentación de las opciones de la oposición y de los particulares, así como el ejercicio de los intereses legítimos del comercio y la publicidad, sólo podrá encontrarse a través de estatutos jurídicos que satisfagan la necesidad de congruencia en la diversidad”. Jorge Alberto Lozoya, *La actividad política y los medios de comunicación*, PRI-IEPES, Reunión Nacional sobre Medios de Comunicación, México, D. F., 1976.

¹³ Hugo Gutiérrez Vega, *Comunicación de masas: teorías y proporciones*, en *CUADERNOS DE COMUNICACION*, Núm. 4, México, D. F., octubre de 1975, p. 21.

la publicidad financia
los medios de comunicación
y éstos difunden
y crean una opinión pública abstracta



empinados, jamás pierde el rumbo”. Como ha recordado Horacio Quiñones al mencionar esta frase, “esta filosofía, según la cual la multitud es potente y sabia, no es privativa de México; pero está implícitamente presente en nuestros actos políticos. No es, desde luego, la filosofía capitalista de Hobbes y Adam Smith”.

Dentro de esta orientación general de la política de comunicación social que se sugiere, caben algunas reflexiones específicas sobre la estructura intermediaria. Caja de resonancia de la condición social, de su desorden, sólo puede transformarse en función del cambio de la sociedad misma. Sin embargo, ese desorden ha dado lugar a su relativa autonomía: a veces la ejerce como expresión directa de sus propios intereses particulares; otras veces, refleja en su comportamiento la condición atomizada de la sociedad y proyecta como opinión pública abstracta —como expresión del interés del público— su interpretación subjetiva de las manifestaciones medias de esa opinión. Como es obvio, contribuye de esa manera, adicionalmente, al desorden general. Por ello, los cambios que se requieren en el conjunto de la sociedad para el logro de una mayor coherencia, a través de la organización social democrática, adquieren particular relevancia en el caso de las estructuras intermediarias de la comunicación. Del mismo modo que ahora han potenciado el desorden público —acaso sin quererlo y sin saberlo—, bajo nuevas condiciones podrán ser potenciadoras de la organización social democrática y de las nuevas formas de coherencia orgánica. Sólo la participación social organizada, políticamente responsable, en la estructura intermediaria, constituye una auténtica opción a las formas enajenantes de su existencia: la censura burocrática y la participación liberal de los individuos en los medios.

La democratización de los medios masivos, a expresarse en una auténtica política de comunicación social, se entiende así como la concurrencia de tres procesos simultáneos: la democratización de la sociedad en conjunto —con la

construcción de organizaciones democráticas—, la integración *social* de los contenidos de la comunicación —del origen de la información, de su selección y programación, de su manejo técnico y artístico, etc.— y la transformación democrática de las estructuras intermediarias mismas. Estos procesos conducirían a integrar, como una sola realidad, los medios del Estado y los fines de los medios, en un orden social coherente que haría de la transformación de la realidad física y social, guiada por las necesidades humanas, su único móvil y su destino real, radical.

dibujo de Renata Schusheim

