

Imaggen

Artes Letras Espectáculos. CONAC. CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA.

Nº 100-27. Caracas, febrero de 1987. P.V.P. Bs. 10

63



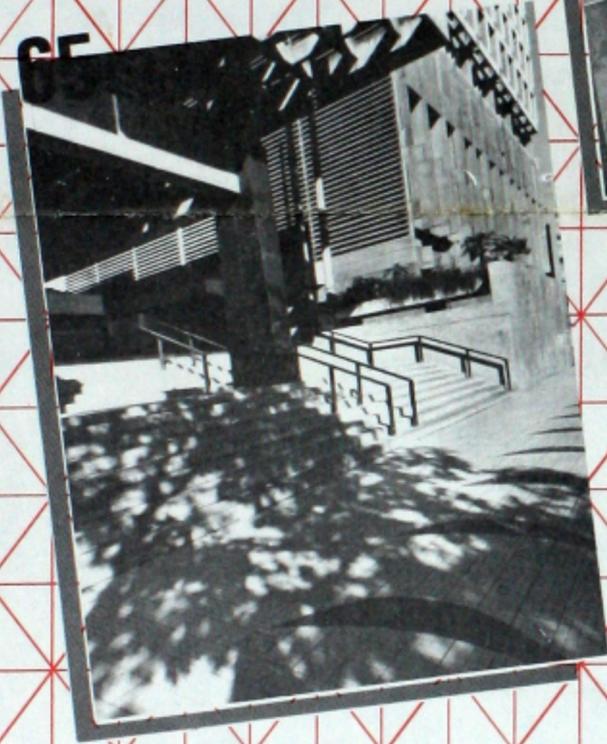
69



76



65



73



80



67



VIII
BIENAL
DE
ARQUI
TECTU
RA

Manipular, operar con las manos repletas de gérmenes; ¿usaremos safe-guard?

Una tradición muy fuerte dentro de las "disciplinas" que abordan la comunicación como objeto genérico de conocimiento, redujo el desarrollo de los medios de difusión masiva a un único concepto: el de la manipulación. En un principio, esta categoría tuvo un gran valor heurístico y posibilitó una larga serie de investigaciones analíticas, pero, a la larga, se convirtió en un mero slogan político, en una noción incrustada en el discurso crítico común. No obstante, esta tesis no deja paso a ninguna fuerza impulsora, tiene un carácter defensivo y a veces, derrotista. Generalmente, no llega más allá de un ataque a las actuales condiciones de propiedad, y como es obvio, una expropiación o transferencia de los medios no garantiza que no se reproduzca la criticada verticalidad, verbigracia, la situación que en este campo se presenta en los países socialistas.

La tácita premisa básica de la tesis de la manipulación es la fe liberal en la existencia de una verdad pura en cuestiones políticas y sociales. Ante el hecho "descubierto", léase manipulación, se muestra indignación moral y se habla de él en tono plañidero. Algunas resistencias y el miedo al contacto con "la inmundicie", es decir, los mass media, conducen al aislamiento y la inercia. Estos temores tienen uno de sus orígenes en que muchos de los estudiosos del área han formado parte de la intelligentsia, y los nuevos medios, potencialmente, ponen en entredicho los privilegios del elitismo cultural.

A la atribuida omnipotencia de los medios le sigue la demonización del propietario emisor. Ante cualquier tentativa de avance en perspectiva y acción, comienza a sospecharse de integración. Esta suspicacia no carece de fundamento pero también podría encubrir la propia ambivalencia e inseguridad;

El reverso de este temor al contacto con los medios, es la fascinación que éstos ejercen sobre los movimientos de izquierda en las metrópolis. Por una parte, los militantes de izquierda se refugian en unas formas de comunicación anticuadas y en unos esotéricos trabajos manuales..., por otra parte, no pueden sustraerse al programa o estética de la industria de la conciencia. Esto conduce... a una división entre la praxis política de concepción puritana y la esfera privada del "tiempo libre"... (1)

Desde el punto de vista etimológico, el término manipulación significa una consciente intervención técnica en un material dado. Si esa acción tiene importancia social inmediata, estaríamos ante un acto político. Ese es el caso de la industria de la conciencia.

...toda utilización de los medios presupone una manipulación. Los más elementales procesos de la producción, desde la elección del medio mismo, pasando por la grabación, el corte, la sincronización y la mezcla, hasta llegar a la distribución, no son más que intervenciones en el material existente. Por lo tanto, el escribir, filmar o emitir sin manipulación, no existe. En consecuencia, la cuestión no es si los medios son manipulados o no, sino quién manipula los medios... (el subrayado es nuestro).

A la manipulación de los medios no se le debería acometer con alguna forma de censura, sino con un control social directo, es decir, mediante unos

públicos que han llegado a ser productivos. Avanzar paulatinamente hacia una manipulación democrática de los medios.

Nuestras necesidades son falsas.

Para Hans Magnus Enzensberger(3), la tesis que afirma que el capitalismo actual vive gracias a la explotación de unas falsas necesidades es una verdad a medias. En lo fundamental, compartimos esta aseveración. La fuerza de atracción del consumo masivo está basada en la falsificación y explotación de unas necesidades completamente reales y legítimas, sin las cuales sería ineficaz el proceso publicitario de la industria de la conciencia. Las gentes tienen necesidades e intereses históricamente nuevos que se unen a los ancestrales. En el proceso aludido son arrastrados motivos psicosociales; prestigio social, normas de identificación, pertenencia, entre otros. Dentro de las nuevas aspiraciones colectivas estarían el deseo de una nueva ecología, la supresión de las barreras del medio ambien-

te, una estética no convencional. También encontraríamos la necesidad de participar en el proceso social, de promover novedosas formas de interacción, la necesidad de liberación de la ignorancia y el tutelaje, la necesidad de autodeterminación.

En las sociedades modernas, los sistemas megatécnicos, mediante una publicidad sustentada en refinadas técnicas psicológicas y de comunicación de masas, llevan al individuo a desear y buscar activamente los bienes y servicios que la infraestructura tecnológica es capaz de proporcionarles en cada momento. Los sistemas del orden tecnológico orientan en una determinada dirección necesidades muy específicas, que en su conjunto constituyen una parte muy importante de la demanda de productos y servicios, pero el hecho de que las necesidades sociales se dirijan hacia un conjunto de productos de valor cuestionable no debe llevarnos a concluir que estas necesidades son falsas. Para las personas que las expresan son tan reales como cualesquiera otras. Lo que sucede es que estas necesidades no

son autónomas, son el producto de la necesidad de un sistema megatécnico externo a las personas. Estimulación, heterodeterminación, control, reorientación planificada de acuerdo a estrategias de mercadeo, serían los términos más adecuados para abordar la referida situación. Se produce así una pauta de adaptación inversa(4), al acoplarse los fines humanos a los requerimientos de los medios técnicos.

Con el objetivo de arrojar nuevas luces sobre este tópico y eludir las especulaciones recurrentes, sería pertinente la emergencia de estudios serios sobre las necesidades y aspiraciones reales del hombre común de hoy, indagaciones que interpelen a los sujetos en su cotidianidad.

(1) Hans Magnus Enzensberger: Elementos para una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, Editorial Anagrama, 2da. edición. 1974, p.p. 22, 23.

(2) Ibidem, p.p. 25, 26.

(3) Op. Cit.

(4) Landong Winner: Tecnología Autónoma, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A., 1979.



LA MANIPULACION DE LOS MEDIOS Y LAS FALSAS NECESIDADES: DOS SLOGANS EN CUESTION

Carlos Eduardo Colina