

Miguel Angel Briceño*

*Epistemología y comunicación***

En nuestros países, cuando se reflexiona sobre el medio televisivo y su impacto global en la sociedad, se termina demandando explícita o implícitamente a este medio, que no obstaculice nuestros esfuerzos — ya convertidos en tradición— de alcanzar el desarrollo.

Con más arrojo o quizás con más apoyo, se llega hasta a demandar de aquellos entes a los que se les atribuye el poder, que ejerzan sobre dicho medio algún tipo de control, con el objeto de convertirlo, de obstáculo, a facilitador de tan añorada meta.

Este sano proceder que supuestamente beneficiará a las mayorías y hasta a la minoría que manipula el medio, está fundamentado en un conjunto de proposiciones de gran aceptación en los ambientes intelectuales. Quizás escaso examen detallado de dichas proposiciones ha hecho posible la subsistencia de la monótona confrontación entre los discursos repetitivos: el entusiasta y el pesimista. En lo que sigue, tratando de no caer en la manida discusión ética sobre los medios y los fines, procederemos a examinar tres de las proposiciones que consideramos más difundidas.

Luego a la luz de las conclusiones a que se llegue, pasaremos a profundizar sobre el problema de la participación e interacción informativa Medio-Sociedad, para finalmente intentar delimitar algunas recomendaciones para nuestro subconsciente.

I. La primera proposición se refiere a que el tipo de información recibida a través de los medios de comunicación —y hoy día fundamentalmente a través de la Televisión— determina bastante el tipo de acción o pasividad que muestra el individuo en la sociedad.

En efecto, desde hace ya varias décadas esto ha venido estudiándose desde varios ángulos. Uno de los primeros estudios sistemáticos en

* Profesor del Instituto de Filosofía. Universidad Central de Venezuela.

** Este planteamiento fue presentado como papel de trabajo en el marco de la Conferencia Nacional sobre los Derechos del Niño, realizada en Caracas del 27 al 29 de agosto de 1991.

el campo de la sociología norteamericana fue el de Robert Merton, quien conjuntamente con Paul Lazarsfeld, tipificó el problema de la siguiente manera: el temor indiscriminado ante los medios se debe más a la inseguridad de la posición social de los individuos y su precaria posición de valores, que al poder del Medio mismo.

En este sentido preocupan sus efectos sobre el gran público en términos de que por una parte, logren la rendición de sus facultades críticas y un vano conformismo. Por la otra, que deterioren el gusto estético y la cultura popular. Como se observa, la hipótesis de Merton se basa en la posición de cada individuo con respecto al Medio y con respecto a una situación de franca movilidad social. Supone la existencia de una estructura social exterior a cada individuo, donde a éstos les toca simplemente trepar, acechar y ser acechados. Por esto, más que una respuesta global social, sólo destaca un presunto rasgo conductual y cómo el mismo se supone percibido.

Los supuestos no probados y el énfasis en la percepción, más que en la acción efectiva, se encuentran también a la orden del día en los propios temores percibidos por los individuos y que Merton nos reporta: se parte del supuesto de la existencia *previa* de una facultad crítica y de un refinado gusto. Igualmente, de que ambas cosas son de una fragilidad tal que necesariamente serán aniquilados y, de paso, por un Medio que se le otorga, también a priori, el poder para hacerlo.

En relación a la actuación del Medio sobre el logro de la pasividad del individuo, ésta es percibida por Merton como disfuncional, al partir del supuesto de que a la compleja sociedad moderna *no le interesa* tener amplios sectores de la población apáticos e inertes. Esto último es también suponer que la sociedad global piensa, y si con esto se refiere al pensar de los dirigentes, no hay pruebas contundentes como para otorgarles axiomáticamente tal tipo de interés.

La pasividad se lograría por medio de la manipulación del tipo y la cantidad de información suministrada por el Medio al individuo. La información positiva sobre los individuos produciría una «sociedad de admiración recíproca»; la negativa sobre «los otros» desencadenaría la censura hacia ellos y el aumento de prestigio para el medio. Esta información negativa producida por los individuos sobre los medios que

aquí tratamos, la cual aumentaría el prestigio de ellos y censuraría a los medios, no está contemplada en este esquema explicativo. No está aquí claro por qué esta reacción de los pasivos no es seguida de la consecuente acción neutralizadora de los activos medios. ¿O si ésta se da, por qué aquí no está completada?

El volumen de información percibido por el individuo desde el Medio llegaría a confundir el *conocimiento* de los problemas del día, con una *acción* relacionada con ellos. Esta aguda conclusión traería gravísimas consecuencias en el aumento de la pasividad individual. El sujeto tendría clara conciencia de lo que hay que hacer, pero sentirse un «individuo preocupado por los problemas sociales» sería percibido por él como una forma de acción efectiva y suficiente. Así, mayores dosis de información, sólo incrementarían ese conocimiento pasivo. Pudiéramos entonces pensar que este sería el destino de todo conocimiento así transmitido. Inclusive hasta de la información sobre el conocimiento de los efectos del propio medio sobre el individuo. Lo cual haría superfluo y hasta dañino el tipo de reflexión que aquí hacemos.

Pero en este mismo análisis nos enteramos que la influencia del Medio radica también en lo que no dicen, en lo que callan, estas cosas frecuentemente tienen que ver con «preguntas esenciales sobre la estructura de la sociedad». Pero paradójicamente, si es cierto lo afirmado arriba, el poco volumen de información recibida sobre esos temas, no estaría aumentando la pasividad individual en relación a los mismos, sino por el contrario, estaría aumentando y preservando la posibilidad de opinión crítica. Con ello se lograría hasta reformular a Wittgenstein así: «de lo que nada puede decirse, lo mejor es actuar». Pero lamentablemente, esta no es la conclusión a la que llegan los estudios de influencia, aunque partan de ese supuesto.

En relación al bajo nivel de gusto popular, Merton encuentra que el mismo aparece paralelamente con la masificación de la Instrucción Pública. Igualmente, apoyándose en estudios concretos, llega a una conclusión que también encontramos en autores de la talla de Rousseau, Tocqueville y McLuhan: el Medio tiende a conservar lo ya adquirido más que estimular su adquisición. Se comportaría como un gran mecanismo amplificador de lo existente. Y esta conclusión no sustenta precisamen-

te el presupuesto de influencia nociva del Medio sobre los individuos, más bien lo descubre como un eficaz mecanismo para la conservación de la identidad social.

Esta conclusión a que llegamos está también apoyada por el examen que hace Merton sobre las condiciones para que la utilización del Medio para fines sociales establecidos sea realmente eficaz. La primera es la monopolización del Medio que garantice la no existencia de contrapropaganda, lo cual sólo es posible en sociedades autoritarias. La segunda es que se utilice para canalizar los valores básicos y no para subvertirlos, lo cual acabamos de tratar; y por último, que se logre integrar al mecanismo comunicativo ancestral llamado «cara a cara».

Como se ve, toda la argumentación no muestra el grado de poder que se le atribuye al Medio y mucho menos a la información que transmite. De un poder que vaya más allá del simple mantenimiento y ampliación de las pautas sociales más conocidas y previamente aceptadas.

Nos hemos apoyado para el desarrollo de este punto en el trabajo de Merton por la excelente sistematización que muestra en todos los factores involucrados. La proliferación de trabajos posteriores generalmente se refieren a aspectos parciales y básicamente parten de algún supuesto de los aquí criticados. No obstante es innegable que en aquellos aspectos específicos donde efectivamente el Medio ejerce una influencia en los individuos, se suscita una situación en la relación información-acción que debemos examinar con más detenimiento. Estos se relacionan fundamentalmente con las dos grandes actividades del individuo-masa: el trabajo y la diversión.

Un sociólogo y a su vez filósofo, que hace también ya varias décadas ha tocado de una manera sistemática, pero bajo otro enfoque, este problema específico es Theodor Adorno, quien con Max Horkheimer produjo un texto ya clásico sobre la industria cultural en donde profetiza las posibilidades ilimitadas de la Televisión y llama la atención sobre los peligros de ser promovida «como sarcástica realización del sueño wagneriano de obra de arte total».

Concluye en ese escrito Adorno que durante el tiempo libre, el trabajador termina por orientarse a la producción. Se llega frente al Medio hasta delegar el sagrado *esquematismo* que desde los tiempos de

Kant habitaba a priori en la mente del individuo y le garantizaba su humana condición de pensador individual; le posibilitaba referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos de la razón pura. Ahora esto lo hace el Medio como servicio para el cliente. Esta alienación total sólo pudiera ser entendida y tener sentido en presencia de una alienación igualmente poderosa en el ámbito general de la sociedad. Lo cual haría a la condición alienante una propiedad de la sociedad y no exclusivamente del Medio, con lo que este último también perdería su condición de ser medio alienante, con minúsculas.

Igualmente, como ya vimos con Merton, la conclusión de que la industria cultural absolutiza la imitación y excluye lo nuevo, tampoco podría mantenerse como rasgo particular y distintivo del Medio. Por otra parte, el hecho de que ahora la tiranía deje libre al cuerpo y embista directamente contra el alma, sólo es posible en tanto que el aspecto intelectual comience a ser un elemento cada vez más importante en la composición de la fuerza de trabajo. También es lógico que la diversión como parte de la restitución de la fuerza de trabajo en la sociedad moderna —la cual ya no pueden ser exclusivamente restitución biológica— se lleve a cabo a través de otros productos del propio proceso social de trabajo y los mismos se muestren ante el público como lo que son: producto de una sucesión automática de operaciones; con lo cual refuerzan pero no producen lo ya existente en el seno de la sociedad. Difícil sería, y mucho más alienante, que esta diversión se mostrara como lo que no es y sirviera de escape fantasioso y ocultador de lo que al día siguiente le espera al individuo en el trabajo.

Por todo esto, aquí también encontramos al Medio amplificando lo ya existente. Es la obra de arte la que nunca ha renunciado a su pretensión de reflejar en su limitación al todo; y con todo, esto denuncia al mismo tiempo la limitación del contenido que presenta. Pretender que el Medio masivo se comporte como una «obra de arte total», sería contradictorio con el supuesto de negar aquella totalización wagneriana de la cual Adorno había partido.

II. La segunda proposición a examinar es prácticamente una derivación de la anterior y se refiere a que la poca participación

cognoscitiva del individuo frente al Medio determina su poca participación social activa.

Otro clásico de los estudios de la comunicación lo constituye el libro sobre la comprensión de los medios de Marshall McLuhan. En su muy particular estilo enfoca el Medio televisivo con sus particularidades y sus relaciones con el resto, así como sus incompatibilidades. Pero lo más interesante es que formula una teoría sobre la reacción individual ante el medio que difiere un poco de los que hasta el momento hemos considerado.

La proposición que nos ocupa en este punto se sigue manteniendo en nuestros días, aunque ya hace más de veinte años que McLuhan comenzó a hablar, a veces incongruente y fraccionariamente, sobre la alta participación cognoscitiva que demanda la televisión a los espectadores. Esto es un avance aunque termine, al parecer, con las manos vacías en materia de participación social activa.

Dice McLuhan que el comentario banal y ritual del hombre letrado corriente según el cual la televisión presenta una experiencia para espectadores pasivos, deja mucho de dar en el blanco. La televisión es un medio que exige respuestas creadoramente participantes. ¿Cómo es eso posible? Veamos.

Los medios cálidos son de baja participación por parte del individuo para la comprensión del mensaje. Abastecen de datos suficientes a un sólo órgano sensorial hasta lograr un estado de «alta definición» del mensaje, donde ya no hace falta más datos para completarlos. Los medios fríos ofrecen una información fragmentaria que demanda una alta participación del receptor a objeto de completar el mensaje. La escritura y el cine, para McLuhan, son medios cálidos; el habla y la televisión son fríos. De allí esta última demanda participación cognoscitiva más que pasividad. Lo cual, de paso, entraría en contraposición con la delegación del esquematismo kantiano al medio que planteaba Adorno, aunque esto sí se conserve para el medio impreso y para el cine.

Es paradójico en este planteamiento, que las críticas de pasividad ante la televisión, frecuentemente provienen de individuos formados en y por el medio escrito, el cual demanda según esta teoría, un mínima participación del lector, el cual sí sería un consumidor pasivo de ideas

que vienen en envoltorios inclusivos, que serían los libros. Al parecer la confusión radica en que se ha confundido ideas con imágenes. Estas últimas son las que vienen «servidas» por la televisión, pero otra cosa será su interpretación. Sólo la ciencia se escapa y porque busca las causas, acude a los aforismos y a las metáforas como punto de partida para la conformación de hipótesis, que son incompletas y reclaman una participación profunda. El resto de los escritos caería en la calidez de su linealidad autosuficiente.

También paradójicamente, la televisión sería un medio que rechaza toda personalidad tajante, lo cual es frustrante para fines políticos. Prefiere la presentación de procesos, más que la de productos muy bien envasados y el espectador siente incomodidad con respecto a imágenes y mensajes de intensa «alta definición» en la televisión. Esto, también, paradójicamente, sería un obstáculo grande para el logro de una manifestación efectiva de la cognición del individuo para fines específicos, tanto para los altruistas como para los peores intencionados.

La tipografía y la cultura de la imprenta sería la que creó uniformidad y continuidad. El alfabetismo y la instrucción serían indispensables para estos hábitos, necesarios a su vez, para hacer funcionar hasta los sistemas de precios y mercados. Al contrario, la televisión se nutriría de muchas preferencias que discreparían totalmente de la uniformidad y repetibilidad letradas. Como el telégrafo, reclama una participación del tipo «hágalo usted mismo» al ofrecer un proceso o imágenes incompletos. Por eso es que la televisión no da resultado como «fondo». Arrebata al espectador, hay que estar con ella.

La forma *mosaico* de la televisión exige participación y profunda implicación por parte de todo el ser, tal como lo exige el sentido del tacto. En contraste, al prolongar sólo el poder visual hasta la organización uniforme de tiempo y espacio, el alfabetismo confirmó el poder de desinteresarse y no implicarse.

Por eso, el niño formado por este medio, cuando se tropieza en la casa y en la escuela con la cultura letrada esperará forzosamente la mezcla sensorial, la cual no es posible que llegue. Su implicación profunda con el aquí y el ahora hace que todas las metas remotas y visuales de la cultura letrada parezcan irreales e incongruentes al no

admitir implicación. Dice McLuhan que este cambio de actitud no tiene, en absoluto, nada que ver con la programación, y lo mismo sucedería si los programas estuvieran totalmente constituidos por un contenido cultural muy elevado. Porque la causa de esta situación no es el mensaje y su calidad, sino las peculiares características del Medio...

Sobre esto llama la atención a los especialistas, los cuales sólo se han preocupado en estudiar los contenidos del mensaje, más que al propio Medio. Porque si bien el Medio se suma a lo que ya somos, presenta esta característica de frialdad que transmite los mensajes a los propios espectadores. Y por ello sería también poco efectivo limitarse a poner en televisión la cálida aula actual producida por la cultura letrada, sin antes transformarla o, so pena de que ésta sea transformada por el Medio.

Aunque podamos disentir de todo o gran parte del intuitivo teorizar de McLuhan, es innegable que con él por primera vez se comienza a estudiar el Medio propiamente dicho, y ésto desde una perspectiva social globalizante que da cuenta de cambios de la sociedad y rescata al individuo socializado como centro de la reflexión.

Paradójicamente, otra vez, McLuhan al final se encuentra con que el Medio nos implica en una profundidad conmovedora, pero no excita, agita, ni despierta. Esta conclusión, que deja perplejo al propio autor, sólo tiene sentido en un medio social como el que a él le tocó vivir, donde en definitiva, la cultura letrada poseía el total dominio sobre la información.

Me atrevo a decir que en los umbrales del año 2000 esto ha comenzado a cambiar. En décadas anteriores, como respuesta a lo fragmentario de la información, el individuo terminaba en una actitud pasiva, por no poseer ningún Medio de complementar la información: el proceso de participación cognoscitiva se truncaba y mucho menos se llegaba a alguna acción social que correspondiera a este cambio. Ahora la necesaria búsqueda de información adicional a que el Medio mismo impele, se ve facilitado por la aparición de otros medios tecnológicos televisivos. Esta participación irá pasando, de un proceso cognoscitivo privado a un tipo de participación social diferente: a una interacción con este Medio o, si se quiere, a una respuesta social efectiva de búsqueda

y producción de respuestas hacia ese Medio que ha estado continuamente demandándola, independientemente de que sus propietarios, administradores y censores, así se lo hayan propuesto. En otras palabras, independientemente de ellos y del contenido que estos transmiten, la búsqueda de información a que impele la estructura misma del Medio, será el primer paso hacia una utilización social del mismo, y esto es ya acción social participativa.

La objeción mayor a este planteamiento la constituye la proposición que a continuación pasaremos a examinar.

III.- La tercera y última proposición que aquí examinaremos postula que la participación activa de los individuos sobre los Medios de Comunicación es impedida por el dominio de los propios Medios sobre la sociedad de masas.

El supuesto en que se basa esta proposición ya ha sido en parte tratado y rebatido en las páginas anteriores en lo relativo a la omnipotencia del Medio para lograr inmovilidad conformista por parte de los individuos. El otro aspecto presupuesto y que trataremos en este punto, se refiere a la lapidaria ahistoricidad con que dicha proposición está planteada: la relación de dominación está planteada con tal fuerza y haciendo abstracción de tal cantidad de aspectos, que la misma queda suspendida como verdad con validez eterna, a menos que sea abolida a través de un golpe de fuerza, lo cual contradice al propio supuesto. No hay nada que hacer.

Dentro de los aspectos entre los cuales esta proposición hace abstracción se encuentran dos, que unidos, podrían contribuir efectivamente a cambiar esta situación. Estos son: la búsqueda de información complementaria a la que impele la estructura del Medio, a la que acabamos de hacer referencia, y segundo el desarrollo de la tecnología informativa y comunicacional, la cual es independiente de la utilizada por el propio Medio.

Ahora, como decía McLuhan, el espectador ante la TV no es un consumidor pasivo de acciones, como ante el cine, sino un partícipe de reacciones. Las imágenes del niño aldeano eran extremadamente angostas y reducidas, se obtenían por el vínculo de las redundantes conversaciones y de las admoniciones en la iglesia y en la escuela, que

reforzaban a las de la familia y el Estado, para lograr en definitiva la conformidad. Como ya vimos luego vinieron los Medios, los cuales funcionaron como altavoz.

Para Alvin Toffler, en sus libros de información más que de teorización, en la actualidad el aceleramiento del cambio en la sociedad de su Tercera Ola, hace llegarnos nueva información que obliga a revisar, continuamente y rápido, nuestro archivo de imágenes: «Es preciso reemplazar, si no nuestros actos quedarán divorciados de la realidad y seremos incompetentes».

Aquí, en el enorme caudal de información sobre la actualidad que nos ofrece Toffler, encontramos un nuevo factor que en toda la discusión anterior no había aparecido: el Medio también reporta sobre los cambios efectivos que acontecen en el mundo. Como estos se dan fragmentariamente, la información sobre los mismos contribuye efectivamente a la «imagen de mosaico» que presenta el Medio. Lo cual a su vez, presiona y multiplica la necesidad de búsqueda de información complementaria. De todo esto se obtiene como resultado algo previsto por McLuhan, pero a unos niveles mucho más elevados: la implosión comprensiva, la vuelta a formas no especializadas y a los usos múltiples. Expliquemos.

Como el Medio es frío y fragmentario y también la moderna información que transmite, la búsqueda de información complementaria realmente efectiva sólo será posible a través de un Medio equivalente y para ello, no habrá ninguno mejor que él mismo. El problema era que hasta el momento no existía posibilidad de repreguntarle, ni mucho menos de transmitirle nuestra propia información. No quedaba otra alternativa que acudir a un medio incompatible como el impreso o permanecer pasivos, pero a la espera.

Pero, al parecer, esta espera ha terminado, al menos en los países productores de Medios. La información que sobre este proceso nos ofrece Toffler se refiere a la reducción de la centralización de los Medios por el peso de su propia dinámica y, segundo, sobre el inicio de la interacción con dicho Medio.

Ambos factores facilitarían la obtención de información complementaria, lo cual es el primer paso hacia la interacción social a través del Medio.

En efecto, entre 1965 y 1975 le tocó en USA a la gran prensa comenzar a perder terreno ante la proliferación de diarios locales o especializados. En 1977 comenzó a descender por primera vez en la historia el número de espectadores de TV en los Estados Unidos. De la precaria situación venezolana hablaremos más adelante.

Claro está, lo importante de esta situación, no es que se haya decidido apagar la TV e irse al cálido medio de la biblioteca, como añoraría el antiguo letrado, sino que se ha comenzado a cambiar la «video centralización» por una creciente y diversificada «video descentralización», que permitiría a la larga el inicio de la manipulación del medio por parte del receptor, convirtiéndose así también en emisor. El antídoto contra el monstruo no está en su negación absoluta, sino en su domesticación. Sólo así volverá a convertirse el Medio en medio, con minúsculas, y dejará de ser, como en el presente, fin en sí mismo.

No vamos a hablar aquí de cada uno de los desarrollos tecnológicos alternativos y complementarios al viejo medio televisivo, como son los video-juegos y video recorder, que permiten el inicio de la manipulación del aparato y la sustracción espacio-temporal, por parte del usuario, de la programación centralizada del antiguo Medio. Tampoco de los canales especializados y de la proliferación de canales por medio de cable, parabólicas y satélites, que hacen perder a los medios centralizados su tradicional y definida personalidad.

Sólo llamaremos la atención sobre dos de ellos: la videocámara, que ha comenzado a posibilitar el registro de información por parte del antiguo receptor pasivo, material que ya está siendo adquirido por las propias plantas y hasta comienzan a servir de información probatoria ante la justicia. El otro lo constituye el sistema «Hi-Ovis» que desde hace una década se encuentra en prueba en IKOMA, OSAKA, el cual permite a los espectadores ser simultáneamente grabados desde sus casas y comenzar a convertirse así en emisores-receptores.

En su incursión periodística, Toffler ha encontrado, que todas estas aplicaciones dividen en segmentos al público de masas, y cada sector, no solamente aumenta la diversidad, sino reduce el poder de la antigua red, como él la llama. Este proceso es denotado por él como *desmasificación*. A mi juicio, aún es temprano para llamar el fenómeno

de esta manera, pero ya no es utópico pensar en ello.

Según Toffler la desmasificación desmasificaría nuestras mentes y posibilitaría la producción e intercambio de imágenes entre los antiguos consumidores. En lugar de recibir largas «ristras» de información, se aprenderá a confeccionar «ristras» con el material fragmentario individualmente recopilado y quizás reprocesado también con él mismo. Esto será un proceso que se retroalimentará acelerativamente, puesto que a medida en que la gente que nos rodea se va haciendo más desmasificada, necesitaremos más información para predecir como ellos (individuos, instituciones, empresas, etc.) van a comportarse con respecto a nosotros y —yo añadiría— como nosotros en un medio cambiado tendremos que comportarnos con respecto a ellos. De no hacerlo no podremos trabajar ni vivir juntos. Esta demanda y posibilidad de obtención y hasta autoproducción e intercambio de información es lo que hará, según Toffler, anticuada a la organización y rol de los medios.

Un último aspecto que contribuirá a lograr este cambio es la «difusión de la videofusión». Ya más recientemente en «El Cambio de Poder», Toffler nos informa de la creciente fusión de mensajes que antiguamente se dividían por especialidades y actividades sociales. También nos informa de la fusión informativa que caracteriza los actuales medios de comunicación de los países desarrollados y de la difusión de este proceso a nivel mundial. Esta difusión no es ya la del antiguo medio, como centralización mundial, sino lo que se está dando es una difusión no homogénea sino desmasificada en una creciente interconexión, posibilitada por la reciente infraestructura electrónica y con la interacción de los receptores.

Este panorama optimista nos lleva a preguntar: ¿Es realmente posible pasar de una era de efectos del Medio sobre la sociedad a una era de efectos de la sociedad sobre el medio? Y específicamente: dentro de este proceso, ¿cuál es la posibilidad de una interconexión efectiva de nuestro país, que pueda realmente vencer el actual dominio de un medio televisivo que, de acuerdo a lo discutido a lo largo de esta página, está completamente obsoleto y es totalmente obstaculizador? A sus respuestas dedicaremos el IV y último punto.

IV. Con el objeto de responder a las dos preguntas arriba formuladas, personalmente formularé en este punto la siguiente proposición: Una participación asociacional activa en la sociedad, que implique la producción de información y su intercambio, es lo único que posibilitaría la participación activa del individuo socializado, en el medio comunicacional y convertiría a este último, en simple medio.

Para sustentar esta proposición, lo primero que haremos será remontarnos al primer estudioso sistemático de la democracia moderna, Alexis de Tocqueville, cuyo método y estilo lamentablemente no fue emulado por los teóricos de la ciencia social. En su libro sobre la democracia en América, investiga y reflexiona sobre las causas de su existencia y perpetuación en comparación con los defectuosos intentos europeos. En este libro, completado en 1835, Tocqueville ya da cuenta de la importancia de la libertad de prensa para el mantenimiento de la democracia. En este sentido dice que los pueblos donde los agentes del poder pueden impunemente violar la ley, la libertad de prensa se convierte en la *única* garantía para los ciudadanos. Esto parece ser, ciento sesenta años después, el caso de nuestro país, en el cual, según Tomás Eloy Martínez en el estudio IESA sobre *El Caso Venezuela*, el periodismo se ha reducido casi exclusivamente a denuncias sobre las lacras de la realidad y no a desentrañar sus orígenes. Pero también encuentra con que las denuncias «no parecen hacer mella en los responsables, que los medios no han insistido y que los lectores parecieran fatigarse». Claro está, como decía Rousseau ya en 1762, la opinión pública es un censor, es sólo declarador y en definitiva «el juicio de los censores no hará lo que la fuerza de las leyes ha hecho». Es pues un eficaz mecanismo de denuncia pero no de sanción. Podemos entonces decir que el mayor o menor imperio de la justicia en un país puede ser deducido del grado de distanciamiento de la simple denuncia que exhiba el contenido de su opinión pública. Los modernos medios de comunicación aún son, con todas las imperfecciones, su vehículo. Una transposición de la opinión pública a un nuevo medio interactivo, obviamente que incrementaría su efectividad y su necesaria diversificación hacia la reflexión sobre todo tipo de materia de interés público.

Uno de los aspectos que hace tan actual la reflexión de Tocqueville, es que en una época tan pretérita llegó a conclusiones que luego encontramos nuevamente en los autores más recientes. Como McLuhan, observó que el medio comunicacional «parece tener instintos y pasiones propias, independientemente de las circunstancias entre las que actúa». Como Adorno, se dio cuenta que para poder obrar como tribunal, tendría que colocarse por encima de la opinión pública, lo que lo convertiría en el amo wagneriano absoluto de la sociedad. Como Merton, detecta que el menguado poder del medio consiste en que «si bien sabe inflamar las pasiones humanas, no puede crearlas». Y lo más importante es que ya en esa época se dio cuenta que el único medio de neutralizar los efectos del Medio es *multiplicar su número*, «es absurdo querer atenuarlo concentrándolo». Esto último es la conclusión a que habíamos llegado en el punto anterior. Sólo que en la actualidad y para esta otra parte de América, los medios que comenzamos a encontrar a disposición, van mucho más allá de la pequeña imprenta; ahora será la electrónica la que posibilitará el alcance de aquellos mismos fines: la descentralización y la interacción.

Ahora bien, existe un punto en el que Tocqueville va mucho más allá de los autores aquí reseñados: que es la relación social efectiva entre los hombres la que posibilita la aparición y la posterior permanencia de medios, con independencia relativa, y que estén al servicio de sí mismos. Es esto lo que realmente producirá la descentralización de los medios y la interacción de los hombres a través de ellos. El Medio, como hemos visto, amplifica lo realmente existente en la sociedad, por tanto, si no se cuenta previamente con la existencia de asociaciones entre los hombres, o al menos, con las potencialidades para hacerlo, es poco probable que el Medio las cree con su acción, por más moderna que sea su composición.

Tal como está comenzando a darse en los países desarrollados la descentralización y la interacción, muestra que estos procesos en un principio comienzan por «prender» aglutinando personas con intereses comunes, sea cual sea su tipo. No es un secreto que en las sociedades modernas actuales, los intereses más fuertes, al igual que en la época de Tocqueville, provienen de los relacionados principalmente con la *ocupación productiva* (la cual es la que más asocia por la división social del

trabajo), así como de la proveniencia «cultural» y de los gustos sobre formas de esparcimiento. Habría que comenzar por ubicar este tipo de potencialidades, a nivel regional local, y segmentarlo en esta parte de América.

Es conveniente ahora hacer notar que para Tocqueville, la condición para asociarse radica en la igualdad que entre sí posean los activos o los potenciales miembros. Sólo a medida que crezca la igualdad entre los hombres crecerá la probabilidad de asociarse y, por ende, de descentralizar y manipular al Medio.

No pienso aquí en una igualdad absoluta que se exprese en un Medio que, en definitiva terminará también siendo absoluto. Hablo de igualdades en la acción cotidiana de los hombres cotidianos, en cualquier ámbito que este sea. Una igualdad que facilite la captación diferencial y voluntaria de información proveniente del medio, la actuación en ámbitos específicos de interés sobre el mismo y lo que es más: la producción de información con ellos relacionada y su intercambio, no solamente con el Medio, sino con el resto de los hombres que tengan intereses comunes, ¿es esto una utopía? No lo creemos, precisamente esta fue la función de los diarios en cada pueblo norteamericano hace 160 años. La electrónica puede facilitar esto a partir del año 2000 para este lado de América. En el próximo decenio esto tendrá que comenzar a ser realidad, si no, serán los mismos actores sociales del viejo Medio, que con el mismo centralismo de antaño, nos construirán celdas electrónicas locales y parciales. Por esta razón, la construcción y puesta en marcha de un plan para convertir el Medio en medio (en minúsculas) de interacción entre los hombres, no puede dejarse a una especie de Beneficiencia Pública o a un comité que simplemente intente moralizar al viejo Medio. Lo que está en juego es la producción e intercambio de *información* que es el recurso y el producto de hoy y del mañana, el cual es el caldo del cultivo donde ya están creciendo nuestros hijos.

Para dramatizar un poco lo que estoy proponiendo, es más bien una especie de Cesta Básica de Alimento Intelectual que permita iniciar este plan. Y para finalizar debo recordar que todo *debe* tener un costo para que nos sea digno recibir el beneficio. Con esto quiero decir que si

no llegamos a producir información local o especializada que pueda intercambiarse exigiendo equivalencia, la descentralización, adquisición de información nacional y foránea útil y la manipulación múltiple del Medio, sólo será una utopía y el plan para conseguirlo, una fantasía más.

BIBLIOGRAFÍA

- Horkheimer, Max y Theodor Adorno: «La industria cultural» en *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas, Monte Avila Editores, 1974.
- Lazarsfel, Paul y Merton Robert: «Los medios de comunicación de masas, gusto popular y la acción social organizada» en *Industria cultural y sociedad de masas*, Ob. cit.
- Mc Luhan, Marshall: «La comprensión de los medios como las extensiones del hombre»
- Martínez, Tomas Eloy: «Radio, prensa y televisión: entre equilibrio y estancamiento» en *El caso Venezuela, una ilusión de armonía*, Caracas, IESA, 1985.
- Moragas, M. de: *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV. *Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
- Rousseau, J.J.: *El contrato social*, 1762.
- Saperas, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*, Barcelona, Ariel, 1985.
- SELA, *Comunicación, tecnología y desarrollo*, Papeles /7. Argentina, Ed. de la Flor, 1987.
- Servan-Schreiber, J.J.: *El desafío mundial*
- Shoemaker-Everet: *La comunicación de innovaciones, un enfoque transcultural*, México, Herrero Hnos., 1971.
- Tocqueville, Alexis de: *La democracia en América*. (1835), México, F.C.E., 1973.
- Toffler, Alvin: *La tercera ola. El cambio del poder*