

I. Críticas a la "Communication Research"

ALGUNOS ANTECEDENTES

Investigación sobre los efectos

Las investigaciones relacionadas con los medios de comunicación de masas, es decir, lo que se ha dado en llamar *communication research*, se iniciaron en los Estados Unidos. Adolecieron desde su comienzo de un vicio de génesis. En efecto, dichas investigaciones surgieron principalmente como respuesta a una demanda de firmas comerciales publicitarias. En una sociedad donde todas las relaciones se hallan dominadas por la doble ley de la ganancia y de la competencia, las presiones del mercado exigían a los directores publicitarios un conocimiento acabado de su público, a fin de perfeccionar los métodos de llegar al auditorio por medio de la radio, de la televisión, el cine, los diarios y las revistas. Así pues, la perspectiva original consideró la investigación sobre los medios de comunicación, desde el punto de vista de los estudios de mercado. De ahí su carácter preponderantemente instrumental. Para el investigador, el objetivo consistía en determinar los efectos de tal o cual medio de comunicación social sobre un auditorio determinado, es decir, evaluar las reacciones de los consumidores y la interacción que se establece entre éstos y los productores. La óptica empirista de la Escuela Sociológica norteamericana facilitaba ampliamente —como lo veremos luego— este tipo de orientación en las investigaciones¹. A las exigencias del mercado competitivo, se añadió luego el interés de los militares, ansiosos de medir la eficacia de su propaganda².

Las técnicas de investigación utilizadas para detectar empíricamente los efectos de los medios de comunicación social, se vieron naturalmente condicionadas por el objeto de la investigación misma. La encuesta llegó a ser herramienta fundamental en la tarea de captar los

¹ Acerca de la degradación de la sociología empirista —llamada "científica"— en simples estudios de mercado, véase el caso particularmente indicativo de la sociología de la población, tal como se ha desarrollado en el Tercer Mundo. Consultar A. Mattelart: "Prefiguración de la ideología burguesa". (Sección: "La matriz malthusiana de la sociología y el imperialismo"), en *Cuadernos de la Realidad Nacional*, Santiago de Chile, N° 1, 1969, págs. 114-117.

² Ver sobre este punto, R. K. Merton, "La Sociología del Conocimiento y las Comunicaciones para las Masas", en *Teoría y Estructura Sociales*, Fondo de Cultura Económica, Méjico, 1964, pág. 448, así como también los estudios de Paul Lazarsfeld. Ver, por ejemplo, de este último autor "Los medios de difusión y las Masas" en *Historia y Elementos de la Sociología del Conocimiento*, EUDEBA, Buenos Aires, 1964, Cap. XVI. (Es de interés anotar que el medio mismo de comunicación fue movilizado durante la última Guerra Mundial, véase por ejemplo la redefinición, en función de la coyuntura bélica del campo de actuación de los héroes de "comic strips". Este punto se analizará en la Sección II del capítulo siguiente).

cambios registrados en el comportamiento del auditorio expuesto a uno o a varios medios de comunicación. Los cambios medidos pueden cubrir los campos más diversos: la atención, la información, el conocimiento o la comprensión, las opiniones, las actitudes, las creencias, las aptitudes, y hasta los actos mismos de los receptores³. Por otra parte, el análisis del contenido ha proporcionado al investigador elementos susceptibles de orientar su aproximación al público: esta técnica de investigación se ha convertido en el instrumento indispensable para proceder a "la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones" (Berelson)⁴.

Es evidente que el análisis del contenido manifiesto puede existir independientemente de la confrontación con el público, la cual no es de estricta necesidad sino en el caso de que se desee medir empíricamente el efecto que un mensaje transmitido por determinado medio, ejerce sobre un auditorio. Desde este punto de vista, los objetivos del análisis del contenido manifiesto de la comunicación, son muy variados. Berelson enumera tres grandes áreas:

—*Las características del contenido*: (descripción de las tendencias, exposición de las técnicas de propaganda, descripción del estilo, exposición de la técnica de elaboración del medio de comunicación, etc.).

—*Las causas del contenido*: o temas referentes a los productores (identificación de las intenciones del emisor, determinación del estado psicológico de las personas y de los grupos, detección de la existencia de propaganda, etc.).

—*Los efectos del contenido*: o asuntos referentes al público (revelación de los focos de atención, delimitación de los esquemas culturales de los diversos grupos de población, etc.)⁵.

El approach funcionalista

Paralelamente a estas indagaciones tendientes a determinar los efectos, se ha desarrollado el análisis funcional del medio de comunicación de masas. De acuerdo a este approach, los medios de comunicación cumplen diferentes tipos de actividades, correspondientes a diversas funciones. Charles Wright, volviendo a tomar —mejorándola— la clasificación de Laswell, enumera cuatro áreas de actividades:⁶

1º *La supervisión*: corresponde a la actividad de recolectar y distribuir los datos informativos sobre sucesos acaecidos. De hecho, esta actividad cubre el campo de las noticias (*News*).

³ B. Berelson y G. A. Steiner: *Human Behaviour*, Harcourt, Brace and World Inc., Nueva York, 1964, pág. 528.

⁴ Citemos además esta definición de Alexander L. George en "Quantitative and qualitative approaches to content analysis", en *Trends in Content Analysis*, editado por I. de Sola Pool, University of Illinois Press, 1959, pág. 26: "El análisis del contenido manifiesto está asociado muy en especial con el trabajo de Laswell y algunos investigadores de su equipo. En realidad, su definición del análisis del contenido estadístico, o cuantitativo, incluye generalmente la exigencia de que se describa solamente el contenido manifiesto de la comunicación, pero no los significados intencionales presumidos del comunicante".

⁵ B. Berelson: *Content Analysis in Communication Research*, Free Press of Glencoe, 1952.

⁶ Ch. Wright: *Comunicación de Masas*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1963.

- 2º *La correlación social*: le concierne la interpretación de las informaciones y la prescripción de la manera de reaccionar: es el dominio del *editorial*.
- 3º *La transmisión del patrimonio cultural*: realiza, por medio de la comunicación y de la información, la transferencia de los valores y de las normas sociales de una generación a otra. Esta actividad cubre el área educativa (*Backgrounding*).
- 4º *El entretenimiento*: es el campo de las diversiones (*Entertainment*).

Cada actividad está dotada de *funciones* definidas por R. K. Merton⁷ de la manera siguiente: "Consecuencias observadas que favorecen la adaptación o ajuste a un sistema dado". A *sensu contrario*, las *disfunciones* representan: "las consecuencias observadas que aminoran la adaptación o ajuste del sistema". Toda actividad puede tener consecuencias funcionales (si son positivas para el sistema social), o disfuncionales (si provocan un estado de ruptura con dicho sistema). Las consecuencias pueden ser también manifiestas o latentes, según sean objetivas contribuyan al ajuste del sistema, siendo buscadas y reconocidas por los participantes del sistema; o que, por el contrario, no sean buscadas ni reconocidas.

Estos conceptos esenciales al análisis funcionalista de la sociedad, se operacionalizan en el estudio de la actividad social de los medios de comunicación de masas. Volvamos a tomar aquí las funciones, tal como las ve Charles Wright,⁸ a través de la aproximación funcionalista.

1. *La supervisión*

—Al nivel de la sociedad y del individuo, la actividad de vigilancia del medio tiene dos funciones: a) una *función preventiva* o de advertencia (informando tiene la posibilidad de precaver contra ciertos acontecimientos); b) una *función instrumental* que informa acerca de hechos de rutina diaria, útil para la vida en sociedad: valores bursátiles, comercio, cine, etc.

—Al nivel del individuo, además de su función oficial de informar, la supervisión se halla revestida de funciones latentes. El medio de comunicación de masas se mira entonces como *fuentes de prestigio* y como origen de contactos sociales útiles. Finalmente, el hecho de aparecer en el medio, *confiere un status* a la persona; además al revelar comportamientos desviados, el órgano informativo refuerza el control social (función moralizante).

—Sin embargo, la vigilancia puede también ser disfuncional, tanto para el individuo como para la sociedad. En relación a esta última, noticias no censuradas, o que manifiestan ideologías diferentes, pueden hacer peligrar el sistema; así como noticias mal interpretadas pueden provocar pánico, etc. En relación al individuo, la disfuncionalidad puede darse: a) por medio del estímulo a la ansiedad; b) por medio de una reacción individual destinada a proteger la propia vida privada, contra el exceso de informaciones recibidas (privatización); y, finalmente, c)

⁷ R. K. Merton, *op. cit.*, págs. 28-94.

⁸ Ch. Wright, *op. cit.*

por medio de la narcotización (el individuo informado cree ser el equivalente del ciudadano activo).

2. Interpretación y prescripción

—“La función principal de la interpretación y prescripción, es prevenir las consecuencias tan indeseables de la comunicación masiva de noticias que acabamos de ver... La selección, evaluación e interpretación de las noticias —guiada por el criterio de qué es lo más importante dentro de lo que sucede en el ambiente— tiende a impedir una sobrevalorización y excitación del público”⁹. La función preventiva del editorial realiza, pues, un filtrado interpretativo de las noticias.

Desde el punto de vista disfuncional, esta actividad puede favorecer al conformismo y eliminar la crítica social e individual.

3. La transmisión de la cultura y la distracción

—La transmisión de la cultura cumple una función socializadora, por cuanto traspassa normas y valores capaces de unificar la sociedad; pero, por otro lado, puede tener también una consecuencia disfuncional, si entrega al auditorio una cultura estandarizada.

—La misma observación puede hacerse respecto de la actividad “entretenimiento”, la cual puede considerarse funcional o disfuncional, según forme la personalidad del individuo, o la estandarice¹⁰.

Primeras críticas a la “communication research”

Ambos tipos de investigación —efectos y funciones— han desplazado, en realidad, el centro de gravedad de la problemática del medio de comunicación de masas hacia el sujeto.

En los estudios cuyo fin es detectar los efectos de tal o cual medio sobre determinado auditorio, el objeto (es decir, el medio mismo: periódico, libro, programa de radio o de televisión, etc.), es considerado según la relación de formación o deformación que tiene con el sujeto (lector, auditor, etc.). El objeto, al no ser estudiado como tal en su inmanencia, queda en cierto modo despojado de su carácter específico, el cual consiste en ser el soporte de uno o varios mensajes.

Es verdad que el análisis del contenido centra la atención sobre el objeto; pero el examen del contenido se considera, ante todo, como un medio capaz de proporcionar al investigador pistas que él probará después en el auditorio, con el fin de calibrar sus efectos¹¹. En segundo lugar —observación capital, puesto que pone en duda la insuficiencia de esta técnica de investigación— se retiene solamente el contenido manifiesto, detectable empíricamente y reductible estadísticamente. Se eli-

⁹ Ch. Wright, *op. cit.*, págs. 22-23.

¹⁰ Wright cita aquí el ejemplo de la música clásica, la cual —según cierto criterio— pierde su carácter cuando es transmitida en forma masiva.

¹¹ Según Merton: “Una de las principales misiones del análisis de contenido, es proporcionar pistas para las reacciones probables a la propaganda”, *op. cit.*, pág. 511.

minan sistemáticamente los contenidos latentes, por no ser cuantificables. Tomarlos en consideración sería —para el investigador de la “communication research”— entrar al terreno movedizo de los procesos de las intenciones. Los resultados de semejante análisis de contenido son, con frecuencia, muy escuálidos. El recorte de los textos periodísticos en *unidades materiales* (por ejemplo: editorial, crónica nacional o internacional, espectáculos, etc.), y después en *unidades nocionales* (patria, democracia, violencia, etc.), cuya reiteración estadística se empadrona, y cuyos porcentajes de aparición se calculan, no conduce, en la mayoría de los casos, sino a resultados monótonos y superficiales: “Se encuentra uno ante yuxtaposiciones de porcentajes, que casi tienen solamente un valor descriptivo. Su mérito radica en el aporte de una expresión cuantitativa de los datos. Su limitación se debe a que el analista, al reunir datos totalmente manifiestos, encuentra, después de grandes esfuerzos, lo que ya se presentía. No se tiene el sentimiento de haber alcanzado hasta estructuras más ocultas, pero más profundas de la información”¹².

Podríamos añadir que el concepto clásico que preside el análisis de contenido —como seleccionador de pistas— implica la posibilidad de fragmentar los efectos de tal o cual medio. Esta operación parceladora del mensaje, sería plausible en caso de querer estudiar la reacción del sujeto a tal o cual producto comercial, a tal o cual slogan político de fácil identificación empírica; pero no cuando el mensaje —o los mensajes— y por tanto sus efectos, integran un todo coherentemente estructurado; tienen un carácter totalizante y difuso. Por otra parte, veremos más adelante que el approach totalizante y aquel fragmentario, corresponden, de hecho, a dos modos de conocer totalmente diferentes, inspirados ellos mismos en dos conceptos de la realidad social.

Por su parte, el análisis funcional, ha venido en realidad a reforzar la primacía del sujeto sobre el objeto, por cuanto sus preocupaciones se centran, en definitiva, sobre el examen de las motivaciones del sujeto frente al medio de comunicación.

Primera conclusión: al nivel de las técnicas de investigación, si bien es cierto que la encuesta entre el auditorio y el análisis del contenido manifiesto, proporcionan resultados satisfactorios, cuando se circunscriben a los objetivos de la investigación —más o menos explícitos— de los estudios de mercado, en ningún caso pueden ser suficientes cuando se considera necesaria una aproximación crítico-ideológica del medio de comunicación de masas.

Esta última observación nos lleva a formular el problema de la insuficiencia de las técnicas de la “communication research”, en términos más amplios. Se trata, en efecto, de ver en qué medida la sociología que ha dado origen a estas herramientas de investigación, es una sociología que, en sus presupuestos epistemológicos, se muestra adversa a una aprehensión crítica del sistema social en el cual se encuentra inserta. La respuesta a este interrogante, nos permitirá situar en su verdadero lugar las razones de la insuficiencia de los métodos expuestos anteriormente y, por lo tanto, encontrar ciertos elementos capaces de guiarnos en la elección de otros instrumentos más adecuados; en una palabra, enraizar las críticas anteriores en su respectiva cosmovisión.

¹² Maurice Mouillaud: “Le système des journaux (théorie et méthodes pour l'analyse de presse)”, en *Langages*, Paris, septiembre 1968, N° 11, pág. 74. Ver también en la misma revista: P. Henry y S. Moscovici: “Problèmes de l'analyse de contenu”, págs. 36-60.

HACIA UNA CONFIGURACION DEL EMPIRISMO

Sociología de la información y sociología del conocimiento

Con el fin de aislar la actitud de principio que rige la elaboración de las técnicas anteriores, es necesario referirse a la dicotomía —establecida por los propios funcionalistas— entre la información y el conocimiento. Hace algunos años, R. K. Merton, trató de inventariar los ámbitos de la investigación sociológica referente a la interacción entre las ideas y la estructura social. Para tipificar las diversas orientaciones, distinguió la especie norteamericana y la especie europea: la primera ocupaba el campo de la sociología de la comunicación; la segunda, el de la sociología del conocimiento. Por nuestra parte no estamos totalmente convencidos de que esta clasificación de base ecológica, sea la más feliz¹³. Porque, si fuese necesario buscar el parámetro que divide la ciencia sociológica en dos campos —sobre todo en el estudio del juego recíproco de las ideas y de la estructura social— habría que buscarlo en el arsenal ideológico. Es lo que tendremos ocasión de demostrar ampliamente más adelante. Hechas estas reservas, procederemos a la identificación de estas dos posiciones, tal como las ve el funcionalismo.

—*La sociología de la comunicación* considera, que la exigencia primordial de la sociología consiste en establecer empíricamente los hechos del caso en estudio. Se detendrá pues, en los resultados manifiestos de la difusión de la información; es decir, en sus consecuencias sociales y psicológicas.

—*La sociología del conocimiento* se dedica más bien a reunir un cuerpo de hechos o de ideas que puedan ligarse entre sí de manera sistemática. Buscando los determinantes estructurales del pensamiento, esta sociología vuelve a la fuente del conocimiento.

A los hechos aislados, que la sociología de los medios de comunicación de masas observa empíricamente y que yuxtapone, la sociología del conocimiento opone la estructura total del proceso cognoscitivo.

Merton, por su parte, al criticar los métodos empleados para aprehender la realidad total, no oculta su menosprecio hacia esta corriente especulativa, la cual, según él, caracteriza el comportamiento de los sociólogos del conocimiento, tales como Durkheim, Mannheim, Marx y Engels¹⁴. A la inspiración o carácter vago del método histórico, al que

¹³ Añadamos, además, que esta sociología llamada norteamericana, pierde su carácter nacional para confundirse con el imperialismo, cuando moldea especialmente las escuelas sociológicas de América Latina, por ejemplo, a través de los agentes autóctonos, los cuales, con su interés puramente "científico", importan fielmente modelos de estratificación social, de cultura y sus teorías correspondientes. Ver en este sentido las críticas de Eliseo Verón a la sociología latinoamericana en: "Ideología y producción de conocimientos sociológicos en América Latina", *América Latina*, Río de Janeiro, octubre-diciembre 1968.

¹⁴ Para una crítica decisiva a tal interpretación, ver las premisas de una teoría estructural de las ideologías, a propósito de la obra de Marx: Lucien Sebag, *Marxisme et Structuralisme*, Petite Bibliothèque Payot, París, 1964. En el mismo sentido, el análisis de Roland Barthes, en *Mythologies*, Ediciones du Seuil, París, 1958 y los estudios de Louis Althusser, *Lire le capital*, Ediciones F. Maspero, París, 1968, Tomo I y II (en colaboración con E. Balibar); sobre Durkheim, ver Claude Lévi-Strauss, *Anthropologie Structurale*, Ediciones Plon, París, 1958. Finalmente, sobre Mannheim, consultar Joseph Gabel *Formas de Alienación, Ensayo sobre la Falsa Conciencia*, Editorial Universitaria de Córdoba, Buenos Aires, 1967.

ellos recurren, según Merton, éste opone la seguridad de las técnicas de encuesta y de análisis del contenido manifiesto. La objetividad y la búsqueda de la veracidad, propias de la sociología de la comunicación, contrastan llamativamente con los juicios valorativos encontrados en los sistemas de los sociólogos del conocimiento. Esto le hace pronunciar juicios lapidarios: "El norteamericano sabe de lo que habla, y eso no es mucho; el europeo no sabe de qué habla y eso es mucho". Y también "el europeo imagina y el norteamericano mira; el norteamericano investiga a corto plazo, el europeo especula a plazo largo"¹⁵.

Todo el texto de Merton sigue la misma dirección bipolar: establecer el contraste entre la actitud llamada científica y la llamada especulativa, la cual no hace otra cosa que renovar la vieja discusión escolástica sobre juicio de valor y juicio de hecho.

Ahora bien, la evolución de lo que Merton llama sociología del conocimiento y el desarrollo de técnicas tomadas a la Lingüística estructural que permiten comprender la realidad total, tienden a hacer caducas estas afirmaciones y, más aún a resituar la problemática del medio de comunicación de masas, en una óptica diferente a la del empirismo, cuyos resultados son desoladores con demasiada frecuencia¹⁶. El perfeccionamiento de los métodos de investigación no parece seguir la dirección de las presuposiciones del empirismo. Los métodos del análisis del contenido latente propios a la semántica estructural, introducen al investigador en el terreno nuevo de la estructura —instrumento conceptual metodológico— del discurso y escapan a la yuxtaposición descriptiva, un terreno que no puede satisfacerse con modelos matemáticos "cuyas propiedades hacen imposible formalizar la organización estructural de las significaciones contenidas en los mensajes"¹⁷. Pero antes de emprender el examen de esta nueva perspectiva —respuesta definitiva a la posición empirista— es necesario detenerse a considerar lo que constituye la diferencia medular entre una sociología empirista y una sociología crítica. No se trata aquí de repetir todo el análisis de los presupuestos ideológicos del funcionalismo, que cuenta ya una larga lista de

¹⁵ R. K. Merton, *op. cit.*, págs. 440-443. Citemos la respuesta de Adorno y Horkheimer a este tipo de objeciones: "El esfuerzo por atenerse a datos ciertos y seguros, la tendencia a desacreditar cualquier investigación sobre la esencia de los fenómenos como "metafísica", amenazan con obligar a la investigación social empírica a restringirse a lo no esencial, en nombre de lo válido y de lo incontrovertible. Por lo demás, con demasiada frecuencia le son impuestas a la investigación sus objetos por los métodos disponibles, en lugar de adecuar los métodos al objeto mismo", en *La Sociedad*, Ediciones Proteo, Buenos Aires, 1969, pág. 222.

¹⁶ Es solamente en los últimos años que los sociólogos empiristas hicieron intentos muy tímidos de introducir algunas de estas técnicas. No obstante, no conocemos hasta ahora ningún estudio procedente de este grupo que haya concretado este enfoque en forma significativa.

¹⁷ E. Verón: "Ideologías y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", en *Lenguaje y Comunicación Social*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1969.

trabajos críticos¹⁸. Trataremos más bien de recordar algunos de los elementos más relevantes, capaces de indicarnos el carácter epistemológico de la aproximación funcionalista al medio de comunicación de masas.

Una sociología terapéutica

Lo que nos interesa es determinar por qué y cómo esta sociología de la comunicación, es una sociología que se contenta con analizar (y muy a menudo con describir) el *statu quo*.

Los sociólogos funcionalistas pretenden que su método es axiológicamente neutro, desligado de las contingencias valorativas. La observación del dato empírico y la racionalidad objetiva de los métodos empleados, impiden la contaminación del juicio de valor. A quienes los acusan de asumir una posición conservadora, responden que el funcionalismo es conservador o radical, según se examine bajo el aspecto de las funciones o de las disfunciones. Las consecuencias funcionales fortalecen la cohesión social, poniendo el acento sobre el conformismo y el mantenimiento del sistema. Por el contrario, las disfunciones apuntan las fuentes de tensión, las posibilidades de ruptura del equilibrio y el desmoronamiento de las estructuras. Pero en su esencia y por constituir una ciencia, el funcionalismo no es una cosa ni otra¹⁹.

En la realidad, cuando se procede a examinar los presupuestos epistemológicos de su proceder, es difícil encontrar la observación estricta de la neutralidad empirista, llegándose rápidamente a la conclusión de que existe una presentación inadecuada de los términos de una alternativa: ciencia e ideología. Del análisis de las técnicas de investigación empleadas por la sociología de la comunicación social, podemos elegir dos elementos fundamentales para caracterizar —desde un punto de vista crítico— el tratamiento dado por la "communication research" al medio de comunicación de masas, inscrito en una realidad determinada.

1º— El estudio de los efectos, nos indica el carácter terapéutico y operacional de esta sociología cuya finalidad es mejorar la relación entre un auditorio determinado y una empresa comercial emisora de mensajes²⁰.

¹⁸ Para una crítica profundizada del funcionalismo, ver Nicolás Novikov: "Critique de la Sociologie Bourgeoise", en *L'Homme et la Société*, Edition Anthropos, París, N° 3, enero-marzo 1967; V. L. Allen: "Approche conceptuelle pour une analyse dynamique en sociologie", en *L'Homme et la Société*, París, N° 10; Serge Jonas, *Sociologie marxiste et conditions pratiques et théoriques de la recherche*, en *id.*, N° 10; Nikos Poulantzas: *Pouvoir politique et Classes sociales*, Ediciones F. Maspero, París, 1968; Irving L. Horowitz: *Three Worlds of Development*, Oxford University Press, Nueva York, 1966; Fernando Cardoso: "El Método dialéctico en el análisis sociológico"; y Eliseo Verón: "Infraestructura y superestructura en el análisis de la acción social", en *Pasado y Presente*, Córdoba, Argentina, octubre 1964-marzo 1965. Jean Viet: *Les Méthodes structuralistes dans les Sciences Sociales*, Edic. Mouton, Paris-La Haya, 1967; H. Marcuse, *L'Homme Unidimensionnel*, Edic. de Minuit, París, 1968; y el libro ya citado de Adorno y Horkheimer.

¹⁹ R. K. Merton, *op. cit.*, pág. 50.

²⁰ Estigmatizando el carácter instrumental de esta sociología, Marcuse hace referencia a sus objetivos en los términos siguientes: "Tratar de obtener un equilibrio entre los deseos de sus compradores y las necesidades de los negocios y de la política", en *L'Homme unidimensionnel*, Ediciones de Minuit, París, 1968, página 131.

2º— El análisis de las funciones, nos indica —en cuanto a las mismas— la preocupación de esta sociología por determinar la motivación del receptor.

Ahora bien, si tratamos de buscar el punto común entre estas dos observaciones, veremos que no es concebible ninguna de las dos posiciones, sin que el investigador endose implícitamente el marco del sistema social existente.

Observación básica: la aproximación de la "communication research" acepta de antemano el sistema social en el cual está inscrito el medio de comunicación de masas. No cuestiona dicho orden social, sino que, en cierto modo, ratifica las reglas del juego del sistema, encerrando el análisis dentro de los límites de este último, ignorando o silenciando esta cuestión previa, a saber: la legitimidad de la elección del orden social existente, como referencia normativa última. ¿Cómo?

1º.— Toda disfunción del medio de comunicación, es tipificada en relación al esquema de instituciones existentes. Se caracteriza a tal disfunción por lo que tiene de peligroso para el equilibrio del sistema social imperante, nunca por lo que ella posee de dinámico para dar origen a otro sistema. El mayor defecto de la aproximación funcionalista —y él que la clasifica entre las ideologías que sustentan el statu-quo— no consiste en que no percibe las posibilidades de ruptura con el sistema, sino en el hecho de que el indicador de ruptura (la disfunción) no se considera nunca en su aspecto prospectivo o transformacional ²¹. En una palabra, en la dicotomía funcionalista la disfunción no se considera nunca explícitamente como fundamento de otro sistema.

Nos encontramos aquí con la falla principal del funcionalismo: su ninguna preocupación por transformar el orden social vigente: "Lo que importa es facilitar el funcionamiento del sistema existente, sin enjuiciar nunca su validez, cualquiera que sea su peligro para el futuro de la sociedad y para la integridad del hombre" ²². La única integridad considerada por el funcionalismo, es la integridad del hombre del sistema. Este sentido tienen las numerosas críticas formuladas a la *Teoría de la Acción* de T. Parsons, críticas que le reprochan su poco interés por la génesis de la acción. Tanto su noción de "dinámica del equilibrio social", como la de "cambio estructural" ²³ se quedan en el estado de descripción, y no desembocan nunca en la explicación. No se encuentra en estas nociones ningún "proyecto" de sistema social diferente del que existe.

A esta perspectiva debe referirse el concepto funcionalista del desarrollo social, en el cual, el desarrollo es sinónimo de proceso de modernización o de integración a la modernidad. La sociedad futura será orgánicamente la misma que la actual. Será esta misma sociedad llevada

²¹ Esta observación es válida para la mayoría de los conceptos que ella utiliza para analizar los fenómenos sociales. Ver por ejemplo, la noción del concepto socio-sicológico "movilidad social", referido siempre a una movilidad individual, nunca de un sector social. (Acerca de la interconexión entre estos conceptos y los fundamentos de la sociedad capitalista, ver los art. cit. de Nicolás Novikov, A. Mattelart y S. Jonas).

²² Serge Jonas, *artíc. cit.*, pág. 114.

²³ Ver, por ejemplo, la respuesta de T. Parsons a F. Bourricaud en Jean Viet: *Les Méthodes structuralistes dans les Sciences Sociales*, *op. cit.*, pág. 142. Ver también el artículo de V. L. Allen.

a su estado de perfección; en cierto modo, una extrapolación maximalizada, la extrapolación más feliz. Los principios que rigen las relaciones sociales y su relación con el sistema de producción, en definitiva, no son cuestionados. Más adelante tendremos ocasión de ver hasta qué punto este concepto de "modernización", está marcado él mismo por una ideología, ya que llega a constituirse en sinónimo de una sociedad de consumo²⁴, o, a lo sumo, en una sociedad participacionista, que converge hacia un solo modelo: la integración del marginal en el orden social existente.

2º.— El hecho de que el sistema salga virgen de dudas, pone su marca al conjunto de las técnicas empleadas, las cuales se convierten así en instrumentos de ajuste al sistema, y quedan destinadas a suprimir los puntos críticos que ponen en peligro el equilibrio social. De este modo, la búsqueda de los efectos —en una perspectiva terapéutica— no es posible sino negándose a interrogar a los polos de la relación, especialmente al polo emisor. La sociología del medio de comunicación llega a ser, entonces, una herramienta para consolidar los principios sobre los cuales están construidas las relaciones sociales de un sistema dado. Esta posición aleja toda posibilidad de investigación sobre el lugar ocupado por el emisor en la estructura del poder. Lo cual equivaldría a preguntarse qué contenido puede fluir de esta situación del emisor, suma de intereses en una sociedad competitiva. La tarea de mejoramiento en la transmisión del mensaje, sin cuestionar su contenido implícito, mete al investigador en el engranaje de un sistema de dominación —llamado eufónicamente mecanismo regulador en el lenguaje abstracto del funcionalismo— al cual él no hace otra cosa que operacionalizar. La sociología empirista se convierte entonces en un instrumento llamado científico, destinado a reforzar los mecanismos racionalizados del control social.

Esta actitud acrítica respecto del lugar que puede ocupar un medio de comunicación ligado a grupos determinados, pone en tela de juicio los métodos mismos de investigación, promovidos por el empirismo y hasta los hace claudicar.

²⁴ Ver en este sentido la relación que establecen los sociólogos de la "communication research" entre el desarrollo comprendido como modernización y los medios de comunicación de masas, relación que es sintomática de la implicación teleológica de los términos: modernismo, modernización, modernizador, etc. Citemos, por ej., este pasaje de I. de Sola Pool: "La propaganda al modernismo contenido en los medios comerciales de comunicación, tales como la prensa, el cine, la radio, no es sólo un pretexto destinado a hacer comprar una marca de jabón. Este pretexto puede ayudar a la operación, pero no tendría auditorio ni efecto, si el medio de comunicación no proporcionase un alimento mucho más rico en saber y en excitación. El alegato en favor de una preferencia, es sólo una pequeña parte del alegato en favor de un modo de vida totalmente modernizado. Los medios de comunicación destinados a la apertura del mercado para los productos nuevos, a los nuevos intereses, hacen también el retrato de un tipo nuevo de hombre, dentro de un tipo nuevo de ambiente. Como ha subrayado Marx, el jefe de empresa es un revolucionario, aunque no sea ésta su intención. Son los *Mass Media*: la prensa tradicionalmente y ahora también otros medios, los que transforman lo que de otro modo sería sólo el sueño insatisfecho de unos pocos modernizadores, en la aspiración dinámica de todo un pueblo": en "Le rôle de la communication dans le processus de la modernisation et du changement technologique", de *Industrialisation et Société* por B. Hoeselitz y W. Moore, UNESCO, Mouton, París, 1963, pág. 287. Ver también David E. Apter: *The Politics of Modernization*, University of Chicago Press, 1965; y en el sentido del participacionismo, Daniel Lerner: *The Passing of traditional Society*, The Free Press of Glencoe, 1958. Para una crítica, consultar las obras ya citadas de N. Poulantzas e Irving Horowitz.

3° — Desarrollemos el punto anterior, tomando el caso del análisis de contenido manifiesto, aplicado a la revista juvenil (tipo *fans magazine*), por ejemplo²⁵.

Para el investigador funcionalista, la revista juvenil, llamada de ídolos, cumple una función manifiesta que pertenece al área *entretención*. Por definición, esta función es conocida y buscada. El análisis del contenido manifiesto de esta revista —admitiendo de antemano el axioma *entretención*— consistirá en indagar de qué manera la revista aludida cumple esta función específica. Pero surge una pregunta fundamental, desde el momento mismo en que se inicia el análisis: ¿En qué medida puede afirmarse que la revista se centra sobre esta función única? De hecho, atribuyendo a este tipo de revistas la función *entretención*, el funcionalismo la aísla de su contexto, y no hace otra cosa sino aceptar la función oficial, tal como la define el sistema por medio de la máquina publicitaria que la hace vender. Repitiendo las palabras de Marcuse, podemos decir que el funcionalismo inmoviliza los hechos "en el interior de un conjunto represivo, en el sentido de que acepta los términos de este conjunto, como términos de análisis"²⁶. En efecto, si volvemos a este contexto e interrogamos al sistema social, podemos determinar que la función *entretención* encubre otra función también querida y buscada²⁷, pero a diferencia de la primera, jamás expresada por el emisor: la de asegurar y afianzar un territorio autónomo para la juventud, a fin de evitar las tensiones que podrían provenir de la protesta de estos grupos y poner en peligro el equilibrio social. De esta segunda finalidad deriva el conjunto de universos que toca la revista (mundo del cine, de la canción, del ídolo...), universos que convergen todos hacia esta función de aislar a la juventud de una realidad socialmente dada. Lo que invalida la aproximación empirista de la revista juvenil, no es la precaución de objetividad que toma para observar el material mismo, sino su desconocimiento de la segunda finalidad. Este desconocimiento equivale a eliminar de su campo de investigación un elemento clave, capaz de explicar el por qué de la presencia de diferentes universos o categorías nomenclaturales, de preferencia a otras (el por qué, en dichas revistas se suprime, por ejemplo, toda alusión a una realidad social que no esté filtrada). Las que podemos llamar "reglas del género", derivan en línea recta de esta segunda función, que preside a la organización del material de la revista. Aquí adquiere su verdadero significado la afirmación hecha anteriormente, de que el análisis del contenido manifiesto llega siempre al descubrimiento de lo que el investigador presentaba de antemano. Centrándose sobre la función *entretención*, la investigación empirista no hace otra cosa que sistematizar el contenido en virtud de esta función. Cuando el investigador busca explicaciones en esta óptica, sólo explica lo que funda por lo que está fundado. En una palabra, su investigación se vuelve tautológica.

Introducirse en una revista juvenil, es penetrar en el dominio de los significados segundos, y este dominio, en una sociedad de estratificación social rígida, o en una sociedad en la cual se encuentran presentes los polos dominante y dominado, es dado por un conjunto de intereses que deben ser protegidos. Por tal motivo, la noción misma de objetivi-

²⁵ *Mutatis mutandi*, las observaciones que siguen, se aplican también a las revistas pseudo-amorosas.

²⁶ H. Marcuse: *L'Homme unidimensionnel*, op. cit., pág. 132.

²⁷ En este caso, no se trata, evidentemente, de función latente, como lo entiende el funcionalismo.

dad, a la cual nos ha acostumbrado el empirismo, puede ser impugnada: el carácter objetivo de una investigación —o la cientificidad— no puede buscarse solamente al nivel del instrumento operatorio, sino también al nivel de los pasos previos respecto de la realidad en la que se inserta el fenómeno observado. La objetividad —en el caso preciso de la revista juvenil— consiste precisamente en respetar todas las funciones ejercidas por ella. Lo que hace el funcionalismo, al rehusar cuestionar las condiciones materiales de la aparición de la función entretención en un sistema social, es, en último análisis, trozar la realidad arbitrariamente. Observaremos el mismo procedimiento de recorte mental de la realidad cuando nos toque hacer la crítica del análisis funcionalista del editorial.

4º.— La observación final se refiere a las implicaciones de la actitud sicologista implícita en la aproximación funcionalista, la cual no mira el medio de comunicación de masas sino a través de las motivaciones del receptor. Nuevamente, el modelo psicológico se encierra en un sistema social acerca del cual no quiere formularse interrogantes. En otro capítulo tendremos ocasión de mostrar que existe un paralelismo notable entre la actitud sicologista del funcionalismo y la actitud de la prensa liberal, cuanto ésta trata de interpretar la acción subversiva a través de los rasgos psicológicos de sus actores, disculpando así al sistema social de toda falta o error grave. Desarrollaremos este punto ulteriormente ²⁸.

A través de estas pocas notas podemos ver el punto de ruptura entre ambas posiciones: por un lado, una sociología empirista que parcela la realidad, y, cuya única línea de continuidad relacional es la ratificación del actual estado de cosas ²⁹; una sociología incapaz de concebir el paso de una sociedad a otra. Por otro lado, una sociología crítica que postula la inmanencia de un sistema ideológico destinado a proteger intereses dados, en todas las manifestaciones de una sociedad y, a la vez, una sociología susceptible de proporcionarnos instrumentos de análisis para el examen de una dinámica social, concebida en términos diferentes a los del mantenimiento del equilibrio de un sistema dado.

²⁸ Ver capítulo III, secciones IV y VII.

²⁹ Habría que relacionar a esta visión de la evolución social el profetismo de Marshall Mc. Luhan, quien afirma: "El mensaje es el medio de comunicación", otorgando así cartas credenciales al determinismo sensorial y tecnológico.

II. La Lectura Ideológica del Mensaje

LA IDEOLOGIA.

La ideología —escribe Adam Schaff —designa “las opiniones referentes a los problemas del objetivo deseado en el desarrollo social; opiniones que se forman sobre la base de determinados intereses de clase, a cuya defensa contribuyen”³⁰.

Esta definición que nos indica la *génesis* de la ideología (las opiniones referentes a los problemas sociales, moldeadas en el sentido de los intereses de una clase social), así como la *función* que ella cumple (estas opiniones sirven para defender dichos intereses), es la que adoptaremos para situar la perspectiva global de nuestro estudio.

A diferencia de la óptica empirista, que se detiene en el análisis simplemente estadístico del contenido manifiesto que transmite el mensaje del medio de comunicación de masas, lo que nos interesa principalmente a nosotros, es el contenido latente de estos mensajes. El medio de comunicación de masas es mirado aquí como el soporte de un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de una clase social determinada; sistema que defiende los intereses de dicha clase social y da origen a comportamientos prescritos, frente a tal o cual problema social. Con el fin de señalar el nivel ideológico de los discursos humanos, materializados en diarios, revistas, films, emisiones de televisión, etc., Barthes habla de las “connotaciones” del lenguaje; lenguaje secundario por oposición a las “denotaciones” o lenguaje primario (corriente y “objetivo”). Greimas, por su parte, prefiere la expresión “nivel mítico”. En una palabra, el análisis ideológico del contenido del medio de comunicación, trata de percibir el “sistema de los significados segundos”³¹.

Por consiguiente, el problema de solución más difícil en el estudio de los contenidos latentes, consiste en identificar las estructuras que dan coherencia al mensaje y, en último análisis, vertebran en un sistema el cuadro interpretativo de los medios de comunicación de masas, a propósito de los fenómenos sociales. La insuficiencia del análisis del contenido manifiesto, deriva precisamente de que el empirismo, desembocando forzosamente en la “asociación atomística”³² de unidades nocionales, está imposibilitado para descubrir el principio que preside a la organización del discurso y, por tanto, de unificar sus diferentes elementos. De ahí su carácter simplemente descriptivo y su alergia a la explicación.

³⁰ Adam Schaff: “Marxisme et Sociologie de la connaissance”, en *L'Homme et la Société*, Ediciones Anthropos, París, N° 10, pág. 139.

³¹ J. B. Fages: *Le Structuralisme en Procés*, Ediciones Privat, Toulouse, 1968, pág. 46; A. J. Greimas: *Sémantique Structurale*, Ediciones Larrousse, París, 1966. Ver también el conjunto de los libros de Roland Barthes, a los cuales nos referimos a lo largo de todo nuestro trabajo, especialmente: *Mythologies* (1958), *Système de la Mode* (1967), *Le Degré Zéro de l'Écriture* (1953).

³² Según expresión de Jean Piaget, en *Le Structuralisme*, PUF, París, 1968.

En este sentido, la lectura ideológica permite descodificar el sentido que tienen los mensajes, los cuales, a primera vista, pueden parecer banales, como, por ejemplo, los contenidos en las crónicas o emisiones acerca de la dietética, la moda, las críticas literarias, cinematográficas o teatrales; o los más clásicos, y a veces más explícitos, contenidos en los editoriales de los periódicos, de la radio o de la televisión. Todo lenguaje analizado a través del filtro de la ideología, aparece preñado de sentido ideológico, ya que revela la filigrana de una sociedad aprehendida en su totalidad, así como la inmanencia de los intereses que dicha sociedad protege. Desde este punto de vista, los mensajes implícitos revelados en las revistas románticas o en los semanarios juveniles, pueden ejercer una función mucho más "represiva" (en el sentido marcusiano de la palabra) en los estratos sociales sometidos intensamente a ellos, que la propaganda política más sutil. Por definición, esta última es más explícita y descubre la finalidad de su discurso al expresarse, llegando bajo una sola dimensión al auditorio ya advertido. Los primeros, al contrario, encuentran desprevenido al auditorio en la mayoría de los casos y cubren todos los sectores de las representaciones. De este modo, el mensaje implícito puede invadir libremente el campo de su subconsciente.

Los medios de comunicación de masas que consideramos en nuestro estudio, pertenecen a la esfera de una ideología de clase dominante, y constituyen los soportes de la ideología llamada genéricamente burguesa. Por tanto, reflejarán "la visión del mundo" ("un punto de vista coherente y unitario acerca del conjunto de la realidad", según palabras de L. Goldmann)³³, que tiene esta clase y que ella desea hacer aceptar como la única razonable, la única objetiva y, por consiguiente, la única universal. En la medida en que esta clase monopoliza los medios de producción y domina la estructura del poder de la información, será su visión particular del mundo, la que tenderá a imponerse como visión general de ese mismo mundo. Pues, como dice Marx: "Los pensamientos de la clase dominante son también, en todas las épocas, los pensamientos dominantes; en otras palabras, la clase que es potencia material dominante en la sociedad, es también la potencia dominante espiritual"³⁴. Nuestro objetivo principal ha de ser, pues, el de establecer la manera cómo la clase dominante eleva —por medio del periódico o la revista— su verdad y sus intereses, al rango de verdad y de intereses universales; su concepto del bien y del mal, al rango de las categorías morales atemporales del bien y del mal. En sentido más operacional, la ideología burguesa puede ser considerada —en el medio de comunicación de masas— como un conjunto de mecanismos de reducción de los fenómenos y de los procesos sociales a la escala del sistema de valores de la clase dominante. No nos interesan las "mentiras de la prensa liberal", sino los mecanismos de su mistificación. La categoría moral de la "mentira", que algunos utilizan para juzgar tal o cual diario, depende todavía demasiado del concepto moral impuesto por la burguesía, para ser capaz de poner al desnudo las falacias de la ideología burguesa. Solamente la desarticulación de los significados segundos o, en otras palabras, de la racionalidad burguesa, como sistema total de interpretación de la realidad, puede darnos a conocer los resortes ocultos de su empresa de persuasión, lle-

³³ L. Goldmann: *Recherches dialectiques*, Ediciones Gallimard, París, 1959, pág. 46.

³⁴ K. Marx y F. Engels: *L'Idéologie Allemande*, Ediciones Sociales, París, 1968, página 74.

vada a cabo en el periódico o la revista. Empresa que, repitiendo las palabras de Marx, logra hacernos ver a los hombres y sus relaciones, con la cabeza hacia abajo, como una *camera obscura*.

LA MITOLOGIA.

Los mecanismos reductores de la realidad, a los que hemos aludido, pueden agruparse bajo el nombre de mitos, y constituyen la mitología burguesa³⁵. El mito, en esta ideología, cumple una función determinada: sitiar a las fuerzas capaces de contrariar o desenmascarar la impostura de la clase dominante y su sistema. Cumple esta función explicando la realidad por medio de los mismos principios que sirven de cimientos al sistema. El mito no oculta la realidad del fenómeno, no niega las cosas (la negación y el rechazo del hecho empírico, sería más bien actitud propia de una prensa oscurantista); hace, por el contrario, desaparecer el sentido indicativo de una realidad social que dicho fenómeno podría tener, asignando a ese fenómeno una explicación que oculta las contradicciones del sistema. En último análisis, esta explicación aparente no traspasa nunca el nivel de la constatación, ya que jamás trasciende *el sistema social existente*. Como escribe Barthes, *el mito vacía de lo real los fenómenos sociales, deja al sistema inocente: lo purifica*. En cierto modo, priva a estos fenómenos de su sentido histórico y los integra a la "naturaleza de las cosas". Por ejemplo, dando una explicación coherente con el sistema de valores de la burguesía a la rebelión juvenil, el mito permite dar a lo insólito (el emerger de una fuerza de protesta) un rostro conocido y conocible; en una palabra "banaliza" la información. El público —auditor, lector o espectador— al recibir el fenómeno "rebelión juvenil" explicado (o mejor, constatado) con los instrumentos del sistema, por el medio de comunicación de masas, lo encontrará "natural" y no tratará de interpretarlo como fenómeno que pone a descubierto las crisis que afectan a las estructuras de la sociedad existente y la ponen en tela de juicio. Así, por ejemplo, el beatnik o el hippie, vaciados de su contenido de oposición a los valores ético-sexuales de la sociedad imperialista, quedan asimilados a una corriente poética o a un grupo que cultiva la holganza. El mito, pues, domestica la realidad, la anexa en provecho de una pseudo-realidad: la realidad impuesta por el sistema, la cual no es "real", sino admitiendo las bases sobre las cuales se halla edificada la ideología burguesa (la clase dominante como parámetro de objetividad y universalidad).

A nuestro parecer, y tomando en cuenta su modo de operar, así como los efectos que tienen sobre el sistema, los mecanismos de reducción a los que aludimos, deben considerarse desde dos puntos de vista: la *recuperación* y la *dilución*. Podemos hablar de estrategia de *recuperación*, cuando el procedimiento empleado por el medio de comunicación de masas, para privar de cebo al fenómeno social, viene a alimentar la dinámica del sistema social que lo absorbe. Uno de los ejemplos más clásicos que tendremos ocasión de estudiar en lo sucesivo, es el conjunto de las estrategias empleadas para recuperar la protesta política de la juventud, estrategias por medio de las cuales la clase dominante, promoviendo su noción del orden, asegura para sí el control del proceso represivo.

³⁵ Ver Roland Barthes: *Mythologies*, Ediciones du Seuil, París, 1958.

Por el contrario, nos encontraremos en presencia de una estrategia de *dilución*, cuando el medio de comunicación social prive al fenómeno de su sentido conflictivo y lo integre en el background o fondo de representaciones estereotipadas. Uno de los casos más típicos es el de la fotonovela, en la cual, el llamado "orden del corazón" disuelve lo social. En otro registro, reteniendo solamente ciertos símbolos formales del hippie (por ejemplo, las flores psicodélicas), la prensa diluye la finalidad de protesta ético-sexual de una parte de la sociedad tecnocrática.

Sería erróneo creer que los administradores del mito se encuentran solamente en la clase llamada dominante, o grupo que monopoliza el poder económico y el poder de la información. El medio liberal de comunicación de masas, no es el único vehículo de propagación para los mitos. En realidad, este medio no hace otra cosa que ratificarlos, reactualizarlos diariamente; o sea, en cierto modo, expresarlos y comunicarlos, haciéndolos aflorar a la superficie de la sociedad. La sociedad —moldeada por la clase dominante— en la que se inscribe nuestra actividad social e individual, es una sociedad construida de acuerdo al "proyecto" burgués y, como tal, se halla marcada por la mitología destinada a racionalizar y justificar las instituciones instauradas por esta clase.

Los "pensamientos dominantes", en efecto, se institucionalizan; se encarnan en instituciones que, a imagen de esos pensamientos, reflejan el concepto de la clase dominante respecto a las instituciones capaces de conferir a su sistema todas las garantías de estabilidad y de armonía en las relaciones sociales, ambas cosas vitales para la protección de sus intereses económicos. El orden social, presentado como orden natural, independiente de los intereses de clase y elaborado —con gran refuerzo de doctrinas morales y jurídico-políticas— para defender valores llamados universales (libertad, democracia, justicia, etc.), es en realidad un orden burgués cuyo origen se ha perdido de vista y que impregna todas las representaciones colectivas. Los componentes mismos de la idiosincrasia nacional (otro concepto al parecer unificante) son la imagen formada por la clase dominante acerca de lo que debe ser el patrimonio idiosincrásico del país. Esta inmanencia de la burguesía al nivel de todas las instituciones de la sociedad, multiplica considerablemente los efectos de la función *conativa* (o función persuasiva del auditorio) que tiene el medio de comunicación liberal. En la medida en que el destinatario del mensaje transmitido, se halle ya inmerso en una institucionalidad burguesa reflejada en el soporte del mensaje, la interacción receptor-mensaje, tiene todas las probabilidades de consolidar las representaciones colectivas que legitiman (y al mismo tiempo son creadas por ella) las estructuras de la sociedad existente. La estrategia de persuasión del auditorio, se halla edificada en cierto modo sobre un argumento *ad hominem* por el cual, se confunde al auditor o al lector, oponiéndole sus propias palabras o sus propios actos. El poder del medio liberal se halla así reforzado por una infraestructura mental que este medio endosa, a veces subrepticamente, pero siempre de manera eficaz. Porque, aunque el receptor "ideologizado" muestre clara desconfianza hacia la zona política de la ideología burguesa y hacia las correspondientes representaciones de esa prensa, por ejemplo, queda amplio margen de zonas aparentemente neutras, que el consenso general admite como naturales, es decir, incontaminadas e incontaminables por los intereses de clase. Ahora bien, son estas zonas intermedias, en apariencia sin peso ideológico, las que configuran los rasgos de la personalidad burguesa y pactan a fin de cuentas con la determinación política de la clase dominante. A la inversa, muchos aspectos

tos de la prensa de izquierda muestran penetración de la ideología burguesa que los ha hecho formar filas —demasiado rápidamente— en el registro “neutro” de los dominios o de los procedimientos que son reflejo más sutil del orden burgués. (Ver, por ejemplo, la estrategia de reducción aplicada por parte de esta prensa a los grupos extremistas).

Precisamente porque este orden burgués está internalizado en cada individuo, es decir, que penetra sus costumbres, sus gustos, sus reflejos, independientemente del estrato social del que forma parte, adquiere este status de universalidad y es promovido al rango de orden natural³⁶. Para convencerse, basta referirse, a título de ejemplo, a un acontecimiento que hubiera podido quedar en el rango de sucesos. Se trata de la agresión a un periodista de Concepción. Este acontecimiento permitió calibrar hasta qué punto se produce, en primera instancia, un consenso que es sólo consenso entre representaciones colectivas. El análisis semántico de las declaraciones que siguieron directamente al atentado —demasiado precipitadas, por otra parte— y hechas por los diversos sectores, indican una línea de continuidad entre las representaciones de los sectores, cualquiera que sea su determinación política. El consenso de la indignación se realiza en nombre de valores llamados universales, pero que, en realidad, no son sino valores apoyados sobre realidades burguesas y que sirven para mantenerlas. La indignación nacional se produce con mayor facilidad por ser el hecho original de naturaleza moral, cosa que para muchos y de manera paradójica, es un dominio axiológicamente neutro. Es interesante hacer notar que todas las declaraciones se creían obligadas —desde las primeras palabras y para no romper el consenso e incurrir en las iras de un auditorio indignado— a condenar la inmoralidad del atentado.

Todos caen en la trampa cuando la esfera de esta moral gira en torno a lo sexual. (El sexo ¿no es una categoría biológica, natural, y por tanto sin implicaciones ideológicas?). Y la puerta está abierta para que condenación tan rápida, en nombre de principios morales, degenera en defensa de las libertades llamadas democráticas: libertad de prensa, condenación de la violencia, etc. Es el principio burgués de la defensa de la libertad de prensa que, como veremos, no es en realidad sino la defensa de la propiedad de los medios de comunicación social, por grupos monopolistas que, mientras estigmatizan la inmoralidad de un grupo político, presunto autor de un atentado, silencia la inmoralidad de la prensa amarilla, representada por la víctima de la agresión. Sólo después de repenirse y en un acto reflexivo —motivado por la violación de la autonomía universitaria— fuera de algunas personas que lo hicieron en los primeros días, apareció el hecho cargado de un “significado segundo” a los ojos de otros sectores. Más adelante se nos presentará la ocasión de volver sobre este tema.

³⁶ Citemos a Barthes: “Practicadas nacionalmente, las normas burguesas son vividas como leyes evidentes de un orden social: cuanto más propaga sus representaciones la clase burguesa, más se nacionalizan estas representaciones. El hecho burgués se absorbe en un universo indistinto, cuyo habitante único es el Hombre Eterno, ni proletario ni burgués. Por tanto, es penetrando en las clases intermedias como la ideología burguesa puede perder su nombre con mayor seguridad”, *Mythologies*, op. cit., pág. 249.

LAS REPRESENTACIONES COLECTIVAS.

Mientras los individuos y los diversos grupos sociales no logran diferenciar —por medio de un esfuerzo de desmistificación— sus representaciones y el orden que les ha dado origen, la representación colectiva asimilada por los individuos, llega a constituir un sistema de autorepresión y de autocensura que la convierte en uno de los instrumentos más eficaces de la dominación social. ¿Por qué?

1.—El orden burgués promovido al rango de orden natural, puede ser administrado por clases que no sean la clase dominante. Como el único poder real es el poder sobre las fuerzas de producción, la burguesía hegemónica puede consentir en conceder delegaciones de poder político, ya que en las representaciones colectivas o manera de concebir el orden, la justicia, la represión; o lo que son y deben ser el arte, la cultura, la educación, etc., la presencia burguesa se halla latente y asegura el consenso fundamental. Por medio de la representación colectiva indiscernible de su experiencia vivida³⁷, el dominado se convierte a sí mismo en agente de su alienación³⁸. Por este motivo, las burguesías manifiestan absoluto sentido de contingencia respecto de la forma política de dominación, y pueden sentirse tan conformes con una democracia formal, como con un régimen dictatorial ilustrado. (Sus llamados a la sedición se encuentran con demasiada frecuencia en la prensa liberal, para que nos engañemos sobre este punto). El nudo gordiano de los fracasos (o de sus victorias a lo Pirro) de los regímenes reformistas, se halla precisamente ahí: las estrategias neocapitalistas de desarrollo —agrupadas generalmente bajo el nombre de desarrollismo— al emprender reformas parciales, como la reforma agraria, no ven la importancia de estas representaciones colectivas y, creyendo en su evolución mecánica, ven que sus esfuerzos son recuperados por el orden burgués, el cual crea entonces para el campesino emancipado, el ideal de la nueva clase media rural y el acceso a la sociedad de consumo. La importancia del medio de comunicación de masas aparece aquí como vital³⁹. El mensaje reformista transmitido en las campañas de concientización desarrolladas por los organismos oficiales, entra en conflicto con el mensaje tecnocrático del medio de comunicación social, monopolizado por la clase dominante (fenóme-

³⁷ Althusser precisa el significado de la "experiencia vivida" en los términos siguientes: "La ideología es, sin duda, un sistema de representaciones; pero estas representaciones, en su mayoría, son imágenes y a veces conceptos; pero, sobre todo, se imponen como estructuras a la inmensa mayoría de los hombres, sin pasar por su conciencia. Son objetos culturales percibidos —aceptados— soportados, que actúan funcionalmente sobre los hombres, mediante un proceso que les escapa. Estos hombres "viven" su ideología como el cartesiano "veía o no veía" (si no la fijaba) la luna a doscientos pasos: en absoluto como una forma de conciencia, sino como un objeto de su "mundo mismo". *La Revolución teórica de Marx*, Siglo XXI, Méjico, 1967, Cap. 7.

³⁸ Gramsci, para designar la fuerza unitaria de la ideología, hablaba de ésta en términos metafóricos, utilizando la palabra *cemento*, destinado a consolidar el edificio social. (Ideología: "Concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida individual y colectiva. En otras palabras, el problema que se presenta es conservar la unidad ideológica en todo el conglomerado social, el cual, precisamente, se ve cimentado y unificado, por esta ideología determinada"). Gramsci, A., *Oeuvres choisies*, Ediciones Sociales, París, 1959, pág. 22.

³⁹ A título de ejemplo, durante una encuesta realizada a comienzos de 1969 entre campesinos de la provincia de Colchagua, una zona especialmente afectada por la R. A., el 54% de los campesinos escuchaba la radioemisora Agricultura, administrada por los terratenientes.

no agravado en la misma medida en que la reforma agraria es sólo un fenómeno parcial y no masivo; y en la medida, además, en que dicha reforma no corresponde a cambios paralelos de las estructuras urbanas, en la industria, la banca, etc.).

Es muy significativo que la sociología burguesa, al tratar los fenómenos de anomía en los países del Tercer Mundo —de esa ausencia de concordancia entre la experiencia cotidiana y las normas que sirven de cuadro a esta experiencia y debieran regularla— centre siempre su análisis causal en los cuellos de botella provocados por las modificaciones de las estructuras asociadas a la modernización de la economía. Pero el problema principal no radica en estos inconvenientes, ni puede explicarse de manera total y satisfactoria por la fórmula mágica de la transición. Las contradicciones que se producen en la personalidad del campesino recién emancipado, no son otra cosa que la proyección de las contradicciones de la sociedad burguesa, que deja subsistir institucionalmente el mecanismo de las políticas y de las teorías desarrollistas. En efecto, es muy probable que esta anomía no sea un gollete de estrangulamiento pasajero, una discontinuidad transitoria, sino un rasgo persistente, característico de la esencia misma de la sociedad burguesa, en estado puro o “remozada” por la tentativa reformista. Una vez más, esta observación nos muestra claramente cuán aprisionada se halla la sociología burguesa dentro del cepo del statu quo; hasta qué punto se encuentra desprovista de las categorías conceptuales más elementales cuando se trata, no ya de legitimar las estructuras de la sociedad existente y de integrar el individuo en esta sociedad “modificada”, sino de transformarla radicalmente, sustituyendo los principios sobre los cuales se encuentra edificada, es decir, tratando de suprimir la fuente de los antagonismos sociales y la reificación burguesa del hombre.

2.—La permanencia de estas representaciones burguesas colectivas, vividas como naturales, escinde la personalidad del hombre revolucionario e instala en él una personalidad conflictiva. “La forma cultural burguesa nos separa, contra nosotros mismos, desde dentro de nosotros mismos. . . La burguesía está en nosotros como un obstáculo para comprender y realizar el proceso revolucionario. . .”. Dualismo que “divide al hombre en sensibilidad propia y racionalidad externa, que abre un abismo entre lo subjetivo y lo objetivo”⁴⁰. Siendo imposible la margina-

⁴⁰ L. Rozitchner: “La Izquierda sin sujeto”, en: *Pensamiento Crítico*, La Habana, enero 1968, pág. 162. Este mismo autor añade: “Las “soluciones” capitalistas mantienen la persistencia en el desequilibrio y la desintegración. . . las soluciones ratificadas por la cultura burguesa, adecuadas a sus categorías de ordenamiento y de acción, son las que mantienen —en vez de resolverlos— estos desequilibrios. El individuo sometido al sistema de producción capitalista —producción de objetos y de ideas —encuentra preformados en la cultura que recibe —en sí mismo— aquellos modelos de solución que vuelven nuevamente a sumirlo en el conflicto y a condenarlo a la frustración y a la falta de salida”, página 155.

Los estudiantes de la revolución de mayo en Francia, respondían a quienes les reprochaban confusión en las ideas, no saber lo que querían: “Si el objetivo consiste en dar nacimiento a “verdaderas relaciones humanas”, la cuestión no es partir de dichas relaciones; en primer lugar porque no existen y, además porque nuestra imaginación alienada no nos permite entreverlas, sin que esta imaginación sea alienante ella misma como lo es todo idealismo. La nueva sociedad no debe ser imaginada, sino creada. Es preciso crearla e imaginarla al mismo tiempo en un proceso activo de desalienación, proceso que no debe confundirse con el descondicionamiento pasivo, que sería la alienación suprema”. Consúltese C. Lalive d'Épinay: “Apuntes sobre el fenómeno estudiantil europeo” en *Cuadernos de la Realidad Nacional*, Santiago, N° 2, enero 1970).

lidad absoluta, la auto-alienación del individuo que vive las contradicciones de la sociedad burguesa, llega a ser una regla de supervivencia que lo inmuniza preventivamente contra otras representaciones. Esto explica el hiato inmenso que se abre entre la determinación política y las representaciones éticas y estéticas, marcadas por la racionalidad burguesa, en la personalidad del hombre de izquierda. De ahí la escisión entre las actitudes de determinación política y las que se observan frente a las instituciones burguesas. Esta incongruencia entre las actitudes, ha sido estudiada ya empíricamente⁴¹. Recordemos solamente este caso flagrante, que instala la contradicción en la personalidad de los jóvenes revolucionarios: la incoherencia entre las actitudes de radicalización política y el concepto de la mujer y de la familia, calcado sobre el modelo más puro del familismo burgués. Es de temer que, en el dominio de la imagen de la cultura, la auto-alienación sea tanto más fuerte cuanto más haya neutralizado este dominio la burguesía, elitizándolo.

Los representantes de la sociología burguesa explican este maniqueísmo de la personalidad, que aísla la determinación política de las representaciones, por el asincronismo en la evolución de la personalidad, de la cultura y de la sociedad, asincronismo inherente a las sociedades en tránsito de una fase tradicional a otra moderna. Las categorías tradicionalismo-modernismo tienen nuevamente a su parecer, la virtud mágica de poder explicarlo todo; pero en realidad no explican nada fundamental. No hacen más que introducir en la explicación un nuevo maniqueísmo que desideologiza el sentido de la personalidad conflictiva⁴². Hemos aludido ya al hecho de que las nociones moderno y tradicional, no son valorativamente neutras. Con anterioridad a la elección de estas categorías, existe una elección ideológica referente al tipo de sociedad en la cual dichas categorías, al insertarse en ella, adquieren realidad histórica. Concebido originalmente como tipo ideal que facilita las tareas del análisis de las sociedades, lo moderno ha llegado a ser un modelo teleológico de estratificación social y de cultura, sinónimo de una sociedad de abundancia, en la que domina lo tecnológico que celebra el crepúsculo de las ideologías. Nada más ambiguo, por ejemplo, que definir el "modernismo" de las actitudes respecto al status de la mujer. El concepto mismo de emancipación femenina —expresión de ese famoso modernismo— varía totalmente según se lo mire a la luz de la racionalidad burguesa, o a través del lente desmistificador de la racionalidad marxista.

Para la primera, la redistribución de los papeles en el interior de la familia y de la sociedad, desemboca fatalmente en la degeneración feminista, donde los papeles del hombre y de la mujer asumen una nueva definición a expensas del antagonismo, y donde se proyecta el principio individualista sobre el cual se halla construida la sociedad burguesa, principio que aísla a la mujer de los demás grupos sociales. Para la segunda, la igualdad de los sexos no es sinónimo de asimilación ni tampoco aísla el grupo femenino del resto de los grupos sociales, sino que hace de él un elemento de presión para lograr la transformación de las estructuras y mentalidades de la sociedad.

⁴¹ A. y M. Mattelart: *Juventud chilena: Rebeldía y Conformismo*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, en prensa.

⁴² Ver, acerca del carácter bipolar de esta teoría, las críticas hechas en este sentido por C. W. Mills; en: *L'Imagination sociologique*, Ediciones Francois Maspero, París, 1967.

Por otra parte, la actitud considerada moderna para la mujer de clase media superior, en una sociedad de estratificación rígida, no puede inscribirse en el registro de la modernidad sino de manera muy relativa. Mientras la mujer realiza su emancipación, o sea, trabaja, estudia, etc. . . , a costa de la explotación de otras clases, por la permanencia de servicios domésticos; y mientras la distribución de papeles no sea paralela, porque el marido no está obligado a redefinir su papel, es difícil afirmar que existen actitudes decididamente modernas. Este ejemplo hace ver claramente la necesidad de considerar la dimensión teleológica, si no se quiere hacer servir el modelo bipolar de la transición a cualquier fin que sea precisamente el rechazo del cambio social.

Estas pocas observaciones parecen adquirir importancia, por cuanto, como tendremos ocasión de verlo más adelante, el medio de comunicación de masas liberal, pretende también por su parte —igual que la sociología burguesa— imponer la neutralidad social de la tradición y de la modernización. Estas observaciones son también fundamentales para situar el trabajo desmistificador que define el análisis de la ideología implícita: se trata de descubrir las contradicciones del sistema burgués en todos los niveles de la producción social (económico, político, jurídico, moral) y su proyección en los individuos. En esta empresa, el examen de los mensajes transmitidos por el medio de comunicación de masas, es solamente uno de los numerosos aspectos del trabajo para descubrir esos "núcleos de obstrucción racional"⁴³, que la burguesía ha instalado en la sociedad y en los individuos. Mirado desde este punto de vista, podemos caracterizar el modo de operar del periódico y de la revista liberales, como la búsqueda de una justificación y racionalización de las contradicciones inherentes a la forma de producción capitalista.

Por otra parte, veremos —a medida que las fuerzas sociales que enjuician al sistema emprendan acciones más y más opuestas a la institucionalidad burguesa— que los recursos argumentales utilizados por el diario, la revista, etc. . . , serán cada vez más draconianos y desenmascararán progresivamente la red implícita de la ideología burguesa. Se presenciara una escala de violencias y de protestas que variaran de acuerdo a su carácter más o menos revelador de las contradicciones de la sociedad, y a cada fase corresponderán estrategias de recuperación de la reivindicación que se escalonarán conforme al grado de desquiciamiento que esta protesta sea capaz de causar a dicha institucionalidad.

EL ESTEREOTIPO SOCIAL.

Ultimo punto importante, antes de cerrar esta exposición de la ideología: la relación entre esta última y los estereotipos.

La ideología burguesa, tal como la hemos definido anteriormente, puede caracterizarse diciendo que es el establecimiento de una racionalidad en el cuadro de un sistema social determinado. La ideología se halla, pues, relacionada con la formación de conceptos que tienden a presentar categorías de pensamiento lógico (lógico en la medida en que se aceptan los presupuestos epistemológicos sobre los cuales se halla edificada la ideología). Globalmente, su modo de aprehensión de la realidad, se realiza por medio del proceso cognoscitivo que se conforma al criterio de objetividad que da coherencia interna al sistema conceptual. Los

⁴³ L. Rozitchner, *art. cit.*

conocimientos —visión del mundo— que cristalizan los conceptos, condicionan y orientan los comportamientos y las actitudes de los individuos.

El estereotipo, al contrario, es la resultante de un modo de captación pragmática de la realidad, en la cual interviene la actitud emocional y volitiva de los individuos o grupos sociales. Resulta, pues, un modo esencialmente subjetivo de aproximación, dominado por lo valorativo. Por ejemplo, los estereotipos sociales que fijan cierta imagen de la clase obrera o de la clase superior, imagen capaz de guiar los comportamientos entre las clases sociales, se expresan en juicios de simpatía, de hostilidad o de indiferencia.

Sin embargo, es difícil separar la aparición de los estereotipos de la ideología, y vice-versa. En efecto, ambos —bajo formas diferentes— traducen un determinado sistema de valores. Es así como los estereotipos sociales, tales como: “el proletario es sucio”, “el negro es perezoso”, pueden darse solamente en una sociedad cuya ideología institucionalizada, esté construída sobre un sistema de valores que admita la explotación social. Los estereotipos de la suciedad y de la pereza, no son otra cosa que la expresión emocional —al nivel de la reacción— de un conjunto de relaciones sociales racionalizadas en el sistema de dominación. El estereotipo viene a explicar aquí una situación de miseria y, por tanto, a justificar la explotación o la marginalización del proletariado, o el empleo de la fuerza para obligar a trabajar al colonizado y explotar sus riquezas.

Puede verse ya el lugar que ocupará el estereotipo en el medio de comunicación social liberal, cuando se trate de hacer pasar, a clases que no tienen acceso a la captación objetiva de la realidad, el mensaje de la explotación y la consiguiente delegación de poder, para tomar el relevo en esta explotación, llegando así a constituir sub-conjuntos ideológicos, relacionados todos con una matriz: la ideología burguesa.

Igual que la ideología, el estereotipo social es un producto elaborado por la clase dominante. De ahí que los estereotipos referentes a la personalidad modal de un país (por ejemplo, en Chile: el chileno, inglés de Sud América) expresa la visión de una sola clase acerca de esta personalidad modal, la cual no toma en cuenta el hecho de que la existencia de una estratificación social rígida, origina subculturas muy diferentes unas de otras. Esta constatación no impide esta otra: que ciertos grupos sociales pueden crear *estereotipos-antídotos*⁴⁴, tomados en préstamo de otras realidades sociales, diferentes a las de la clase dominante; pero en estos casos, tales estereotipos quedan cercados por la ideología dominante. Lo que afirmaba Lenin de la cultura nacional, permanece totalmente válido: “cada cultura nacional comporta *elementos* —hasta algunos no desarrollados— de una cultura democrática y socialista; pero en cada nación existe, de igual modo, una cultura burguesa. . . no sólo en el estado de “elemento”, sino bajo la forma de cultura dominante”⁴⁵.

Si tuviésemos que comparar la ideología con el estereotipo, podríamos recurrir a los análisis de Adam Schaff. “Hay, como parte integrante de toda ideología, ciertos estereotipos de grupos humanos, de oficios, de comportamientos, etc., enlazados con el sistema de valores reinante en cada caso. La ideología no es, pues, idéntica al estereotipo; tam-

⁴⁴ Esto es cierto también para los sub-conjuntos ideológicos.

⁴⁵ Citado por Nikos Poulantzas: *Pouvoir politique et Classes sociales*, Ediciones F. Maspero, París, 1968, pág. 226.

poco está en relación de clase o de sub-clase, aunque la ideología y los estereotipos se hallen estrictamente relacionados y ejerzan influencia mutua unos sobre otros. Porque así como los estereotipos influyen sobre la formación de la ideología, las ideologías influyen sobre la formación de los estereotipos sociales”⁴⁶. Este conjunto de observaciones nos permite añadir otra variable en la lectura ideológica del medio de comunicación de masas.

En realidad, los mecanismos racionalizantes de la dominación burguesa, no varían sustancialmente en el espacio ni en el tiempo. El análisis paralelo de las prensas liberales europeas y chilena, por ejemplo, no arroja diferencias esenciales en cuanto a los procedimientos a los cuales recurren con el fin de recuperar la protesta juvenil. Y, si leemos los precursores de la ideología burguesa, tales como Adam Smith y Malthus, encontramos ya una acabada elaboración del vocabulario de la mistificación de una clase que decreta su cuadro conceptual, como el único representativo de la racionalidad.

Pero es preciso admitir que el tipo de burguesía dominante, así como el sistema de producción que le da forma, es elemento determinante en la fijación de estos estereotipos y de su interacción con la ideología. Es claro que los estereotipos de grupos de hombres, de profesiones, de comportamientos, a los que se refiere Adam Schaff como parte integrante de toda ideología, difieren mucho entre una sociedad donde la burguesía conquistante ha realizado una revolución industrial, y otra donde la burguesía dependiente ha rehusado sistemáticamente la industrialización y ha impedido el deslizamiento de la estructura social. Habrá diferencia, no sólo en las categorías de los estereotipos, sino también en su posibilidad de aterrizaje en las actitudes y comportamientos capaces de mayor o menos efectividad. La internalización de estos estereotipos, se halla efectivamente en relación directa con el grado de conformismo y de a-criticismo que exige la sociedad a los individuos o a los grupos sociales. Es evidente que no podemos agotar por el momento este tema, ya que constituye uno de los objetos de las diversas lecturas ideológicas, que aspiran a disecar los estereotipos de la prensa liberal chilena, y a descubrir sus relaciones con la racionalidad burguesa. Así pues, solamente al final de este estudio podrán avanzarse ciertas hipótesis que precisen este punto.

⁴⁶ Adam Schaff: “Langage et action humaine”, en *L'Homme et la Société*, Ediciones Anthropos, París, N° 3, pág. 44.

