

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**División de Estudios de Posgrado**



---

**Incomunicación y necesidad de comunicarse  
Formas sustitutivas y opciones participativas**

---

**Tesis que presenta  
María Carmen Rosa Millé**

**para obtener el grado de  
Maestría en Ciencias de la Comunicación**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**México, D.F.**

**Julio, 1990**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INCOMUNICACION Y NECESIDAD DE COMUNICARSE

FORMAS SUSTITUTIVAS Y OPCIONES PARTICIPATIVAS

I N D I C E

INTRODUCCION	III
I. LA INCOMUNICACION	1
.1 <u>La incomunicación a nivel individual</u>	4
.2 <u>La incomunicación a nivel interpersonal</u>	13
.3 <u>La incomunicación a nivel social</u>	20
II. FORMAS SUSTITUTIVAS DE LA COMUNICACION: LAS DISTINTAS	
EXPRESIONES DE DEPENDENCIA	30
.1 <u>La dependencia hacia el consumo</u>	34
- Consumismo	35
- Consumo de drogas	37
- Teleadicción	41
- Comportamiento anoréxico-bulímico	44
.2 <u>La dependencia hacia un comportamiento ritualizado</u>	47
- Inmersión en el espectáculo	49
- Trabajomanía	52
- Erotismo	55
- Juego de azar	57
.3 <u>La dependencia hacia un marco de pensamiento</u>	60
- Sectarismo ideológico-político	63
- Fanatismo religioso o místico	65
III. LA POSIBILIDAD DE COMUNICARSE A TRAVES DE LA PARTICIPACION	70
.1 <u>Propuestas participativas en el ámbito microcomunicativo</u>	74
- La postura del rebelde y la ejemplariedad	75
- Psicoterapia como forma de participación	80
- El trabajo creativo como participación	93

.2	<u>La participación a nivel mesocomunicativo</u>	101
	- La participación en la acción	103
	- La participación en movimientos sociales	106
	- La participación en eventos comunitarios	110
	- Medios alternativos como posibilidad de participación	114
.3	<u>La participación a nivel macrocomunicativo</u>	123
	- Características que oponen a la comunicación de masas vertical de la horizontal	126
	- Tendencias participativas en los medios de comunicación de masas	132
	- Propuestas para una mayor participación	136
IV.	COMENTARIO GENERAL Y CONCLUSIONES	140
	APENDICES	
	<u>Bibliografía</u>	ii
	<u>Glosario</u>	viii

### III

#### I N T R O D U C C I O N

Las zonas urbanas de nuestro mundo contemporáneo se asemejan tanto entre sí que con frecuencia aún las de distintos países presentan más rasgos en común que los que pudiera poseer alguna de ellas con las zonas rurales de su misma nación. Así, en las grandes ciudades de nuestro país confluyen innumerables problemas, aspectos y situaciones, algunos específicos, con carta de nacionalidad mexicana, pero la mayoría tan interrelacionados a la situación mundial que sería imposible ponerles límites y fronteras. Entre esa red de vasos comunicantes e interdependientes, hemos querido destacar dos rasgos que, en las áreas urbanas, parecen definir a nuestra época, por la importancia que la sociedad les concede y el impacto que alcanzan en ella: la comunicación y la dependencia.

Por una parte, la comunicación ha recibido el apoyo del avance tecnológico para expandir la vinculación nacional e internacional, haciendo posible hablar del mundo como de una "aldea global"; pero, por otra, en medio de esa integración, cada persona ha quedado marginada en un proceso de individualización aislante, que le da cada vez un menor número de posibilidades de satisfacer sus necesidades de comunicación.

Esto se hace evidente no sólo a nivel individual, sino también en el pequeño grupo familiar, en la comunidad y en la sociedad en su conjunto. Es sobre esta situación de incomunicación que se hará énfasis en este trabajo, refiriéndonos a la comunicación desde su acepción más amplia, que implica todas las formas de expresión del ser humano, individual y socialmente, desde la introspección por la que se comunica consigo mismo, pasando por la actividad que despliega laboralmente o en su tiempo libre, hasta el nivel de la difusión de mensajes por los medios masivos. Todas estas formas de expresión sirven de señales de identificación, mediante

las cuales el individuo se reconoce como persona y se define o, que cuando le son provistas socialmente, acepta como símbolos o se adscribe.

Si bien se hallan en interrelación permanente, cada uno de estos niveles (individual, interpersonal y social) serán analizados por separado, observando como la incomunicación se presenta obstaculizando la capacidad de conocerse de cada persona, su interacción con su entorno y su quehacer cotidiano.

La carencia de comunicación se relaciona, en este trabajo, con la dependencia, definiendo a ésta también desde una perspectiva amplia, para abarcar a todos los patrones de comportamiento en los que se evidencia una reiteración estereotipada, de la que resulta difícil prescindir, sin percibir una serie de molestias (vacío, angustia, inseguridad). Así, entre las dependencias, la ingestión de drogas o bebidas alcohólicas es sólo una manifestación más, junto al consumismo, a la inmersión ritual en todo tipo de espectáculos o la inclusión acrítica en diferentes sectas, además de las otras manifestaciones descritas.

Proponemos, entonces, un esquema de origen de la dependencia que, sin negar el enjambre multicausal que caracteriza a ésta, abstrae y dimensiona un elemento: la necesidad de comunicación. A los diferentes tipos de dependencia que desarrolla el ser humano actualmente se los define, en consecuencia, como formas sustitutivas de la comunicación.

Por último, se plantean los medios que se han propuesto, desde el campo teórico y del práctico, para poder hacer frente a la incomunicación, tanto en el nivel microcomunicacional, como en el de lo meso y macrocomunicativo. Al analizar estas propuestas de rompimiento de la incomunicación se observa que, desde sus diversas perspectivas, todas ellas destacan a la participación como instrumento que ofrece al individuo una forma de expresión.

En efecto, al adquirir una postura activa y sentirse sujeto de su propia vida, el ser humano puede observar cómo incide en su contexto, sin requerir de la seguridad otorgada por los comportamientos estereotipados o ritualizados de las dependencias, que le sirven más para enmascararse que para definirse como persona dentro de su comunidad.

Por participación, entonces, comprendemos toda forma de involucración consciente, desde el esfuerzo por conocerse a sí mismo que propone la psicoterapia individual, a la actividad comunitaria o los intentos de promover la inclusión del receptor en el proceso comunicacional de los medios masivos.

De esta manera, son tres los conceptos básicos que manejamos en este trabajo: comunicación, dependencia y participación. Además de ellos, se emplean muchos otros términos que han sido objeto de numerosas definiciones, provenientes de diferentes marcos teóricos. Para evitar que sean interpretados desde una perspectiva distinta a la propuesta, se ha desarrollado un glosario, que determina la óptica con que son utilizados.

No se pretende que las definiciones desarrolladas o la integración de elementos que se ofrecen en este trabajo representen la única respuesta válida ante cada una de las facetas de la sociedad urbana contemporánea que se analizan. Por el contrario, es justamente el interjuego en el que actúan lo que explica su relevancia y, al ponerlo de relieve, arroja luz y facilita su comprensión.

## I. LA INCOMUNICACION

"S'il y a aujourd'hui plus de bien être que  
jadis, il y a également plus de malaise:  
s'il y a plus de communications, il y a davan-  
tage de solitude."

H. Lefebvre (1984)

El hombre de nuestro tiempo parece estar sumergido en medio de un número considerablemente superior de estímulos de comunicación que el de cualquier otra época. En efecto, la diversificación de los medios, la profusión con que éstos se distribuyen, el asalto de la publicidad, hacen que sean pocas las comunidades que aún pueda afirmarse que están totalmente incomunicadas o fuera del circuito comunicacional. Sin embargo, justamente en los lugares en donde existe una mayor concentración de población, en los grandes conglomerados urbanos de todos los países (sea cual fuere la forma de gobierno, la estructura socioeconómica, la composición étnica o cultural, o las prioridades o valores predominantes) cada uno de sus habitantes vive en estado de aislamiento e incomunicación.

Tal aislamiento representa, según Castilla del Pino (1979), una consecuencia de esa incomunicación que padece el ser humano actualmente, por la cual "se establecen sólo contactos periféricos entre los miembros de una comunidad, de manera que existe entendimiento (comprensión de significado) entre ellos, pero no un proceso real de comunicación en el que cada sujeto se muestre como persona" (p 17). Así, el individuo cuenta con una infinidad de medios a su alcance para comunicarse, en forma de que aún los que tienen fallas en los órganos y sistemas de comunicación por excelencia (el oído, la vista, el habla) han podido paliar sus deficiencias, todo ello lo utilizan para intercambiar mensajes que tienen sólo apariencias de un proceso de comunicación, pero que nunca llegan a la esencia.

Es por ello que Bockelman (1985) afirma que el propósito de la conversación entre dos personas parece ser que el tiempo transcurra sin que haya un silencio (p 252). Así, las declaraciones de quienes hablan están formuladas de acuerdo con las expectativas de su interlocutor o lo que se desea demostrar, siguiendo ritos definidos culturalmente.

Puede afirmarse con este mismo autor que, en la comunicación interpersonal, existe "dispersión sin transmisión" (p 247). En este mismo sentido, Castilla del Pino agrega que, al encontrarse dos personas la comunicación con la que se vinculan repercute sólo "en la periferia del Yo" de cada quien, según las imágenes y papeles que se desempeñen.

Como puede observarse, estamos considerando a la comunicación desde una perspectiva que se aleja de la planteada por los investigadores de la comunicación humana conocidos como el grupo de Palo Alto, según los cuales no es posible "no comunicarse". Para ellos, toda actividad del hombre demuestra un acto de comunicación; aun si la misma se desarrolla en silencio, está cargando un significado voluntaria o involuntariamente, dado que, como señala uno de los principales exponentes de este grupo, Watzlawick (1987), "el hombre es incapaz de mantener su estabilidad emocional durante períodos prolongados en que sólo se comunica consigo mismo" (p. 37). Por el contrario, en este trabajo, si bien se tomarán en cuenta las aportaciones de estos estudios, se destacará el hecho de que precisamente las formas de comunicación que son consideradas como adecuadas y normales evidencian una situación de incomunicación.

Por otra parte, las características peculiares de la vida en las grandes ciudades, la proximidad física, la movilización interior y los flujos de información permanentes entre sus habitantes, han hecho cada vez más leves las barreras tradicionales entre las clases sociales. Sin embargo, si las diferencias son menos aparentes, se han mantenido igualmente signos de estatus simbólicos, relacionados con el consumo, que preservan las diferencias y que mantienen a cada individuo entre un círculo más o menos estrecho de personas que le son próximas y con las que se comunica. Así, investigaciones realizadas en Alemania, reseñadas por Bockelmann (1985), indican que aun dentro de un mismo círculo, cada unidad (ya sea una familia

o una persona) se relaciona con otras tres o cuatro unidades. De esta manera, por más que el individuo esté en contacto con muchas personas, a nivel laboral, recreativo o cultural, limita entre ellas sus relaciones a un pequeño sector.

Es por ello que, cuando abandona el grupo laboral, todo el sentido del vínculo con los compañeros se pierde y el jubilado deberá recurrir al café, a la banca del parque o al club, de acuerdo con sus posibilidades y las costumbres de su grupo social, para entrar en comunicación.

Asimismo, la zona en que se fija la residencia no contribuye, por lo general, a lograr la vinculación comunicativa de sus habitantes. En efecto, en el caso en que se construyan centros comunales o lugares de esparcimiento en zonas residenciales o en unidades habitacionales, los vecinos que asisten cargan con la misma imposibilidad de comunicación que llevan a otros ámbitos, y recurren a los contenidos temáticos impuestos por los medios, como se desarrollará más adelante. Por esto, a pesar de que se promueven estos lugares como puntos de reunión comunitaria, el sentido de comunidad entre los pobladores de una misma zona geográfica ya se ha perdido y entonces allí se repite el aislamiento, interpretando ritualmente cada quien el rol que le ha sido asignado en el "espectáculo generalizado", que menciona Bockelmann (p. 257), sin encontrar el significado real que le permitiría evadir su "propia condición aislada".

En forma semejante, los intentos de ordenamiento urbano que tienden a descentralizar las funciones y servicios públicos y los centros recreativos, educativos y culturales, llevándolos a cada barrio, para que éste preserve el sentimiento comunitario entre sus pobladores, tampoco han conseguido estimular la interrelación social. Como señala Bockelmann (p. 260): "El autoservicio es la esencia de una sociedad en la que las estructuras del sistema y los terrenos parcelados de la comunicación se

complementan mutuamente dentro de una situación de exclusión recíproca". En efecto, en el mercado de oferta de productos cada persona o pequeño grupo aislado selecciona lo que considera se ajusta a sus intereses, necesidades reales o pseudo-necesidades consumistas, condicionadas por la ideología dominante.

Esta situación de incomunicación en la que se vive en la actualidad repercute en cada individuo y posee manifestaciones diversas en los diferentes grupos sociales. Para facilitar su análisis se observará la forma en que se presenta en tres niveles diferentes: el individual, el de grupos pequeños y el social, teniendo siempre en cuenta que tal división es arbitraria porque, como podrá observarse, cada nivel remite constantemente a otro, debido a que se hallan en interrelación permanente y modificación recíproca. Como indica Watzlawick (1937), cualquier mensaje comunicacional afecta, al menos, a otra persona o grupo de personas, de alguna manera.

#### I.1 La incomunicación a nivel individual

Cuando se habla de incomunicación en un caso individual específico, las primeras formas en que se lo concibe, generalmente, son tanto aquella que representa un corte con lo aceptado socialmente y cuyo exponente más típico sería el refugio en el mundo de la fantasía, de la locura o de la separación individual del autista; como la imposibilidad fisiológica de expresarse o de aprehender el significado de los mensajes. Si bien estas formas son relevantes para comprender el proceso de comunicación, el área de interés en este trabajo es el de la incomunicación que se da como parte de las relaciones normales entre los miembros de la sociedad.

Según Castilla del Pino, esta incomunicación puede tener dos tipos de origen: el juicio y el prejuicio. En este último caso, cada individuo la recibe desde que ingresa al mundo y sirve para disminuir la ansiedad

que surgiría de tener que decidir cuál es la conducta más adecuada a seguir en cada actividad que esa persona emprenda. Así, el individuo asume la conducta estereotipada ante la realidad que la sociedad espera y no es necesario que se cuestione acerca de lo que debe hacer, a pesar de que no cuenta con un aparato lógico que dé una racionalización a esta postura. Si el prejuicio no se explica, la incomunicación judicativa implica un proceso de rechazo de la realidad, o de una parte de ella, que se justifica mediante juicios de valor emanados de la ideología de la clase dominante. Puede afirmarse entonces que ambos tipos de incomunicación niegan la realidad, al conceder a la misma valoraciones intrínsecas que impiden analizarla directamente. De esta manera, la sociedad ofrece a cada uno de sus miembros una concepción del mundo y de su papel en el mismo, que no podrá cuestionar. Como esta imagen no se basa en la experiencia propia, se le acostumbra a mediatizar la aprehensión de la realidad, facilitándose así que acepte la estructura dominante y que ésta se mantenga.

Ambos tipos de origen convergen en la conformación del inconsciente colectivo, que el individuo asume desde su nacimiento.

En efecto, como indica Remus (1983), en la "temprana etapa de la primera infancia, se crea asimismo la fascinación por los bienes de consumo que se convierten, así, en fines y no en medios de la relación objetal interpersonal".

Son las instituciones socializadoras (tanto el grupo familiar como la escuela, pasando por el grupo comunitario y los medios de comunicación) quienes van introyectando la ideología del grupo dominante en el individuo. Dentro de este contenido ideológico con que se va nutriendo, cada infante recibe las normas que rigen su grupo social y que le sirven para ir estructurando una imagen ideal hacia la cual se supone que debe tender todo miembro de la sociedad. Sin embargo, simultáneamente al trazado de ese

ideal de perfección ética y estética que la sociedad afirma proponer como modelo, también se percibe la existencia de otros rasgos que el individuo debe lograr obtener en la práctica. Se trata de aquéllos que derivan de lo que desde la infancia el niño observa en la actividad de las personas que le rodean. Así, a pesar de que a nivel manifiesto se postula por la bondad y la paz, a nivel latente e encubiertamente se demuestra admiración por la fuerza, aun si ésta se evidencia mediante violencia. Otro tanto sucede con los valores de honestidad o justicia, a los que se contrapone la obtención de éxito, sumamentepreciada por la sociedad. Como indica Remus (1981) al respecto: "Muchas actitudes del adulto que se institucionalizan, como la facilidad para el soborno, en los dos sentidos, le van enseñando a los niños la ventaja de conductas escindidas con las que termina identificándose" (p. 339).

Esta disociación entre las aspiraciones que la sociedad postula a nivel manifiesto y lo que a nivel latente apoya, fomenta la falta de coherencia entre lo que el individuo dice y piensa y, más aún, entre lo que externa y lo que desea a nivel consciente o inconsciente. Castilla del Pino aclara al respecto que lo que su comunidad espera del individuo es el cumplimiento de las formas, más que de las normas. Esta flexibilidad permite la transgresión, siempre que la misma pueda quedar oculta o disimulada.

Además, la disociación que se da en cada individuo se repite también a nivel social, de manera que los integrantes del grupo se encuentran separados, compitiendo unos con otros. Se trata de una "competencia ciega", enfatiza Bockelmann (p.243), que opone a un individuo frente a otro. De manera que, si bien no existe en el presente una clasificación social nacida de los niveles de eficacia de cada sector en la estructura económica general, igualmente se da un "reparto arbitrario y dispar de los sueldos y de las gratificaciones sociales" que con ellos se obtienen.

El todo armónico que idealmente debería ser la comunidad, entonces, carece de cohesión. La competitividad aísla a cada individuo y lo proyecta contra los demás en el logro de los objetos socialmente considerados valiosos. Los valores que supuestamente hubieran debido perseguirse, son dejados de lado, atribuyéndose primacía a la posesión de objetos cuyas características demuestran la valía del individuo. Es por ello que Bockelmann indica que, en el presente, el nivel de consumo es el que señala la distribución de clase, puesto que quien posee "es lo que tiene", como agrega Guinsberg (1986). Cada individuo, por lo tanto, lucha por obtener un lugar dentro de la clase dominante, en lugar de colaborar con su grupo o los miembros de su clase para modificar la estructura económica y social que lo oprime. Entre los productos que el mercado ofrece para ser consumidos figuran los mensajes distribuidos por los medios de comunicación, que se inscriben en la amplia gama relativa a la ocupación del ocio. Al decir de Lefebvre (1934), "el ocio es el espectáculo generalizado", por lo que debemos interpretar que lo que se había considerado un logro, obtenido por el esfuerzo desplegado, en el que el ser humano realizaba alguna actividad diferente a aquella mediante la cual obtenía su sustento, ha pasado a transformarse en un modo de matar el tiempo libre, para que éste transcurra sin que el individuo se dé cuenta, sin que tenga que participar de otra forma que no sea la mera observación pasiva.

Por otra parte, los medios de comunicación se han convertido en mediadores de la experiencia. Así, es cada vez más frecuente que los individuos depositen mayor confianza en lo que los medios les señalan como realidad, que en la posibilidad de tener acceso a ella a través de su experiencia. La situación de mediador de los medios puede preverse que continuará acen- tuándose, en forma de que la interpretación de la experiencia puede llegar a ser tan marcada que las acciones individuales sólo adquieran sentido

al ser consideradas a través de algún medio, siendo incomprendibles al apreciarlas directamente.

En efecto, a través de los medios el hombre se ha acostumbrado a recibir mensajes en los cuales le resulta difícil deslindar lo real de lo irreal, lo presente de lo pasado, lo próximo de lo ajeno. Todo se transforma en espectáculo, presentado con profusión de técnicas formales que restan brillo y validez a la experiencia personal (Bockelmann 1985, p.245)

Además, al individuo no le es posible, en la sociedad contemporánea, concebir por sí mismo o definir sus propios intereses o necesidades, sino que debe utilizar las redes de comunicación "normativas, informativas, interpretativas y reguladoras del idioma", sin que pueda valerse únicamente de la "autorreflexión y los contactos personales", como destaca Bockelmann (p. 22). Así, está aislado hasta del conocimiento de sí mismo, puesto que la ideología dominante a través de los medios le dice cómo es y da un valor a lo que hace, a la par que lo estimula y lo distrae, sin que tenga conciencia de que debe adjudicar tiempo para conocerse a sí mismo.

De manera semejante, las vivencias o experiencias personales han ido separándose del sentido o propósito para el que originalmente fueron desarrolladas, dado que no percibe el efecto o consecuencia inmediata de lo realizado. Como también señala Bockelmann: "La experiencia da testimonio no ya de una relación recíproca entre un sujeto y un objeto consistente en sí mismo, sino que se manifiesta como un momento dentro de un proceso". Este proceso se da, por otra parte, dentro de "sistemas parciales estancos" en los que se ha estructurado la sociedad, cuyas conexiones no son siempre evidentes (política, ciencia, familia, cultura, economía, etc.). El individuo se concibe, entonces, en el entrecruce de todos estos sistemas en los que desarrolla su experiencia, sin identificarse totalmente con ninguno de ellos. Su única posibilidad de identificación se logra, en consecuen-

cia, a través de lo que posee. Lo poseído, aun si no lo comparte con nadie, permanece como algo extraño a la persona, pero de todas formas define como poseedor, en contraposición con los rivales, los que no son poseedores. Estos son percibidos, y por ende se perciben a sí mismos, con menor valía que los poseedores.

Por otra parte, la competitividad entre los miembros de la sociedad acentúa la fragmentación de ésta, puesto que cada uno de ellos lucha por sus propias aspiraciones. Como señala Remus (1981): "La lucha por el prestigio, el puesto, el grado, en última instancia, por los paldaños de un estatus inseguro, cambiante y vulnerable, ha relegado en el ciudadano moderno, más aún en el urbanita, el antiguo interés que tenía por otros elementos de la vida cotidiana menos agitada y mentirosa, donde se tiene que actuar bajo un continuo script en el marco de la aglomeración". (p. 337)

El individuo responde, entonces a su necesidad de comunicación intercambiando mensajes que no llegan a darle una posibilidad de comunicar lo que realmente siente, le preocupa, piensa, ansía. En consecuencia, su estado de incomunicación le provoca una situación de "angustia en forma de temor a la comunicación que se desea, o como sentimiento de soledad" (Castilla del Pino 1979).

Como expresiones en las que se observa la incomunicación, este autor destaca el aburrimiento, a través del que el individuo demuestra la falta de interés que le despiertan los objetos propuestos por la sociedad como bienes de consumo. Además, tales bienes se han constituido en fetiche, es decir que han pasado a poseer un valor simbólico para los miembros de la sociedad, ajeno a su aplicación práctica. Por esto, el individuo no llega a relacionarse directamente con los objetos, sino con lo que los mismos representan y la gratificación que puede extraer de ellos quien los posea no es por la función específica que desempeñan en su vida, sino

por lo que la ideología dominante les adjudique, como producto de estatus. Como sucede con todo fetiche, su poseedor no percibirá que ha colmado sus aspiraciones al poseerlo, sino que se encontrará permanentemente insatisfecho. Esta misma fetichización la encontramos en cuanto a la acción desplegada por el individuo en su trabajo. Así, la aplicación de su energía en la estructura productiva no se verá recompensada de acuerdo al beneficio que la comunidad obtenga, ni según el esfuerzo desplegado, sino por la definición social que se da a esa actividad, la que se transforma por lo tanto en un fetiche. En consecuencia, por una parte el trabajo resulta alienante porque la gran mayoría de las personas no consiguen observar más que la parte del proceso en el que desarrollan su actividad, sin comprender cuál es el resultado ni poder reconocer su identidad o expresarse a través suyo. Pero, además, la apreciación social que consiguen tampoco les satisface como forma de identificación salvo a esa pequeña minoría que constituye la élite donde reside el poder de decisión, determinado, de igual forma, socialmente.

En el trabajo, por ejemplo, la técnica se ha ido separando del proceso creativo que la produjo y por lo mismo no sirve de medio de expresión ni al inventor ni a quien lo aplica, como indica Dorfles (1935). Este autor agrega:

El depender de tales técnicas, no ya de individuos singulares calificadísimos (no sólo técnicamente) sino de equipos de especialistas; la fragmentación y escisión de las posibilidades cognitivas tendentes a un fin determinado; la presencia de técnicos expertísimos pero sólo en ramas parcelarias de determinados ciclos operativos... (hace que se dé) la pérdida de un talos integral al que esa determinada técnica conduce y la dependencia de individuos destinados a fases 'elevadas' (técnicamente o científicamente) de otros colocados en escalones inferiores, lo que hace que quede subordinado tanto el resultado final como el mecanismo conceptual (científico, lingüístico) planteado en base de una determinada fase operativa... No se trata de una esclavitud impuesta, sino voluntaria; es por lo tanto una suerte de banausia autoinfligida. El resultado de semejante situación es el de una agudizada mitogía de muchos factores técnicos (y en primer lugar tecnológicos). El aspecto mítico está presente casi siempre en cada forma de tecnología especia-

lizadísima para quienes disfrutaban de ella pasivamente, desde fuera... (por lo que ellos) sufren una suerte de impacto mitopoyético (por la extrañeza, el misterio, la extraordinaria eficiencia de la tecnología singular). El aspecto mítico resulta activo también con respecto a los propios técnicos implicados en la particular actividad aludida, los cuales, en lugar de actuar libremente fuera del 'envoutement' tecnológico, se convierten en su presa. (p. 46)

En consecuencia, el hombre se encuentra alienado "por pérdida de intencionalidad... entendiendo por ella la insuficiente teleogización" del proceso técnico "cuya conciencia se ha perdido". Pero además, la técnica ha adquirido un "carácter fetichístico, debido a "la falta de conciencia de todo el proceso técnico y la escisión entre el momento creativo e inventivo y el momento ejecutivo y productivo de la misma". (Dorfles, 1935 p. 50). Como Marcuse (1971), interpretando a Marx, menciona: "El obrero alienado de su producto está al mismo tiempo alienado de sí mismo. Su propio trabajo ya no es suyo y el hecho de que se convierta en propiedad de otro acusa una expropiación que toca la esencia misma del hombre" (p. 272). Si en estas palabras el concepto de alienación es utilizado para indicar la ruptura entre el trabajo asalariado y la propiedad o dominio sobre el producto o resultado del mismo, como aclara Marcuse: "Esto vale tanto para el obrero (el productor expropiado) como para el que compra el trabajo de éste. El proceso de alienación afecta a todos los estratos de la sociedad, distorsionando las funciones naturales del hombre. Los sentidos, fuentes primarias de la libertad y la felicidad, según Feuerbach, quedan reducidos a un solo sentido, el sentido de la posesión" (p. 273). Además de estos aspectos relacionados con la apropiación de los bienes, Marcuse también enfatiza que: "El trabajo separado de su objeto es la alienación del hombre con respecto al hombre; los individuos están aislados y enfrentados entre sí. Se relacionan unos con otros más bien a través de los bienes que intercambian, que a través de sus personas. La alienación del hombre con respecto a sí mismo constituye un extrañamiento con respecto

a todos los demás hombres". (p. 274)

Así, el hombre aislado de sí mismo y de los demás, se ve separado también del resultado de su acción, de su trabajo, que parece carecer de otro significado que el que socialmente se le adjudica. Estos elementos que están presentes en la generación de la incomunicación a nivel individual, contribuyen también a que se repita a nivel interpersonal.

## I.2 La incomunicación a nivel interpersonal

Como hemos observado, el individuo, además de las carencias que pueda o no percibir en cuanto a los satisfactores de sus necesidades primarias, de todas maneras se sentirá insatisfecho y solitario. Por otra parte, esta insatisfacción no puede ser expresada, porque los canales para dar a conocer lo que sentimos han sido cortados: únicamente nos es permitido comunicar lo impersonal, dentro de la estructura de temas que la sociedad impone. El hombre debe desenvolverse, entonces, como si fuera un ser integrado con su grupo social, aun si para lograrlo debe dejar de lado la posibilidad de una relación íntima con los otros. Como señala Castilla del Pino (1979), la comunicación que se da en general, aun entre el grupo de amigos íntimos, mantiene una atmósfera de cordialidad ligera, en la que los mensajes se desarrollan en la "mera jocosidad". A esta incomunicación el hombre la acepta como si se estuviera comunicando realmente, pero percibe de todas maneras que está aislado de los demás, a quienes hay muchas cosas que no dice y quienes, a su vez, le han de ocultar gran parte de lo que son.

Mientras este doble ocultamiento pueda mantenerse a nivel inconsciente, el individuo se comporta en sociedad en forma adecuada, construyendo una falsa conciencia de que actúa en libertad y que se comunica con sinceridad. Aleja, de esta forma, el temor ante la comunicación real, que la conciencia de sí traería consigo, y mantiene la relación interpersonal a través de lo que representa ser.

Para evitar reconocer su aislamiento, el individuo puede adscribirse a un grupo, aceptando como propias las conductas rituales de éste, a pesar de que no cuestione ni comprenda el sentido de ellas. Tales conductas se hallan gobernadas por un sistema de códigos que lo distancian de quienes

no participan de esa unidad social. Sin embargo, la comunicación entre los miembros del grupo se limita a los rituales de contacto tradicionales y normas "cuyo contenido significante está gastado, desde que los roles sociales y culturales no contraen ya vinculación original alguna" (Bockelmann, 1985 p. 252).

Por ello puede afirmarse con Castilla del Pino que, aun entre personas conocidas, el diálogo no incluye temas que involucren la esfera íntima. Cuando esta norma de comportamiento social se rompe, la persona que la violó provoca incomodidad en quienes la escuchan y demuestra su debilidad. Se ha observado que por lo común este transgresor tartamudea o se encuentra en estado emocional trastornado, salvo que se trate de un niño pequeño, que no ha internalizado aún la norma, lo que ha llevado a la cultura popular a elaborar el refrán de que "sólo los niños y los locos dicen la verdad".

Por el contrario, la interrelación se desenvuelve fluidamente cuando se deja de lado lo espontáneo y lo íntimo y se limita a lo convencional, lo estereotipado y ritual.

Además, si la experiencia individual se halla mediatizada por los medios, estos también han avasallado la conversación interpersonal, de un individuo con otro, en la que priman los "temas" propuestos por los medios. Aun si se puede tomar una postura que no sea idéntica a la de éstos, igualmente la atención sobre el tema es impuesta externamente a los intereses individuales, o a los específicos del pequeño grupo.

Así, la comunicación interpersonal carece de intensidad y sentido, dejando su preponderancia ante la potencia de los medios de comunicación de masas. Bockelmann (1985) señala que la conversación se presenta en la actualidad como "caricatura y plagio" de los mensajes de los medios, a pesar de ser la forma comunicativa sobre la cual más posibilidades de control posee

el individuo. Además, la comunicación interpersonal ocupa sólo la parte del tiempo libre que no abarcan las estructuras del ocio organizado y utiliza para ello los "desperdicios de la comunicación de masas" (p. 246), sin que sirva para hacer sentir su poder vinculante entre los individuos que la realizan, ni exponga a quienes participan de ella a una reflexión o consideración de conceptos en discusión, dado que se la basa en los contenidos que proporcionan los medios de masas, sectorizados por tema. En realidad, quizás resultaría beneficioso suspender esa parodia de comunicación no comunicativa, puesto que quedaría en evidencia el aislamiento y la incomunicación.

Por otra parte, esta comunicación interpersonal "privada" compartía en el pasado las mismas reglas de atención que los medios; en el presente éstos siguen pautas totalmente diferentes, ya que deben utilizar formas cada vez más impactantes para capturar la atención del auditorio, aun si permanecen dentro de los mismos sectores temáticos. Así, a medida que las pautas de conducta fueron modificándose y los satisfactores considerados como básicos se fueron haciendo más numerosos y sofisticados para mantener el crecimiento del aparato productivo, también la forma de percibir individualmente los mensajes transmitidos fue variando y se establecieron ritmos más acelerados para el consumo de productos de comunicación y éstos se hicieron más llamativos en cuanto a formas y contenidos, estableciéndose técnicas depuradas para lograr impacto e intensificar la atención.

Simultáneamente, se ha percibido en las costumbres y reglas de urbanidad un aligeramiento del control o de la etiqueta, en cuanto a las relaciones interpersonales, que se dan con mayor flexibilidad o familiaridad. Este contexto de convivencia no acerca, de todas formas, a la comunicación, sino que permite esconder la falta de comunicación. En efecto, la genera-

lización del tuteo o del saludo de beso no indica que las diferenciaciones jerárquicas o generacionales se hayan mitigado, sino únicamente una nueva forma de abordarse o una norma distinta de comportamiento, que no modifica la intención o el contenido de la relación interpersonal.

Uno de los grupos sociales más pequeños en los que se evidencia la situación de incomunicación en la que vive el ser humano en el presente es la familia. Como señala Bockelmann, al irse ampliando los límites de la esfera pública, el ámbito de la intimidad es empujado... hacia la periferia de la sociedad". (p. 258). Con ello este autor afirma no la disolución progresiva de la familia, tantas veces pregonada con fines de atemorización por parte de elementos reaccionarios, sino más bien que la función de ésta se ha ido modificando y su interrelación con el resto de la comunidad también.

Así, por una parte, la familia ha perdido su papel de centro de la producción social, al irse introduciendo las personas que la componen, primero las de sexo masculino y en fechas más recientes las de sexo femenino, a instituciones laborales ajenas a ella. Además, mucha de su importancia como elemento de internalización de valores, normas y socialización también se ha perdido, al encomendar a los niños desde edad cada vez más temprana a instituciones educativas, a la par que los medios de comunicación comienzan a transmitir la ideología dominante, recibida sin intermediación de la familia desde la primera infancia. Esto no equivale a afirmar que los medios han socavado la autoridad de los padres como fuente de socialización quasi única, sino más bien que los medios han venido a ocupar el vacío dejado al modificarse las funciones de la familia nuclear y de la ampliada.

De la misma manera, con frecuencia los miembros de la familia reciben parte de sus alimentos en su lugar de trabajo, guarderías o escuelas,

perdiendo entonces la familia su exclusividad como instrumento de preservación de sus miembros. Otro tanto podría decirse de la orientación vocacional, la recreación y el deporte, el mantenimiento de la salud o la atención a las enfermedades. Queda, entonces, la familia reducida prácticamente a una unidad de consumo, sea ésta de satisfactores básicos como de los que confieren prestigio o sirven para integrar a sus miembros al grupo social al que se adscriben.

Por todo ello puede afirmarse, junto con Bockelmann, que a la par que sus miembros se van integrando en diferentes grupos e instituciones, la familia como tal ha ido perdiendo los lazos que la unían a otros grupos similares de la comunidad, haciéndose cada vez más privada. La comunicación interpersonal dentro de la familia, aun si se ha mantenido, no trasciende ya los límites del hogar para constituirse en parte de la opinión pública ni marcar las pautas de ésta. Tales pautas emanan de otro tipo de grupos, instituciones, organizaciones o agrupaciones formales que cuentan con estructuras de canalización e integración y que responden a determinados intereses, por lo general dominados por la ideología que responde al capital y a un cierto orden social.

Pero el mismo proceso de incomunicación que sufre el individuo lo empuja al ámbito familiar, en donde transcurre la mayor parte de su tiempo dedicado al ocio. En efecto, la centralización de una gama cada vez más amplia de actividades recreativas e informativas en el televisor, hacen que sean menores los atractivos que puede ofrecer lo externo al hogar, y los individuos tienden a pasar una mayor proporción de su tiempo libre en sus casas. A pesar de ello, la familia no ha conseguido transformarse en un elemento de oposición a la incomunicación, sino que, por el contrario, es una "coartada para el aislamiento", como indica Bockelmann (p. 242). En este contexto protegido, el individuo puede evitar reconocer su enajena-

ción y encontrar motivos para conservar la segregación del resto de la comunidad. Sin embargo, mantiene con los otros miembros del grupo familiar una comunicación que abarca poco de lo íntimo: en general se repite en ese ámbito privado lo que circula por el público, conviviendo sin que exista comunicación. Al decir de Bockelmann, lo privado se reduce al "sí mismo" (p. 259).

En relación a la comunicación dentro de la familia, son importantes las aportaciones de los teóricos de Palo Alto. Como indica Watzlawick (1932), en la familia se reproduce la misma adjudicación de roles que se da a nivel social. Así, dentro de ella cada miembro acepta el papel que se le ha adjudicado y lo representa, sin poder escapar del mismo, salvo que se produzca un fuerte conflicto. En esta forma, la familia actúa como un subsistema en el que la comunicación se desarrolla según patrones redundantes, sin lógica en cuanto al contenido, sino sólo la que nace de la misma interrelación, como si se tratara de un "universo cerrado", en el que las palabras se utilizan como herramientas que expresan "superioridad" u otro elemento de esa relación "y por implicación, de sí mismos". Esta idea de universo cerrado se complementa con la observación de que existen casos de interrelación patológica, en los que las personas que integran el grupo o la pareja se comunican en forma deficiente o que propicia el conflicto permanentemente, mientras que fuera de esa relación el comportamiento y la forma de comunicación de cualquiera de ellos resultan adecuados. Sin embargo, esta interrelación se encuentra unida, como un subsistema dentro de un sistema más amplio (pareja, familia, comunidad, sociedad), al que cada uno de sus miembros se integra en forma diversa, horizontal y verticalmente.

Desde esta perspectiva teórica, entonces, la familia, como cualquier grupo en el que se dan relaciones interpersonales directas y estrechas, puede

generar toda una estructura de mitos y ritos que gobiernan la comunicación, impidiendo que cada quien se muestre como es, aunque sea en ese pequeño ámbito, ni que tenga espacio para expresar sus necesidades y compartir sus experiencias.

### I.3 La incomunicación a nivel social

Cada individuo participa en diversos subsistemas que conforman la estructura social, uno de los cuales, la familia, se ha visto reducido al suministro de un marco afectivo y de subsistencia, como ya se ha comentado. Los demás subsistemas en los que se entrecruza la actividad individual cumplen también una función específica que es concebida con frecuencia como una parte fragmentada, en relación a las otras, fomentando así la imposibilidad de aprehender la realidad globalmente. De esta manera, el área de lo político regula lo relativo al poder, lo económico abarca todo lo relacionado con el dinero y la seguridad material y ello permite desligar esas áreas de la vivencia y de la acción personal.

Esta situación individual repercute en la situación de cada uno de los sistemas parciales, por lo que dentro de éstos se han establecido medidas concretas para paliar el aislamiento en que se encuentran con respecto a los demás y la falta de comunicación en su interior, entre sus miembros. Entre ellas constarían los órganos de comunicación interna o boletines de las instituciones, las jergas o idiomas de cada especialidad, la clasificación de la información por niveles y temas y otras formas de incrementar la comunicación, que serán consideradas más adelante.

Así, cada subsistema construye una serie de peculiaridades que son propias, con el deseo de que quienes intervienen se identifiquen, en oposición a los demás subsistemas. Ello no significa que existan en la actualidad grandes diferencias que separen a la sociedad en clases con comportamientos, normas y costumbres marcadamente diferentes. Por el contrario, los miembros de la sociedad se desenvuelven según pautas de comportamiento uniformes, regidas por una ideología que concibe al mundo y al hombre según los intereses de la clase dominante, como señala Guinsberg (1936).

Como ya se ha mencionado, el principal patrón de diferenciación es el nivel de consumo de productos que marquen el estatus. La diferenciación social por el consumo indica, según Bourdieu (1985), que todos los grupos sociales urbanos participan ya de una misma cultura, con los mismos gustos y aspiraciones. La situación difiere de lo que sucedía hace sólo algunas décadas, momento en el cual la posesión de un cierto título profesional, los antecedentes familiares, el acceso a la educación, el círculo de amistades, servían como medio de mayor relevancia para la adscripción social. Hace más tiempo, la diferenciación era tanto más notoria porque cada grupo poseía un contexto cultural diferente y sus mismas aspiraciones y posibilidades de acceso a cierto estilo de vida se encontraban limitados a lo que era adecuado para ese grupo, situación que se percibe en los países periféricos.

En México, por ejemplo, la diferenciación más notoria existe, aún en nuestros días, entre la población urbana y la rural, incluyendo entre ésta última a los grupos que viven en las ciudades pero que proceden de una migración reciente del campo. Según relata Kaplan (1988), estas diferentes normas de conducta pueden medirse en los salones de baile de la ciudad de México. En aquéllos en los cuales el importe del servicio impide la entrada de la clase baja, el público sigue formas de comportamiento semejantes a las de cualquier sitio del mundo occidental: acartonamiento sin evidencia de alegría. Por el contrario, en los salones populares se mantiene una convivencia entre la concurrencia mucho más abierta y expresiva, aun entre personas que no se conozcan previamente. Sin embargo, como indica Eco (1988, p. 15), en la actualidad "las clases subalternas (tienen) acceso al disfrute de los bienes culturales" que en épocas previas les estaba restringido, aunque los mensajes siguen estando "formulados según el código de la clase hegemónica" (p. 30).

Por lo que respecta a las zonas urbanas integradas a la sociedad industrializada, sobre las que se centra este trabajo, el nivel de consumo permite la delimitación de clases, basándose sobre todo en la obtención de ciertos valores simbólicos (productos de ciertas marcas, vacaciones en ciertos sitios, actividades culturales o recreativas de cierto tipo). Otro indicador de adscripción es la "participación en los acontecimientos tematizados públicamente" como indica Bockelmann (1985, p. 242). De esta manera, no ya lo que se denomina como nivel cultural, sino la posesión o consumo de bienes culturales sirve de barrera que impide el acceso a la clase dominante, proporcionando, a la par, influencia y prestigio que permiten incidir sobre las normas que rigen el estilo de vida y el contenido ideológico de toda la población. Simultáneamente, los miembros más destacados de este grupo, a los que Lefevbre (1972) coloca en el Olimpo, sirven como personajes meta en los que se encarna el ideal de vida de la sociedad de consumo.

Todos estos indicadores selectivos sirven para mantener el aislamiento del grupo social que los obtiene, en relación a los demás, estableciéndose según Touraine (1985) "la jerarquía por la jerarquía". Así, aun si la discriminación ya no es tan notable, la falta de una estructura social que promueva los lazos solidarios entre los miembros de la sociedad preserva y acentúa la segregación, la cual no por difícil de ser justificada racionalmente resulta menos ostensible.

Existe, entonces, una relación de rivalidad entre todo el grupo social, que se refleja también en las relaciones entre las naciones. La población de los países dependientes o periféricos ha internalizado la ideología de los países centrales y su comportamiento y actitudes están regidos por lo que estos últimos han definido como adecuados. Así, al igual que los no poseedores, se minusvalúan en relación a la población de los países

dominantes o centrales.

Pero, es en la vida urbana en donde se expresa, en todas partes del mundo, el mayor grado de aislamiento del ser humano y la incomunicación que padece. Según H. Lefebvre (1984), las grandes ciudades definen el tipo de vida actual y cada vez incidirán en mayor proporción en el ritmo contemporáneo.

La única vía de expresión de sí mismo a la que queda reducida la comunicación en la vida contemporánea es la de lo imaginario, del mundo interior. Pero aun este mundo es encauzado a través de los medios masivos que le ofrecen canales, estructurados en los temas institucionalizados, en los que se exhiben "los signos de la violencia y del erotismo ofrecidos al consumo" (Lefebvre, 1972, p. 195). Este mismo autor señala que la expresión (entendiendo por ella "la palabra poética y crítica") también ha sido coartada, y que cuanto más se la institucionalice, para apoyar su desarrollo, mayor peligro existirá que quede formalmente encerrada en un ghetto más, el de la inteligencia. Por eso afirma: "Más vale la persecución que el derecho a la impotencia" (p. 197).

En cuanto a la opinión pública, si la consideramos según la definición de Habermas (1981), como suma del sentir de los miembros de una comunidad, ha ido perdiendo ese sentido. En la actualidad existen diversas "opiniones", encauzadas por los intereses de los sectores dominantes y que apoyan las concertaciones de los representantes de tales sectores, llevadas a cabo previamente, "en forma no pública", como aclara Bockelmann (1985, p. 32). La principal forma de acceso al público, con el fin de impactar en su opinión, es la publicidad encaminada a incrementar el consumismo, pero de manera semejante se transmite la ideología de consumo a través de emisiones no publicitarias (comedias, información, pasatiempos, comentarios).

Esta primacía de la publicidad incitadora al consumo ha trascendido a todos los ámbitos del quehacer humano, desvinculándolos de su objetivo original.

Se puede hablar así, por ejemplo, de un "marketing político" a través de los medios de comunicación, en el que no se fomenta la crítica de los programas de acción, sino la sensación epidérmica acerca de los personajes, por parte del público fragmentado.

Por otra parte, la incomunicación se ha agudizado debido al distanciamiento entre el productor-emisor del mensaje y el consumidor-receptor del mismo. Al irse haciendo cada vez más sofisticados los medios por los cuales el mensaje se transmite, el concepto de "emisor" también se ha diversificado, incluyendo diferentes funciones, que son ejecutadas por distintas personas, entre las cuales, en general, no existe una comunicación intensa. Todas las fases de la emisión quedan comprendidas en una institución emisora que está separada de la esfera del receptor, ese ente anónimo y fragmentado que hace uso de los medios.

Por todo ello puede afirmarse, junto con Eco (1938), que es necesario reconocer a la estructura de los medios como una parte de la "industria cultural", en la que se observa la misma disociación entre las partes que intervienen que en cualquier otra área productiva. A esta misma perspectiva se adscribe Prado Pico (1935), cuando menciona los obstáculos al logro de una comunicación efectiva a través de los medios e indica que ello nace de la lógica productiva de tales medios, que se encuentra enraizada en la misma estructura de la sociedad en la que vivimos. Las características más notables de ella que este autor menciona son:

- La información que brindan los medios masivos se halla fragmentada, descontextualizada y rodeada de detalles superfluos. Todo ello reduce la recepción del mensaje a un acto en el que es imposible la interpre-

ción de la información o la inscripción de ésta dentro de una realidad próxima al receptor, manteniéndolo como espectador de un espectáculo ya montado, sobre el cual no tiene ningún control.

- La información se brinda en un flujo ininterrumpido, en el que se suceden rápidamente los escenarios. Con ello, antes de poder analizar un dato ya se debe de pasar al siguiente, permaneciendo siempre la recepción a un nivel superficial, en el que todos los mensajes parecen tener el mismo peso, debido a que el tiempo que se les dedica es el mismo.
- La producción de los mensajes se basa en fuentes que entregan fragmentos listos para la difusión, de manera que existe un reducido nivel de elaboración por parte del medio, cuyo personal por lo general comparte los mismos rasgos de superficialidad en la interpretación que el público que actúa como receptor.
- La información proveniente de regiones periféricas o no dominantes es brindada como un espectáculo de algo curioso, como la desviación de los valores predominantes o como excepción, comentada por un experto en la materia que no es del lugar en donde ocurrió el suceso.
- El informador o periodista se halla ajeno a la elaboración, análisis y comparación de datos de lo que informa, de manera que se convierte en un instrumento más del medio y contribuye a la confección del mensaje en forma impersonal.
- La censura ya no es aplicada según normas morales o presiones políticas, sino que existe todo un proceso de selección de la información originado desde la lógica productiva y desde la estructura temática dominante.
- Los procesos sociales ya no repercuten ni se expresan en los medios, puesto que no podrían ser cubiertos de manera similar a "lo noticioso".

- Si bien en el inicio de los medios de comunicación masiva se observaba una concentración en el acceso a los aparatos emisores, esa misma concentración se da en la actualidad a nivel de los aparatos de producción y las fuentes.

En cuanto a los contenidos emitidos (Habermas, 1981), puede afirmarse que se condensan de acuerdo con "sectores temáticos" que parten de una organización que hace converger la conversación y el interés del público. Se pueden emitir posturas divergentes sobre el mismo tema, pero tendiendo siempre hacia el consenso. Como cualquier producto destinado al consumo, los temas pueden perder poder de convocatoria y atención y al desgastarse deberán ser sustituidos, salvo que se logre presentarlos bajo otra faceta. De esta manera, aún las actividades espontáneas de grupos de presión, laborales, comunitarios, tienen que quedar enmarcadas dentro de algunos de estos temas para poder trascender a los medios y que su existencia sea reconocida por el resto de la sociedad. Es por ello que la "realidad pública", que menciona Bockelmann (1985, p. 52) no está compuesta por un número ilimitado de temas, sino que se excluye la mayoría de ellos, seleccionando sólo aquéllos que pueden ser cubiertos dentro de lo que el público tiene expectativas definidas.

Así, se produce una marcada disociación del quehacer humano que no repercute en los medios y que queda bloqueado o pierde consistencia en cuanto a su presencia a nivel público. O puede llegar a repercutir en los medios, pero sin vinculación con el contexto en el que se desenvuelve, para ser adscrito a algo exótico, sin impacto en lo cotidiano.

En consecuencia, no puede decirse que la comunicación de masas cree la opinión acerca de un tema, sino que organiza la opinión pública, aunque ello se realice dentro de las opiniones de los grupos dominantes, quienes

contribuyeron a relevar los temas. De esta manera los medios al hacer presentes tales temas, fomentan la toma de conciencia de la población acerca de algo que se justifica como de importancia, mientras se olvidan otros asuntos al no ser mencionados.

Este inventario de temas recurrentes puede ser ampliado o modificado por la insistencia de grupos que no se sientan representados adecuadamente, con los cuales otros individuos se identifican. Para que su postura pueda trascender, deben incorporarse, de todos modos, a una estructura ya existente, relacionada con alguno de los sectores temáticos en circulación.

Según Bockelmann, "los temas son seleccionados según reglas en las que tienen su peso las normativas culturales y los síndromes sociales ideológicos, aunque sin llegar a determinarlas, puesto que admiten interpretaciones variables" (1985, p. 61).

De esta manera, los mensajes resaltan ciertos aspectos y olvidan otros, según los modelos culturales aceptados, pudiéndose hablar de un "mercado de temas y opiniones" (Bockelmann, 1985, p. 77) en el que cada individuo no incide directamente, sino que se mantiene más o menos inmutable, reflejando lo heredado, lo ya practicado. Así, inmerso en mensajes en los que no encuentra relación con la realidad cotidiana en la que vive, el individuo percibe en cuanto a los medios de comunicación lo mismo que en relación a su trabajo, en el que tampoco existe una vinculación directa entre su acción y el producto de ella o la materia prima natural que era menester transformar para satisfacer sus necesidades. Por esto, vé modificada su "conciencia creadora en una conciencia pasiva y desdichada" (Lefebvre, 1971, p. 47). Y, aun si en amplios sectores de la sociedad puede haber dejado de existir la angustia por la sobrevivencia, persiste un malestar al que Lefebvre (1984) califica de "terror difuso", que aísla a cada miembro de la sociedad, al impulsarlo a ejercer poder sobre los

demás.

A esta situación se suma el hecho de que los medios electrónicos parecen haber borrado las fronteras espacio-temporales, por lo que se puede llegar a tener acceso, simultáneamente, a información proveniente de todo el globo. Sin embargo, este ciudadano del mundo que ha perdido la privacidad de su entorno al haberse unificado la información que comparte con los demás, está aislado en cuanto a un nivel profundo de comunicación que implique una definición de sí mismo ante su entorno. A este aislamiento se lo pretende encubrir mediante la afiliación a grupos sociales con conductas rituales de distanciamiento de los demás, en los que se comparten normas y estilos de vida. Sin embargo, como veremos en el siguiente capítulo, la adscripción a tales grupos sólo permite adquirir una identidad en la que, nuevamente, los valores y estructuras son asumidos sin explicitarse y existe escasa posibilidad de que se los cuestione o modifique. Estos grupos se integran como subsistemas, sin que la suma de los mismos dé un todo armónico, sino que, por el contrario, puede observarse "una especie de racismo generalizado, corolario de la incapacidad integradora". "Todos contra todos", como indica Lefebvre (1977, p. 222) en un conjunto que "se mantiene todavía por un pilar (el discurso) y una base (la cotidiana)". Para este autor es justamente esa rutina de la vida urbana, en la que cada individuo parece saber lo que se espera de él, que preserva la existencia de la estructura social. En ésta, toda comunicación parece posible, gracias a las novedades y desarrollos técnicos. Sin embargo "ya no hay nada qué comunicar". Lo que se comunica es sólo lo neutralizado por la organización de la comunicación, pudiendo emerger un diálogo real sólo como un chispazo, que es pronto apagado, al ingresar al sistema como un nuevo estilo o género.

Es por ello que podemos afirmar, como explicitaremos enseguida, que el

hombre actual, en su búsqueda de un nivel profundo de comunicación, y para obtener una imagen definida de sí mismo, desarrolla ciertas rutinas con las cuales se identifica.

En efecto, al adquirir o desarrollar un comportamiento rutinario o estereotipado, el ser humano consigue definirse como persona, pudiendo entonces comunicarse con los demás a través de ese comportamiento, con el que está diciendo "Yo soy".

## II. FORMAS SUSTITUTIVAS DE LA COMUNICACION:

### LAS DISTINTAS EXPRESIONES DE DEPENDENCIA

¡Querida tarde de embriaguez; bendita velada!  
Aunque sólo fuese por la máscara que nos has  
otorgado. Te confirmamos: ¡oh método! No  
olvidaremos que nos has glorificado. Tene-  
mos fe en el veneno. Sabremos entregarte to-  
da nuestra vida, todos los días.

Arthur Rimbaud (1976)

Hemos observado que el hombre moderno, a la par que requiere comunicarse y percibe un número cada vez mayor de estímulos comunicativos, se encuentra aislado, incomunicado. Este aislamiento puede o no ser percibido en forma consciente, dado que una de las principales dificultades en las que se evidencia la incomunicación es la incapacidad de comunicarse consigo mismo, de autorreflexión, que llevaría a conocerse y reconocer ese estado. De todas maneras, para seguir viviendo y disfrazar la angustia que le depararía el cuestionamiento de la validez o el sentido de su actuar, el hombre se sumerge en una serie de ritos, conductas estereotipadas o fetichizadas, muy alejadas de la función específica con la que un día comenzó a realizarlas. A través suyo ocupa gran parte de su tiempo y proporciona un marco y propósito a su existencia, u olvida encontrarlo, tanto si se incorpora a un grupo en el que se respeten las mismas líneas de conducta como si se aísla en su comportamiento, sin parecer requerir de otras formas de expresión.

Así, al realizar reiteradamente una misma actividad, comienza a construir alrededor de ésta la propia concepción de sí mismo o, al menos a identificarla como parte importante de su forma de ser. De esta manera, va afianzando el vínculo de dependencia hacia tal comportamiento, a la par que éste expresa ante los demás una definición de como es. La respuesta de quienes lo rodean ante esta imagen es, en general, encasillarlo en un papel estereotipado, con el que socialmente se conoce a quienes comparten ese patrón de conducta, lo que dificulta la modificación del mismo.

Aun si consciente o inconscientemente esa persona pretende comunicarse con su entorno y encontrarse a sí misma, la dependencia que ha generado lo va encerrando en la reiteración de un mismo patrón, en forma de que su aislamiento se encubre, pero se incrementa. Es por eso que hemos definido a todas las manifestaciones de dependencia como formas sustitutivas

de la comunicación, dado que pueden llegar a suplantarla.

La idea de la dependencia como sustitución la planteó Freud en El malestar en la cultura, a propósito del uso de drogas, al que denominó "satisfacción sustitutiva" del "placer que permanentemente buscamos y no podemos alcanzar". Agregaba que, mediante el consumo de drogas, algunos hombres intentan olvidar momentáneamente "la realidad de su miseria" y mientras duran los efectos pueden sentir "mejores condiciones para su sensibilidad". Si bien en este análisis recuperamos la idea de la sustitución, la alejamos de la búsqueda del placer para dirigirla a la necesidad de comunicarse.

No pretendemos afirmar que ciertos casos de consumo de drogas (o de adquisición de otro proceso de dependencia) no se encuentren ligados a motivaciones hedonistas o de evasión de una realidad frustrante. Por el contrario, lo que intentamos enfatizar aquí es que tanto la generalidad de los casos individuales de dependencia, como las manifestaciones a nivel grupal y social, además de cualquier motivación específica, están expresando una necesidad de comunicación que es patente en nuestro mundo actual. Así, no se propone como único factor causal a la inoportunidad sino que, dentro del gran número de factores que intervienen en la generación de todo proceso de dependencia, destacaremos aquéllos relacionados con la comunicación. Consideramos que los mismos no han sido suficientemente destacados en la literatura del tema y requieren de un análisis que les brinde la dimensión que poseen. Enfatizamos, entonces, un elemento que definimos como relevante, sin caer en determinismos que se alejarían de la multicausalidad que prevalece en toda dependencia, que hemos analizado en otros trabajos (Millé de García Liñán, 1986).

Es justamente esa convergencia de factores la que quizás no fué convenientemente remarcada en los conceptos de Freud sobre el tema. En efecto, en cuanto a la relación del consumidor y la sustancia este autor no dimen-

siona las implicaciones sociales, que hacen que ese medio en el que vive el consumidor sea tan deseable de olvidar que es preciso consumir drogas para sobrellevarlo. La responsabilidad de la utilización de la sustancia recae, así, en forma preponderante en la configuración de la estructura psíquica del consumidor. Si se tiene en cuenta esta salvedad, el esquema freudiano no sólo puede aplicarse al consumo de drogas sino que permite que sea extrapolado a otras situaciones en las que se observa esa misma tendencia, que en algunos casos llega a la compulsión, hacia el desarrollo de un patrón fijo de conducta.

Existe una gran variedad de comportamientos de este tipo, y es dable pensar que en mayor o menor grado todos tenemos uno propio. En ocasiones se trata tan sólo de algo que nos permite una evasión necesaria, al que recurrimos esporádicamente, cuando requerimos de un estímulo o, por el contrario, la tensión es demasiado fuerte o el olvido imprescindible. Puede entonces definírsele como un remedio necesario, salvo para algunas personas para quienes este tipo de rutinas es el centro de su vida. Estos últimos casos son los que se considerarán a continuación.

Para facilitar su análisis se los presenta divididos en tres grupos, de acuerdo a la forma en que se expresan o la manifestación alrededor de la que parecen estar girando. Aún si el análisis no pretenda ser exhaustivo y obviamente se pueden concebir muchas otras manifestaciones, las que se describen dan una idea de cómo se constituyen y del papel que desempeñan estos tipos de comportamiento para la vida del hombre urbano en la actualidad.

### II.1 La dependencia hacia el consumo

En todas las formas que se analizan en este inciso se evidencia un patrón reiterado de comportamiento, por el cual el hombre precisa consumir un cierto producto. Esta relación sujeto-objeto puede llegar a la compulsión totalmente condicionada, según la que la vida de esa persona gira exclusivamente alrededor del uso de ese producto. Pero generalmente se trata de un nivel no tan estrecho de vinculación, por el cual el espacio que ocupa el consumo en la vida de esa persona únicamente limita, más o menos intensamente según el caso, su relación interpersonal, su experiencia vital y su proceso de auto-reflexión. De todas maneras, tanto si se trata de una dependencia intensa como si la misma es más leve, el consumo del producto sirve de vehículo de identificación para el individuo que lo utiliza según lo que representa, a nivel consciente o inconsciente, expresando su necesidad de comunicarse.

Este tipo de consumo puede dirigirse hacia productos comerciales (legales o ilegales) así como a "imágenes o representaciones", como señala Lefebvre (1972, p. 110) dado que la utilización de ambos responde a un acto tanto "real" como "imaginario". En cualquier forma, aun si el deseo de consumo se dirija hacia un objeto concreto, éste se encuentra rodeado de la aureola simbólica en relación a la gratificación que produce el uso y lo que éste representa a nivel social.

En todos los casos de consumo incluidos se encuentra como factor que subyace a la vinculación un aspecto ritual, que regula el proceso de búsqueda del objeto a consumir, la forma de administración o de uso y la sensación o efecto obtenido. Este ritual puede ser racionalizado al definirse los pasos a seguir, rodeándolos de valores lógicos (precio, frescura, actualidad). Pero un análisis más minucioso puede evidenciar que en muchas oca-

siones el rito en sí es el que está dando sentido al consumo y seguridad al individuo consumidor. El rito no es el objeto en sí, caso que se presenta en "La dependencia hacia un comportamiento" como veremos más adelante, pero rodea al objeto, completando el proceso de dependencia.

#### Consumismo

Como hemos observado en el capítulo referente a "La incomunicación", el nivel de consumo es el que sitúa dentro de la escala social a cada individuo. Por esto, si lo que poseo representa lo que soy, los objetos considerados como valiosos por mi grupo social son los que me proporcionarán mi definición como persona.

Estas razones ponen en evidencia la causa de que el consumismo sea una de las manifestaciones de dependencia más común entre los grupos que cuentan con suficiente dinero para mantenerlo, y más deseada entre los demás. En efecto, el consumismo es el arquetipo de la dependencia del hombre actual, dado que, como indica Lefebvre (1972): "Consumir le satisface y no le satisface", ya que los objetos deseados y los estímulos son infinitos, sin que nunca se pueda alcanzar un nivel de saturación. El consumista es, por lo tanto, un eterno insatisfecho que se siente estimulado por el proceso de compra o por el símbolo que rodea al objeto deseado, pero que se entretiene justamente por la búsqueda y la obtención del objeto. Una vez poseído, éste pierde su atracción, por lo que habrá que detectar un nuevo estímulo.

Sin embargo, el conjunto de objetos poseídos colaborará a darle un marco a su identidad, una forma de expresar quién y cómo es. Se percibe, entonces, la constitución de toda una "ideología del consumo", siguiendo con la terminología propuesta por Lefebvre (1972, p. 74), por la cual la imagen del hombre actual ha sido sustituida por la del "consumidor, como razón

de felicidad, como racionalidad suprema, como identidad de lo real y de lo ideal (del yo o sujeto individual que vive y actúa con su objeto). No es el consumidor, ni aún el objeto consumido lo que importa en esta imaginaria; es la representación del consumidor y del acto de consumir convertido en arte de consumir".

Esta ideología responde a los intereses de la maquinaria productiva, la cual exacerba la necesidad actual de rapidez y cambio, de manera de transformar a la obsolescencia de los productos en una necesidad. Así, será el mismo consumidor el que sienta deseo de cambiar el producto que posee por un nuevo modelo, acorde con el gusto del momento. Como también indica Lefebvre (1972, p. 105) "para que el desgaste moral y la obsolescencia de las cosas actúen pronto, es preciso también que las necesidades envejecan, que nuevas necesidades las reemplacen".

Sin embargo, estas necesidades no responden ya a requerimientos básicos, sino que están regidas por la búsqueda de "lo efímero", como estrategia de clase mediante la cual se mantiene la jerarquía por el nivel de consumo que menciona Bockelmann.

Para Eco (1989, p. 65-66), Disneylandia es la "quintaescencia de la ideología consumista", ofreciendo un rejuego entre lo verdadero y lo falso, de manera que las "culturas estereotipadas" que se ofrecen al consumidor sean reconocidas por éste, impulsándolo a adquirir el recuerdo permanente de su experiencia de consumo a través de la obtención de los productos que se ofrecen. Por otra parte, en la monotonía de la vida, el proceso de compra puede resultar un juego en el que se toman riesgos y se obtienen resultados específicos en forma rápida. Así, por ejemplo, las amas de casa cuya actividad es excesivamente rutinaria, pueden canalizar la angustia y olvidar las frustraciones al sumergirse en el medio de los lugares de compra, llenos de estímulos. "Los mismos les llegan tanto del sonido

(voces, música) y de los colores y formas de las mercancías expuestas, como del movimiento vivificante de los demás, de manera que se olvida el ambiente opresivo del hogar para ingresar a otro mundo, ser otro más entre (identificarse con) la gente bonita, actual, sin preocupaciones.

"Otro tipo de atracción lo brinda el riesgo que toda situación de compra implica, sobre todo cuando nos alejamos de los artículos de primera necesidad para considerar los productos o equipos que requieren una mayor inversión. Así, volver de las compras con algo sumamente barato puede resultar una muestra de la capacidad de buena administración y una justificación, ante sí y los otros, de la ocupación del tiempo". (Millé de García Liñán, Dic. 5, 1987).

Además, la utilización del consumo como medio de identificación personal es promovida por la publicidad. En ella la "incitación al consumo de lo que sea y hasta más allá de donde alcance (el dinero, el tiempo y la capacidad física y mental), acostumbra al ser humano a huir de sí mismo, a depositar su confianza en productos y no en personas y a considerar como metas lo externo a su propia individualidad". (Millé de García Liñán, Jun. 13, 1987). De esta manera, el individuo percibe como atributos y valores a los productos con los que se rodea, desprendidos éstos de la función o telos para los que se suponía que habían sido elaborados.

Dentro de la amplia gama de productos que se ofrecen al hombre actual se hallan las drogas, cuyo consumo regular pasaremos a considerar a continuación.

#### Consumo de drogas

El consumo reiterado de drogas, conocido también como farmacodependencia, engloba la utilización regular de una gran cantidad de sustancias, tanto "de esas de uso aceptado socialmente, entre las que destacan el alcohol y

el tabaco; como de administración restringida, en las que se cuentan los productos medicinales depresores y estimulantes; así como las que se comercializan a través del mercado ilegal, ya se trate de los derivados del opio, de la cocaína, de la marihuana u otras; sustancias todas ellas reguladas por las leyes de demanda y oferta que demuestran su existencia como bienes (algunos dirán que males) de consumo". (Millé de García Liñán, Jun. 13, 1937).

En el proceso de experimentación, así como en la formación de la dependencia, no actúan los mismos estímulos publicitarios que incitan a la compra de productos comerciales a través de los medios masivos. Sin embargo, la importancia concedida en la publicidad al proceso de consumo permite que el mismo se perciba rodeado de características mágicas, como solución a todos los problemas. Por ejemplo, la ingestión de refrescos o golosinas "transforma mágicamente al consumidor en alguien 'ideal' (joven, atractivo, ágil o famoso). El reforzamiento de esta relación simplista de causa y efecto (consumo-transformación de la realidad) fortalece a la par las motivaciones que puede generar el consumo de todo tipo de sustancias". (Millé de García Liñán, Jun. 13, 1937).

Con eso no queremos decir que la publicidad ha logrado modificar la estructura de valores o la ideología donde ésta descansa. Por el contrario, ambas son fortalecidas y aprovechadas para el mantenimiento de la capacidad productiva y de los intereses del capital.

"A todo ello se agrega la entronización de la medicina como la encarnación de la Ciencia en la tierra, de forma que los productos medicinales son exigidos por los mismos pacientes a sus médicos, como fuente de cura de todos los males y problemas, sean éstos de índole orgánica como afectivos, emocionales, de interrelación social o derivados de la condición socioeconómica. De esta manera, el médico puede no querer darse tiempo, o no

contar con el suficiente, para escuchar el problema que el paciente le plantea y detectar la raíz del insomnio, la tensión, la angustia, la obesidad, la hiperactividad o la sensación de inadecuación. Pero, además, su formación académica y lo que supone que el paciente y la sociedad esperan de él lo impelen a recetar medicamentos. En una gran proporción de casos, esta prescripción sólo logrará disfrazar el síntoma y, simultáneamente, fortalecerá el sustrato que lo originó.

"Lo más pernicioso de la sobremedicación se halla en que a través suyo se refuerza el patrón cultural que vincula a esa persona con una solución 'química' a sus problemas. Por ésta, ese individuo, ya sin mediar el control del médico, estará más propenso a ingerir alguna sustancia que le permita olvidar las frustraciones, esconder el duelo o no llegar a sentir el menor dolor, sin detenerse a considerar de dónde proviene lo que intenta evadir, ni los medios que tiene a su alcance o que debe encontrar para enfrentarlo". (Millé de García Liñán, Jun. 13, 1987).

Así este individuo se rodea de los estímulos que puede provocar mecánicamente con la ingestión de alguna sustancia, contribuyendo de esta forma a cortar con la realidad en lugar de intentar modificarla. En esta mediación de la acción o la experiencia, el consumidor de drogas demuestra que sobre él se ejerce la misma imposición ideológica (o que él opta por la misma solución que culturalmente se le ofrece) que la que expresa el consumidor de cualquier otro producto de la sociedad de consumo. Con esto no intentamos negar los problemas a nivel fisiológico que puede producir la utilización reiterada de ciertas drogas; sólo hacemos énfasis en que el presente trabajo aborda al problema del consumo de drogas como un patrón reiterado de comportamiento, mismo que se vincula con muchos otros, también fetichizados o estereotipados.

La diferencia más notable entre el consumo de drogas y los demás comporta-

mientos que se describirán es que el uso crónico de algunas sustancias genera una dependencia tan intensa a nivel orgánico que, al suspenderse abruptamente el consumo regular, puede provocarse la muerte del farmacodependiente. Pero esta situación terminal ocurre en los usuarios de sólo algunas drogas, como los barbitúricos. Por el contrario, en otras sustancias de consumo generalizado, como el tabaco o algunos ansiolíticos (diazepam), el desasosiego que experimenta el usuario regular al suspender el consumo sólo tiene una diferencia de grado con lo que podría expresar quien acaba de ser jubilado o se ve obstaculizado por entregarse al pasatiempo en que ocupa su tiempo libre.

Por otra parte, en lo que respecta a la comunicación, el uso de drogas ha sido utilizado expresamente para incrementarla. Así, algunas sustancias han sido consumidas para facilitar la introspección, acentuar la percepción sensorial o iluminar la expresión poética o plástica, como fue el caso de los alucinógenos en la década de 1970 y, en el pasado reciente, de sustancias tan diversas como el hashish, el absinto, la cocaína y distintas preparaciones etílicas. Además, el uso ritual de ciertas drogas ha servido como elemento simbólico, que expresaba, como veremos más adelante en lo referente a la participación a través de la rebeldía, un rasgo en común que, junto con otros, diferenciaba del resto de la sociedad. Así se evidenció en los grupos que se constituyeron como verdaderas subculturas, como el movimiento hippy, o algunos grupos juveniles (chavos banda, gamines colombianos). Si bien este trabajo se centra en la sociedad urbana contemporánea, la cohesión y la identidad grupal de algunos grupos étnicos se ha visto favorecida por el uso ceremonial de ciertas drogas, como ha sido el caso del peyote o de la mescalina en México, que se restringe a través de controles sociales estrechos a lo prescrito por el rito, preservando su utilización como una costumbre tradicional.

En consecuencia, el uso de drogas no puede ser juzgado de una manera diferente a todos los demás comportamientos reiterados y será aislante y empujador en la medida del espacio que ocupe y la repercusión que evidencie en la vida de la persona que lo lleva a cabo y, por ende, en su grupo social. No es la droga en sí la que es "perversa", como lo atestiguan las aplicaciones médicas benéficas de la mayoría de ellas, sino el proceso de dependencia que deteriora al ser humano, problema que comparte con el resto de los procesos que se describen en este capítulo.

#### Teleadicción

Ya hemos descrito, en lo referente a "La Incomunicación", la forma en que el hombre contemporáneo ha ido perdiendo el control directo sobre su experiencia como origen de su conocimiento, al ir depositando en los medios su confianza como fuente de información sobre su entorno. Pero, además de esta desvinculación hombre-realidad, los medios masivos y más comúnmente la televisión han pasado a ocupar un lugar predominante en la vida de muchas personas. Para ellas, el vínculo establecido con el medio es tan estrecho que no conciben su vida cotidiana sin el sonido y la imagen del aparato.

Esta situación parece responder a la necesidad individual de identificación, al "desprenderse de su frustrante realidad para compartir las emociones de los personajes reales o imaginarios, sus romances, riqueza y poder, a la par que se puede contrastar la quizás mediocre pero tranquila vida diaria con la dolorosa o castigada truculencia de las imágenes de guerras, guerrillas o catástrofes.

"Estos contenidos, presentes en el mensaje televisivo, son aquéllos por los que el receptor ha demostrado su preferencia, seleccionándolos entre otros. Podemos afirmar, entonces, con Maorenzic (1987), que la selección

de un cierto contenido deriva de la respuesta que a nivel inconsciente el mensaje vertido tiene en el receptor. En el inconsciente de esa persona al igual que en el de todos sus congéneres los seres humanos, están enterrados los deseos cuya satisfacción está prohibida por la vida en sociedad, como aquéllos hacia el incesto, la violencia o el sexo. Todas estas pulsiones emergen y pueden ser satisfechas sustitutivamente al observar su ejecución en los medios... pero si bien este proceso puede contribuir a explicar la selección del mensaje por parte del receptor, quedaría por analizar la causa que provoca que algunos receptores adquieran esa vinculación estrecha con el medio, en la que no se observa la misma selección de contenidos. En efecto, el desarrollo de esta pasiva actividad puede ser considerado como un tipo de adicción en aquellas personas que automáticamente prenden el aparato y lo observan, estableciendo en esta acción una rutina de la que no pueden sustraerse sin sentirse incómodos, que les falta algo. Para ellas, esta relación con el medio de comunicación no incluye una valoración del contenido, sino más bien una necesidad, o dependencia, que las conduce a la repetición del comportamiento". (Millé de García Liñán, Nov. 23, 1987).

Aun si el teleadicto puede intentar racionalizar su dependencia adjudicando una gran importancia para su formación a lo que observa por la televisión, en la sociedad urbana contemporánea sólo los grupos que desean perder su marginación y aprender las normas de comportamiento social, por carecer de otros vínculos con la sociedad en la que viven, requieren de los mensajes televisivos para desenvolverse, de manera semejante a aquel famoso Jardinerero (Kosiniski, 1975) que Peter Sellers llevó a la pantalla.

En consecuencia la programación escogida cumple diversas funciones entre los adictos:

- Impide la angustia del silencio, que remitiría a la necesidad de enfrentarse consigo mismo.
- Proporciona una ilusión de contacto con los importantes y los famosos.
- Disimula la incomunicación, a través del supuesto "diálogo" que el presentador de los programas establece con su audiencia.
- Brinda emociones y estímulos a la vida rutinaria, sin implicar peligro directo o riesgo.
- Da cumplimiento a las necesidades de redención o justicia, a través de los castigos impuestos a los personajes que aparecen en los programas.
- Estimula la sensación de integración, al percibir cada miembro del público que es parte de un grupo supuestamente homogéneo, que está observando el mismo programa.
- Permite la catarsis, al incentivar el flujo de las emociones y la compasión ante el sufrimiento ajeno.

Por otra parte, los contenidos difundidos actúan como vehículo de socialización, al ofrecer roles y situaciones con los que el auditorio se va familiarizando, así como vestimenta, vocabulario, y otros indicadores de status. Otro aspecto relevante es la función de ídolos de identificación que representan los personajes y presentadores que será considerada en lo relativo a la inmersión en el espectáculo.

Si pensamos que en unas pocas horas una persona puede obtener todas estas gratificaciones, comprenderemos el gran atractivo que rodea a la teleadicción, la cual resulta "una forma eficaz de que el tiempo pase mientras nos damos la menor cuenta posible". (Millé de García Liñán, Nov. 23 de 1937).

Pero, si de estímulos se trata, existe otra forma de encontrarlos que también produce un vínculo de dependencia entre el acto del consumo y

el sujeto, y es el comportamiento anoréxico-bulímico.

#### Comportamiento anoréxico-bulímico

El comportamiento bulímico representa una forma inmoderada de pasión por la comida, una voracidad insaciable que no guarda relación con la necesidad fisiológica de alimentarse. Esta forma de comportamiento patológico viene aparejada, con frecuencia, de períodos en los que la misma persona se somete a dietas extremas o que parece haber perdido el interés por la comida, situación que llega a poner en peligro su vida. En quienes padecen este problema, entonces, la ingestión de alimentos o su rechazo ocupa el centro de su existencia, sobre la cual han perdido el control.

En cuanto a la "forma compulsiva de comer, lo que se persigue son las propiedades de gratificación que los alimentos pueden tener. Por lo general, se presenta cuando algunos individuos se encuentran en una situación de tensión o presión específica, de manera que sienten que no pueden desarrollar o hacer frente a algo si no ingieren un tipo específico o cualquier alimento. Nos encontramos, nuevamente, ante un caso de dependencia.

"Reconocer a la ingestión excesiva de comida como un mecanismo de adicción no es nada nuevo, como lo prueba el tamarío que incluye cada ejemplar de la publicación periódica Addictive Behaviors que, desde 1977, publica trabajos científicos acerca del consumo compulsivo de drogas y de alimentos, así como sobre otro tipo de comportamientos en los que se observa un patrón de desarrollo reiterado y que no conserva proporción con su propósito original. En cuanto a comer excesivamente, no sólo puede ser nocivo para la salud, sino que, además, con frecuencia obstruye la posibilidad de una interrelación social normal, trátase de adolescentes en edad de merecer, de ejecutivos que pasan a ser 'el gordo' o de secretarios de Estado que se quedan en eso, porque no pasan por la puerta grande.

"En estudios acerca de los mecanismos de acción de las drogas estimulantes, (cocaína, anfetaminas) en el cerebro del ser humano se observó que estas sustancias activan circuitos nerviosos, efecto que también se logra mediante la ingestión de alimentos, líquidos y otros estímulos sensoriales. Si bien las redes de nervios involucradas no son las mismas, los estimulantes pueden activar en forma poderosa los circuitos que se relacionan con el comportamiento dirigido a objetivos específicos. ...Podríamos concluir que entre los estímulos provocados por algunas drogas y los que genera la comida existen rasgos en común, tanto en el efecto fisiológico como en la motivante psíquica. Así, aun si la comida no permite evadir completamente la realidad, puede proporcionar gratificaciones que hagan olvidar momentáneamente las frustraciones o la ansiedad. De esta manera, en su búsqueda de sensaciones placenteras, el hombre de nuestro tiempo puede optar por la comida, como placer permitido, manteniéndose a través de este consumo inmoderado dentro de lo socialmente aceptado. Hasta que 'se le nota' y percibe que cada llanta adicional le hace más difícil la convivencia o le recuerda que es culpable, porque no consigue sofrenar su impulso. A estos inconvenientes puede irles confiriendo cada vez más importancia, hasta que busca una nueva forma de gratificación, menos obvia o apoyo especializado.

"En esta forma compulsiva de comer hay mucho de obsesivo y de insaciable, por lo que en general se originan sentimientos de culpa que impiden que el individuo goce plenamente de su experiencia con la comida. Por ello, entre estos comilones, que cuando no están hablando de comida se están refiriendo a dietas, encontramos pocos que opten por acostumbrar a los demás a que los acepten como son, con todo y su volumen". (Millé de García Liñán, Nov. 16, 1987).

Pero los que se encuentran encerrados en el círculo completo de la anorexia-

bulimia no son obesos y durante el ciclo anoréxico llegan a un grado extremo de delgadez. No es, de todas maneras, la gordura o la carencia de ella lo que es importante para el presente análisis, sino el espacio concedido al comportamiento en sí, que ha sustituido a las demás formas de expresión o comunicación para esa persona. Es en la medida en que esto sucede que puede incluirse entre las dependencias.

Si en cuanto al consumo o abstención de alimentos, los aspectos rituales sólo se hallan presentes en los casos en que el "dependiente" busca únicamente un tipo preciso de alimentos o realiza la ingestión en un lugar o de una forma determinados, en las dependencias que consideraremos a continuación el rito es el elemento básico.

## II.2 La dependencia hacia un comportamiento ritualizado

El comportamiento ritual es propio tanto de las especies animales como del ser humano, como indica Watslawick (1937). En el hombre, el rito es todo "desenvolvimiento de una actividad motriz que se exterioriza a través de recursos particulares (que pueden hallarse a veces cabalmente institucionalizados) tendentes casi siempre al logro de una determinada función y de un determinado objetivo, fin, telos, que podrá tener carácter sagrado, bélico, político, pero que podrá ser también de alegría, lúdico, artístico, psicopatológico, tecnológico, etc." (Dorfles 1935, p. 69).

Sin embargo, esta profunda vinculación entre el desarrollo del rito y su objetivo, con frecuencia se ha perdido y parece que es el rito en sí el que mantiene la ocupación del tiempo en el hombre actual. Así, muchos de los comportamientos rituales se llevan a cabo en forma rutinaria y dan un marco seguro, previsible y conocido a la vida, alejando la angustia de la incógnita. Para Dorfles, en la concatenación de elementos rituales "el hombre moderno sólo logra vencer la fuerza disgregadora de una existencia carente de toda dimensión auténticamente mítica. Aun en nuestros días los espacios rituales siguen gobernando buena parte de la vida de relación y se pueden considerar indudablemente como tales a las plazas, las estaciones, los teatros, los estadios y, en general, todos aquellos lugares donde se desarrolla una actividad colectiva" (1935, p. 75).

Pero, como han "desaparecido las condiciones sacramentales, míticas, religiosas, etc. que podrían darse en el pasado, en la base de estas prácticas rituales ... se da un elemento deteriorado, espúreo, carente de autenticidad y capaz de conducir a la manifestación de elementos mitificadores, alienantes, precisamente por su calidad de seductores de nuestra personalidad más lúcida y consciente" (Dorfles, 1935, p. 79). Entonces,

el comportamiento ritual no enriquece lo comunitario, sino que evita los roces. En apariencia, puede fomentar la cohesión grupal, ya que la obediencia al rito hace las relaciones sociales más fluidas, pero se trata de rasgos estereotipados que se repiten con homogeneidad en un cierto número de personas, pero que no les permiten expresarse ni conocerse, sino que sustituyen a un proceso de comunicación profunda. En consecuencia, como también aclara Dorfler (1985, p. 79), "Todos estos comportamientos motores, actitudes y procesos cinéticos ejecutados ya sea por tradición o superstición, por devoción o por hábito, por adecuación a una costumbre, una ley, una norma extrínseca o intrínseca, generalizada o solamente familiar, individual u ocasional han de considerarse como elementos rituales que por el solo hecho de ser practicados y repetidamente ejecutados, determinan la realización de una circunstancia totalmente particular".

Dorfler señala que los ritos han sido aprovechados (por su eficacia contagiosa) para conducir a las masas, como fue el caso de la Alemania nazi, rasgos que continuaremos observando en el próximo inciso de "La dependencia hacia un marco de pensamiento". En este apartado, por el contrario, se analizarán los comportamientos que se llevan a cabo en forma reiterada y casi automática, de manera que la persona que los ejecuta percibe que no pueda prescindir de ellos, si es que llega a cuestionarse acerca de los mismos. Así, su vida queda enmarcada por tal actividad, la que le da un sentido y una definición, impidiéndole que busque formas de acción o comunicación diferentes. Por eso, esa persona limita el desarrollo de su potencial y su interrelación con el resto de la sociedad, centrándose en su involucración con ese comportamiento ritual con el que se identifica. Como podrá observarse, en todos los comportamientos descritos existe una vinculación con el consumo, dado que la actividad es llevada a cabo con un grado semejante de búsqueda insaciable como si se tratara de un produc-

to.

Es esta semejanza la que una a ambos tipos de comportamiento como formas sustitutivas de la comunicación.

#### Inmersión en el espectáculo

Entre todas las definiciones que circulan acerca de la sociedad actual, hay una que menciona Eco (1988, p. 239) que la concibe como una "sociedad del espectáculo". Según ella, el mismo sistema que sostiene la maquinaria productiva hace necesario alimentar el imaginario colectivo con productos que mantengan la mediación. Así, el hombre que ya no sabe cómo actúa, observa lo que sucede en su entorno, transformado todo ello en un espectáculo, en otro elemento para consumo.

A través de la evasión en el espectáculo se abandonan los elementos lúdicos que tradicionalmente habían servido para mantener la acción y la creatividad en las horas libres de trabajo, como son el deporte o la intervención en alguna expresión artística grupal o individual. En el espectáculo, el observador sustituye la actividad directa, a la par que se identifica con el personaje, el ídolo, el deportista, quien expresa su sentir permitiendo no exponerse, no tomar riesgos, no decidir cuál es en verdad la postura personal.

Además, como aclara Guinsberg (1986, p. 110) no es lo racional lo que más destaca en la unión entre el observador y el ideal ofrecido por el espectáculo, sino "la integración psíquica de adoración y de admiración, con carga afectiva... lo que implica introyectar los contenidos, y características del personaje, asimilando dentro del propio Yo lo que proviene del ídolo". De esta manera, el observador no sólo consigue una definición de sí mismo, sino una que es aceptada socialmente y ha demostrado ser exitosa. Así, esta identificación, aun si es llevada a cabo en forma

individual, se une a aquélla que realizan las demás personas que conforman la audiencia. Por ello, la identificación adquiere un valor de integración grupal para ese individuo, que disimula su aislamiento y oculta su necesidad de comunicarse, al hacerlo sentirse parte de la sociedad. Sin embargo, por lo general el proceso que une al ídolo con sus seguidores se desenvuelve a un nivel de rasgos estereotipados o una manera general de conducirse, según conceptos ya aceptados acerca del consumo o de la forma de vida. Todo esto responde a la transmisión de la ideología dominante, pero no representa una definición conceptual reconocida como tal por la audiencia, por lo cual no podemos considerarla en el inciso de "la dependencia hacia un marco de pensamiento". De todas maneras, el observador responde positivamente al mensaje difundido por los medios, debido a que, como indica Martín Barbero (1986, p. 131), aquél forma parte de una mitología que es "respuesta a interrogantes y vacíos no llenados a una demanda colectiva latente, a miedos y esperanzas que ni el racionalismo en el orden de los saberes ni el progreso en el de los haberes han logrado arrancar o satisfacer. La impotencia política y el anonimato social en que se consumen la mayoría de los hombres reclama ese suplemento-complemento, es decir, una ración mayor de imaginario cotidiano, que cumple día a día la cultura de masa: la comunicación de lo real con lo imaginario".

En esta forma, la vida rutinaria y el trabajo extenuante pero que no permite expresarse, ni percibir satisfacción, tienen un escape indispensable en el espectáculo. Mediante el mismo el espectador percibe el resultado del actuar de los demás, sin tener él mismo que actuar, tanto si observa el logro del esfuerzo individual como la fuerza del destino o la casualidad, que tienen lugar en los melodramas y novelas así como en los eventos deportivos.

Así, el individualismo acentuado como un valor de importancia para la sociedad neo-liberal, provoca que se acreciente la experiencia personal, en relación a la compartida socialmente. Por eso afirma Martín Barbero

(1986, p. 156) "Los héroes de esta nueva mitología más que representar a la comunidad que encarnan, representan su propio recorrido, su esfuerzo por hacerse". Si esto sucede con los espectáculos que permiten evasión a través de la identificación con los ídolos, otro tanto sucede con aquellos que representan la evasión de la acción, mediante la observación de eventos deportivos.

Este proceso de evasión que las competencias representan no es nuevo: el circo romano ya lo había institucionalizado, al otorgar un medio de canalizar el deseo de violencia y de triunfo, en una derivación aprobada socialmente y no riesgosa. En la actualidad, lo que más parece aproximarse a ese espectáculo son los deportes, por la forma de los estadios, los gritos de los espectadores, la pasión que acompaña el juego. En ellos se despliega violencia y si no hay pulgares que señalen el veredicto para el vencido es porque probablemente siempre estarían marcando hacia abajo. La escalada en la violencia que se despliega (o se exhibe) en los deportes también ha sido tema fructífero de las películas de ciencia ficción: duelos de gladiadores del futuro, juegos de equipos en los que los vencidos pierden la vida. Pero en nuestros tiempos el desarrollo del juego en sí va adquiriendo un sabor mítico, por el cual se va incrementando la importancia de la estructura que rodea a cada equipo, la comercialización de la transmisión, la construcción de los ídolos. Además el espectáculo perdura a través de los comentarios de los expertos y de la "metainterpretación" que señala Eco (1979), mediante la que los comentaristas continúan la polémica, enmarcando al evento deportivo, haciéndolo trascendente.

En este contexto, así como la audiencia comenta lo acontecido en la novela difundida en los medios masivos como si fuera un drama real, el fanático de un equipo o de un deporte se inscribe en lo que sucedió en el partido del domingo y lo discute con sus conocidos, haciendo suyo u oponiéndose

al punto de vista de los comentaristas deportivos.

Este tipo de adscripción a un espectáculo no sólo ocupa el tiempo libre y brinda un medio de sustituir la comunicación, sino que hace que triunfos y fracasos sean percibidos como ajenos a la propia voluntad y experiencia. De tal manera, el hombre se va alejando de lo que individual o grupalmente podría modificar, para adscribirse a modelos estereotipados que obstaculizan la acción sobre el entorno próximo.

El deporte o el espectáculo de que se trate, pasa a ser el centro de la existencia, que permite identificarse y da cohesión con el grupo que comparte esa preferencia. Entre los Hooligans, por ejemplo, la cohesión grupal brinda la pérdida de las inhibiciones, el olvido de las normas que marca la sociedad, y el comportamiento grupal incluye el despliegue de violencia y una serie de rituales. Pero la violencia no implica más que una exhibición de fuerza, en el anonimato del grupo, sin que la origine una protesta definida o el deseo de modificar la realidad.

Se trataría, entonces, de un caso semejante al de la protesta individual rebelde, que se analizará en el siguiente capítulo. No representa un reto a la estructura social, por lo que ésta lo reprime pero le permite seguir existiendo. Por el contrario, el tipo de dependencia que consideraremos a continuación, la llamada "trabajomanía", no sólo no es contrariada sino que puede ser enaltecida por la sociedad.

#### Trabajomanía

En el capítulo referente a "La Incomunicación" observamos como el trabajo se ha ido separando de su resultado, de manera que en escasas ocasiones permite que el ser humano se exprese a través suyo. Sin embargo, en algunas personas el trabajo puede servir de justificación de la existencia, de manera que "encuentran en esa ocupación el sentido de su vida y le

dedican voluntariamente todo el tiempo de que disponen". (Millé de García Liñán, Nov. 21, 1937). La absorción tan completa en el trabajo no guarda relación con el propósito ni con el resultado que se obtiene, sino que "el mismo desarrollo de la actividad ha pasado a ocupar el lugar preponderante en la vida del individuo, de manera que éste descarta cualquier otra forma de dedicar su tiempo. Esta forma de encarar la vida parece ser mucho más común entre hombres que entre mujeres. Pero, una relación igualmente intensa con su ocupación desarrollan esas amas de casa que dedican todo el día a mantener su casa reluciente, pero que para ello impiden que los demás miembros de la familia hagan un uso normal de su espacio... En (estas mujeres) esa compulsión hacia la limpieza puede permanecer durante toda su vida, agriando su relación con los nietos al igual que sucedió con sus hijos". En las madres de familia el cuidado de los hijos, los éxitos y fracasos de éstos, pueden también suplir sus propias experiencias y parecer que llegan a sustituir su involucración con la acción. Sin embargo, este tipo de procesos responde a una psicopatología específica, que, como el comportamiento obsesivo-compulsivo, no se estudiarán en este análisis. Por el contrario, a lo que aquí nos referimos es a aquellos comportamientos ritualizados que permiten un desarrollo funcional de esa persona en sociedad. Como, además, sirven para mantener intactas las estructuras sociales y el aparato productivo, pueden llegar a ser fomentados o recompensados: "el empleado del año" o el hombre ejemplar o el ama de casa perfecta, aun si para conseguir ese apelativo su vida personal se circunscribe a una rutina fija y limitante, que sustituye cualquier otra forma de expresión o comunicación.

"Algo similar puede suceder con los dueños de un negocio o los profesionales que desarrollan por sí mismos su trabajo, del que no consiguen nunca desprenderse, ante la impaciencia de las nuevas generaciones". (Millé de

García Liñán, Nov. 21, 1987).

Por otra parte, quien se concentra totalmente en su trabajo puede justificarse afirmando que lo hace para mantener su hogar, darle a sus hijos lo que el trabajador insaciable nunca pudo tener, etc. El problema es que los demás perciben el desinterés y el desconocimiento de lo que les sucede, motivo que fortalece la incapacidad de comunicación con su entorno de este "dependiente", cuyo único mundo es el de su ocupación laboral. El aislamiento se acentúa por la competitividad que prima en el ambiente del trabajo, que hace difícil una relación profunda con los compañeros. Así, en el caso en que el trabajo en sí se anteponga a cualquier otro tipo de relación, esa persona tiene que seguir llevándolo a cabo para sentir que está viviendo. Por eso, "la situación más ardua la pasarán los empleados que al jubilarse pierden todo el interés por esa vida que habían centrado alrededor de su 'chamba'". Otro tanto sucederá con aquellos ejecutivos que creyeron el mito de la gran familia corporativa y vistieron permanentemente la 'camiseta', para encontrarse de golpe despedidos, sin el estatus de ese apellido familiar y su ropaje". (Millé de García Liñán, Nov. 27 de 1987).

La mayoría de las personas que desarrollan dependencia hacia su ocupación laboral, conciben a ésta dentro de una rutina que no sólo ocupa prácticamente todas sus horas, sino que les impide pensar en otra cosa o mantener otros intereses. Esta incorporación de la rutina pone en evidencia el marco ritual en que se inscribe el comportamiento, el cual no permite que se genere la ansiedad de cuestionarse sobre lo que se está haciendo, de ponerse metas diferentes, de observar el impacto de su forma de actuar en quienes lo rodean, sea la familia o la comunidad. Por eso, lo que podría haberse constituido en la parte más creativa y gratificante de su existencia, se transforma en un marco limitante, situación semejante

a la que se produce en la dependencia que consideraremos en seguida: el erotismo.

#### Erotismo

En la actualidad, la civilización occidental en la que estamos inscritos ha comenzado a suprimir las trabas a la expresión de la sexualidad. Así, por un lado, el deseo se ha visto liberado de las limitantes de tipo religioso o social, y por otro los métodos anticonceptivos han hecho posible eliminar el temor al embarazo en la interrelación sexual.

En consecuencia, podríamos pensar que la humanidad tiene mayor libertad de expresarse sexualmente sin inhibiciones y tiene un grado más alto de satisfacción en este aspecto de su vida. Sin embargo, como indica Lefebvre (1972, p. 103) "El erotismo se hace obsesivo. Lo que en apariencia atestigua una creciente virilidad (o feminidad) así como una capacidad mayor de voluptuosidad... (demuestra) el síntoma inverso: desvirilización y desfeminización, frigideces no vencidas sino más conscientes, exigencia de una compensación. La religión del Eros parece atestiguar una tendencia a reconstruir las prohibiciones antiguas para recrear las 'transgresiones' que darán un sentido (desaparecido) a los actos eróticos".

Así encontramos en el erotismo la misma ausencia de "telos" que indicaba Dorfler como un rasgo de los "ritos" en la actualidad. Por otra parte, el erotismo es impuesto por la estructura publicitaria que intenta incentivar el consumismo. De esta manera, la satisfacción del impulso sexual que es motivado a través de las imágenes publicitarias se sustituye mediante la adquisición del producto propuesto. Parece, entonces, que el deseo insatisfecho es domado por el consumo, cuando en realidad se estimula "por procedimientos coercitivos", como también indica Lefebvre (1972, p. 210) y "huye hacia lo imaginario".

En el erotismo el hombre busca, entonces, satisfacción epidérmica a la sensación de frustración, de aislamiento e incomunicación que lo domina: "Se crea la tendencia a erogenizarlo todo... El objeto se pone al servicio del eros, cuando en verdad lo que importa es su adquisición. Y como la necesidad erótica no es satisfecha por este medio, de nuevo el sujeto queda a merced de la reiterada mitificación que le provoca la avalancha previa de erotización". (Dumont, 1973, p. 91).

Como en otros tipos de comportamiento ritual, en el erotismo es frecuente encontrar rasgos fetichistas. Así, "ante la conciencia de la impotencia frente a la posibilidad de poseer el objeto sexual en su totalidad" se toma un sustituto; el fetiche. Con él "se cae en el ritualismo, en la adoración del fetiche y se pierde la total comunicación con el objeto que simboliza". (Castilla del Pino, 1979, p. 79-30).

De la misma forma que el bulímico buscaba la satisfacción de su deseo a través de la comida, cuando el erotismo pasa a ser la parte fundamental de la vida de una persona, ésta busca, insaciablemente, la sensación erógena: a través suyo centra su comunicación con el mundo que la rodea y limita sus intereses y su capacidad de interrelación. Darle ese nivel quasiúnico en su experiencia vital provoca un aislamiento cada vez mayor de su entorno, además de la misma sensación de insatisfacción que cualquier fetichismo.

Este tipo de comportamiento puede verse ligado, también, con el afán de conquista, juego de riesgo de todo Don Juan. Pero en cuanto al erotismo, lo que lo define es la búsqueda permanente de satisfacción al deseo, mientras que en el Don Juan, aun si su comportamiento también es ritual, se aproxima más al juego de apuesta, al deseo de conquista y de riesgo, como veremos a continuación.

### El juego de azar

El elemento lúdico es esencial para el desenvolvimiento normal del ser humano, no sólo en la infancia sino durante toda su vida. En efecto, el juego incentiva el uso de la creatividad y si se desenvuelve grupalmente, intensifica la socialización. En el desarrollo de los juegos, priman los aspectos rituales, tanto a través del comportamiento individual del jugador como de las reglamentaciones que los norman: sin sus "reglas" es difícil concebir a un juego y éstas mismas están presentes en el juego de apuestas, por el que se puede llegar a desarrollar dependencia.

Los juegos de apuesta, como ha observado Yonnet (1935, p. 23) no corresponden a sociedades atrasadas o subdesarrolladas, sino que han demostrado incrementarse en frecuencia "en las formas sociales más desarrolladas, hoy lo mismo que en el mundo antiguo". Para este autor, a medida que el hombre tiene una mayor disposición de tiempo para el ocio, es más probable que intente ocuparlo en actividades en las que se dé "un deseo de evasión frente a lo real, incluso lo real del juego de competencia. A diferencia de los antiguos ritos de azar, estos juegos no entrañan ningún ocultismo, en cambio son un campo ideal para las supersticiones de todas las categorías (matemáticas, de horóscopos, etc.)".

Sin embargo, para que adquiriera dependencia a la involucración en el juego, el individuo tiene que evidenciar otros rasgos. En efecto, quien lo lleva a cabo percibe "un impulso incontrolable por jugar" que puede ir incrementándose y consumir cada vez una mayor parte del tiempo, energía y recursos emocionales y materiales". (Somners, 1938).

Tales personas construyen su vida alrededor del juego de su preferencia, no sólo a través de la búsqueda de ocasiones para jugar, sino de las conversaciones acerca del tema, las que parecen proporcionar una excitación

semejante a la que experimentan durante la apuesta.

Resulta difícil comprender la pasión exclusiva por el juego que alcanzan las personas que desarrollan este tipo de dependencia. "Si bien los objetivos manifiestos (Hacer dinero o encontrar su pareja, caso de los 'Don Juanes') parecen bien definidos, a través de estos propósitos no se explica el grado intenso de involucración de quien contrae este hábito, aun si exponga razones lógicas que fundamentan su comportamiento. A ello se suma que en el resultado obtenido (De 'ligue', 'pegue' o económico) está contenida una valoración del éxito personal.

"De todas maneras, es difícil encontrar en la realidad al triunfador permanente, que muchos de estos jugadores afirman ser, porque platican nada más que de sus éxitos. Si lo que predomina es el fracaso ¿por qué regresan a ese comportamiento que les causa aún más frustraciones que las que consiguieron olvidar o de las que pudieron distraerse al emprender su juego?

"Puede tratarse de que el juego escogido representa el único producto de excitación que da sabor a una vida rutinaria. Puede haberse constituido ese juego, también, como una forma conocida en la que desarrollar el único talento que ese individuo cree que posee o la única aplicación que puede imaginar para los medios con los que cuenta. El resultado esperado puede llegar a parecerle, además, como un instrumento efectivo para modificar o escapar definitivamente de una situación de vida que resulta insostenible, monótona o deprivada.

"Pero, además, está todo aquello que rodea a las otras bien conocidas dependencias hacia las drogas. Por una parte, el riesgo tanto de sufrir un rechazo, en el caso de la interrelación personal, como de perder lo que se aportó. Es el sabor del peligro, la excitación de poder ganar, lo que puede llegar a constituirse en una motivante que induce a la repeti-

ción de la experiencia, ya sea que ésta demuestre sus resultados en forma inmediata o que deba esperar a que se publique en el periódico o en las listas de la lotería.

"La excitación que produce el riesgo es evidente en la mayoría de los casos: todos hemos podido observar la modificación automática del 'conquistador' ante su presa o la pérdida del control de sí mismo que sufre el apostador ante la carrera de su caballo o el rodar de la ruleta, que parece desproporcionada en relación a lo que está en juego para quien no comparte la afición. Y a esa compulsión hacia el juego se la rodea, como en las otras dependencias, de toda una serie de patrones rituales de comportamiento, que el jugador puede dotar de disfraces de racionalidad, marcando reglas infalibles. Pero, por lo general, prefiere acentuar lo poco predecible o la intervención del destino y utilizar amuletos, buscar terminaciones o vestir atuendos que permitirán que 'esta vez, sí'. Tantas pueden ser las adiciones, que éstas también se suman a la 'adicción' básica por el juego, de manera que al buscar desprenderse de su hábito nuestro jugador deberá encontrar, adicionalmente, formas de romper con todos esos ritos y de ocupar todo el tiempo que le quedará libre". (Millé de García Liñán, Nov. 7, 1937). De esta manera, el juego también se construye como una forma de expresión, mediante la cual el individuo que lo ejecuta puede haber escondido su necesidad de comunicarse.

La mayoría de quienes desarrollan los dos tipos de dependencia que hemos considerado (hacia el consumo y hacia un comportamiento ritualizado) las llevan a cabo en forma individual, aun si pueden reunirse con otros que comparten su mismo hábito. Sin embargo, el tipo que se presentará a continuación carecería de sentido si no se constituyera dentro de una integración grupal.

### II.3 La dependencia hacia un marco de pensamiento

Como una tercera expresión de las formas sustitutivas que permiten al hombre urbano actual disimular su falta de comunicación, se encuentra este proceso de dependencia. El mismo se desarrolla como respuesta al deseo de poseer un patrón en el cual identificarse y que dé, a sí mismo y a los demás, una definición de su persona. Para que exista dependencia es preciso que la forma de pensar, ideología o creencia de que se trate, no responda a un análisis racionalizado, sino a la aceptación ciega, que limite la experiencia y el interés por otro tipo de conocimiento.

La adscripción a un marco de pensamiento implica una incomunicación de tipo judicativo, según palabras de Castilla del Pino que ya habíamos comentado en el capítulo anterior. En efecto, se trata de "condicionamientos de clase o de grupo ... que representan el sentir, la ideología, común del grupo social al cual se está adscrito". Así, aún si el marco de pensamiento de que se trate puede estar estructurado de una manera coherente, es internalizado acríticamente, como un juicio de valor.

Los tipos de dependencia que aquí se incluyen tienen varios rasgos en común: por una parte, el enaltecimiento del grupo que comparte la misma dependencia, en comparación con los demás. Por otra, alguna forma ritual, vestimenta o lenguaje, que son utilizados por los miembros y que, sin ser fundamentales para la integración grupal, permiten distinguirse de los no miembros.

Además, existe una serie de reglas, más o menos definidas según los casos, que los miembros deben cumplir y que difieren en la intensidad con que son aplicadas y obedecidas, de acuerdo al tipo de grupo de que se trate. Así, el castigo al infractor puede ir desde el propio sentimiento de culpa, a la penalización o el ostracismo. Este último castigo es el que proba-

blemente dé conciencia al dependiente de su estado, al hacerla patente que su vida carece de sentido fuera del grupo, que la confería seguridad, sensación de pertenencia y un alto nivel de autoestima. Por el contrario, los rasgos que eran valiosos dentro del grupo, en sólo contadas ocasiones pueden ser apreciados por la comunidad abierta, ante la cual será preciso identificarse de otro modo.

Es cierto que la vida en comunidad o la interrelación social establecen, por sí mismas, limitaciones al desenvolvimiento individual: normas de comportamiento, lenguaje común, preocupación por los intereses del otro. Pero, a la par, ofrecen fuentes de enriquecimiento, tanto a nivel individual, para cada miembro, como para el conjunto social. Por el contrario, los tipos de dependencia a un marco de pensamiento que se incluyen en este inciso son casos extremos en los que por supuesto no se encuentran por formar parte de un grupo, sino porque al hacerlo esos miembros pierden la autonomía de pensamiento, la capacidad de goce fuera del grupo, y la involucración con otras personas o rangos de experiencia. Así, su acción se ve coartada por la integración grupal estrecha, en lugar de incrementarse su apertura o sus contactos a través de la interrelación y aporte de los demás. El marco de pensamiento se transforma, por lo tanto, en un tamiz, que deforma y restringe la apreciación de la realidad.

Como veremos a continuación, el grado de dependencia o adscripción al grupo difiere según los casos. Algunos pueden parecer inocuos, o hasta enriquecedores, sobre todo cuando se estructuran desde un contenido ideológico o un estilo de vida más semejante a la propia forma de pensamiento. Por ejemplo, los individuos bien informados que describe Riesman (1981), quienes se entregan a una búsqueda permanente de temas y contenidos de moda en la élite cultural. Entre ellos, como señala Lefebvre (1972, p. 136), la cultura sería otra "mercancía de consumo", aun si se trata de

"un caso excepcional: al ser considerada libre, esta actividad consumidora (un poco menos pasiva que las restantes formas de recibir las cosas hechas) toma aires de fiesta. Esta la conserva una especie de unidad ficticia y no obstante socialmente real, aunque situada en lo imaginario. Las obras, los estilos, son entregados al consumo devorador". Este consumo de obras y estilos no es más "que un consumo de signos. El consumidor engulle metalenguaje, lo cual permite a los valores de uso gastarse lentamente... El valor de uso, la cosa misma (la obra) escapa al consumo devorador, que queda limitado al discurso... El discurso didáctico se interpone necesariamente entre las obras y la comprensión. Este discurso permite un acceso difícil, una marcha incómoda, hasta la percepción concreta de los estilos, y de las obras. Este camino caracteriza a 'la cultura superior'". (Lefebvre, 1972, p. 166). En el mismo sentido, Eco (1983) indica que lo peligroso de las modas culturales no es el enaltecimiento y análisis profundo de ciertas obras, sino justamente el repudio y olvido en los que quedan cuando pasa su apogeo. Pero, la expresión más típica de la dependencia a un marco de pensamiento es el sectarismo. En él encontramos resabios de formas arcaicas de ser, que nos invitarían a declararlo como algo del pasado, sino fuera porque algunas manifestaciones han alcanzado un gran auge en el presente, lo que nos habla de su permanencia y actualidad.

Existen diversas expresiones del sectarismo, de acuerdo al marco de pensamiento que sirva como base del grupo. Así, si bien todas las sectas tienen un credo en común, el mismo emana de dos áreas principales: la política (grupos extremistas de derecha o izquierda) o lo sobrenatural (sectas místico-religiosas o satánicas).

Algunos de estos grupos exigen de sus miembros una adscripción total, dedicándole todo el tiempo y energía, mientras que en otros casos es la

psicopatología de ciertos miembros la que los motiva a considerar al marco de pensamiento religioso o la ideología política como su verdad única, que aceptan sin permitirse ningún cuestionamiento. También puede tratarse de un mecanismo de defensa, por el que el individuo se entrega a la labor de la secta y obedece las órdenes sin sentimiento de culpa, al justificar su actuar como parte de lo que la orden, mafia o ejército le exija. En este caso, la adscripción al grupo puede ser obligatoria y el castigo por desertar, la muerte.

Como en otras formas sustitutivas de la comunicación, también en estas manifestaciones encontramos rasgos tan ligados en un grupo con el otro que impiden una delimitación estricta, la cual obedece tan sólo a la intención de facilitar la lectura y comprensión del texto.

#### Sectarismo ideológico-político

Como señala Reich (1980) a propósito del fascismo éste, como cualquier tipo de sectarismo, representa "la manipulación de la sensibilidad mística de las masas", dado que para desarrollarse no apeló a la racionalidad sino contra ella, apoyándose en lo afectivo y lo instintivo. Como también indica Videlier (1986) "el fascismo se alimentó de fuerzas oscuras en una dialéctica de terror y fascinación".

Parecería, entonces, que los seguidores de este tipo de sectarismo perciben la protección de la ideología que les brinda su secta, en la que se funden. De esta manera, generan una identidad fuerte, compartida con los demás miembros, que los enaltece, haciéndolos sentir superiores por el hecho de pertenecer a ese grupo de los escogidos. Así, los conceptos de la secta son creídos, más que analizados racionalmente, por lo que pueden ser internalizados y defendidos como propios. Como afirma Reich (1980, p. 219), "el poder del intelecto se contrapone al sentimiento místico".

Estar dotado de un marco de pensamiento muy estricto, sea del color que sea, obliga a aprehender la realidad a través del mismo e impide una relación actuante con el entorno. Como Hitler tuvo muy en claro "no hay que abordar a la masa con argumentos, demostraciones ni erudición, sino únicamente con sentimientos y creencias" (Reich 1980, p. 114).

Puede afirmarse, entonces, que el sectarismo ofrece "una satisfacción sustitutiva, en el terreno de la fantasía, a cambio de la satisfacción real" (Reich 1980, p. 165).

Es por eso que "la mística (se convierte) en el más importante de los instrumentos de sometimiento", debido a que aun si los gobiernos afirman la importancia de la ciencia y la tecnología, preservan mediante la educación "la exclusión metódica de los resultados de la ciencia del conocimiento de las masas ... fomentan la humildad, la ausencia de crítica, la renuncia voluntaria y la esperanza en el más allá, la fe en la autoridad, el reconocimiento de la santidad, del ascetismo y la intangibilidad de la familia autoritaria" (Reich, 1980, p. 213), conceptos vertidos hace más de 50 años, pero aún válidos en la actualidad.

Por otra parte, la ciencia misma puede convertirse en un elemento que fomente la mitificación. En efecto, el hombre puede sentirse no como sujeto en su relación como el conocimiento científico, sino como vasallo de éste, que lo supera y se transforma así en un "elemento negativo misticante y paralizante" (Dorfles 1985, p. 47). Esto sucede porque, como hemos visto en lo referente a "La Incomunicación", al desconocerse el proceso por el que nació la tecnología, ésta es fetichizada y transformada en mito.

Pero la entrega a la secta se encuentra más clara en los grupos de extrema izquierda o derecha, o en los de defensa de los derechos de una nacionalidad o una etnia sobre los del resto de la comunidad. Esto puede llevarse a cabo cuando se responde a los intereses de la mayoría sobre la minoría,

como en cuanto a lo que ya hemos comentado del fascismo. Pero puede darse también en apoyo de una minoría, o según palabras de Eco (1983), "imitar las formas históricamente positivas, pero escindiéndose de la justificación social (como ocurre con las Brigadas Rojas)", a las que podríamos agregar los grupos de tupamaros y montoneros del Cono Sur. En ellos Eco detecta la tendencia hacia la violencia, la cohesión estrecha entre los miembros del grupo, la entrega de la vida propia o el sacrificio de la de los demás en favor de una causa. Para este autor es preciso "sospechar siempre de la mística del sacrificio y de la sangre". En efecto, entre los miembros de estos grupos puede haber auténticos héroes, pero éstos se distinguen porque son "siempre personas que actúan de mala gana. Gente que muere, pero que preferiría no morir, que mata, pero que quisiera no matar, de tal manera que después renuncian a vanagloriarse de haber matado por necesidad ... (como quienes son capturados y) no hablaron para disminuir el tributo de sangre, no para alentarlos".

Si bien en este tipo de grupos predominan los idearios de tipo político-social, en ellos se encuentran los mismos elementos místicos que son el punto central del tipo de sectas que analizaremos a continuación.

#### Fanatismo religioso o místico

En la sociedad urbana contemporánea el auge de las sectas de tipo místico se dió en forma marcada en la década que fué de 1965 a 1975, como una expresión más del cuestionamiento a la estructura social y a la carencia de sentido y de la crítica a los valores tradicionales que acompañaron a los movimientos sociales de esos años. Sin embargo, muchas agrupaciones conformadas entonces y otras que cobraron nuevos bríos, perduran y cuentan con un respaldo financiero fuerte, habiéndose repartido por todo el mundo occidental, como las Hare Krisna, cientologistas, Hijos de Dios y tantos

otros. En todas estas sectas se percibe una fuerte integración grupal, que a veces dificulta la coexistencia en la comunidad abierta, no sólo porque ésta los segrega, sino también porque a ellas les resulta difícil mantener su forma de vida, tan diferente, en medio de los estímulos de nuestra sociedad.

Como señala Eco (1983), estos grupos tienen "todas las características de los movimientos milenaristas que pueblan la historia occidental desde los primeros siglos del cristianismo hasta nuestros días". Este tipo de cultos "nace en momentos de crisis (espiritual, social, económica) y atrae, por un lado, a los verdaderos pobres y, por otro, a los ricos con síndrome autopunitivo; anuncia el fin del mundo y el advenimiento del Anticristo. Se inicia con una campaña de comunidad de bienes y convence a sus adeptos de que ellos son los elegidos. Como tales, deben adquirir confianza en el propio cuerpo y, tras un período de rigorismo, pasan a realizar prácticas de extrema libertad sexual. El jefe, dotado de carisma, les somete a todos bajo su poder y se beneficia, por el bien común, ya de los bienes materiales donados, ya de la disposición de los fieles a dejarse poseer místicamente. Es frecuente la utilización de drogas o de prácticas de autosugestión, para obtener la cohesión psicológica del grupo".

Estos ritos místicos pueden construirse también alrededor de un culto satánico, como fue el de Manson en la California de los 70. La importancia de estas prácticas parecía provenir únicamente de ser uno de los temas preferidos de las películas de terror, sino fuera porque entre nosotros surgió un ejemplo actual: los llamados "narcosatánicos".

La existencia y dimensión del grupo sorprendió a más de uno, quizás porque "insistimos en el proceso de desacralización que se evidencia en nuestra época en todas las esferas, según el cual sólo la lógica práctica parece

governar la vida, y negamos todo lo que demuestre lo contrario. Porque los ritos satánicos, sin lugar a duda, implican fe. Será en fuerzas oscuras y se pretenderán fines macabros, pero se basan en la confianza en lo sobrehumano. Y no podemos tranquilizarnos afirmando que se trataba de esos ritos que realizamos por costumbre, mecánicamente, sin adentrarnos en su celebración, sino sólo repitiendo gestos y palabras de los que olvidamos dónde radica el sentido. Por el contrario, en estos ritos, todos los implicados participaban muy activamente, sobre todo la víctima. Y todos sabían tan bien por qué lo hacían que aún no parecen llegar al arrepentimiento.

Esta falta de sentimiento de culpa es una constante en las personas que se sumergen en estos rituales, según señala Eco. Para este autor, los cultos satánicos que tuvieron y tienen profusión en ambas costas del Sur de Estados Unidos responden a la inevitable canalización de la violencia que necesita el ser humano, y que se manifiesta así en esa región, como en otras lo hace a través del terrorismo o del pandillerismo.

"Así, la sociedad estadounidense pos-Vietnam se aburre y recobra un cierto sentido de su vida mediante tales ritos. La recuperación del significado evita que se perciba remordimiento..."

"Sin embargo, en los ritos de los narcosatánicos mexicanos, no es la violencia ni el sadismo en estado puro lo que los motiva (a nivel consciente), sino el deseo de protección. Podemos imaginar entonces que, de la misma forma en que cada actividad lícita tiene su santo patrono a quien encomendarse, el comportamiento delictivo de los miembros de la secta los marginaba del culto religioso tradicional y se hicieron de su propio sustituto. Esto se ve corroborado por las declaraciones de Irma Serrano ... (quien afirmó que si se adora al diablo es más probable que se consiga 'dinero y poder', dones más cercanos de la oscuridad que de la luz.

"Los nombres de los famosos que asistían a los ritos y las conexiones que afirma poseer la secta en Estados Unidos nos salvan ya que escondimos todo como un producto más de nuestro subdesarrollo, otra consecuencia de la crisis o un nuevo brote de las raíces indígenas. Por el contrario, nos vamos obligados a reconocer esa cara oscura de la que todos debemos llevar alguna manifestación". (Millé de García Liñán, Mayo 13, 1969). Pero en ambas expresiones del fanatismo religioso observamos la íntima adscripción de los miembros al grupo, en forma de que se sumergen en la secta y parecen perder su identidad personal. Así, su sentimiento de pertenencia y las reglas y credo de los que dependen hacen que no les sea necesario buscar otros medios de comunicación con el entorno.

Los procesos de dependencia que hemos descrito enmarcan diversas expresiones de nuestra vida actual. Muchos de ellos son fomentados por las normas sociales y la estructura productiva (como el consumismo o la trabajomanía), otros son alentados por los ritos del comportamiento social adecuado (como es el caso del consumo de alcohol) y los otros parecen estructurarse como respuesta a la sociedad contemporánea que mantiene un ritmo intenso de creación en cuanto al desarrollo tecnológico, pero no consigue soluciones igualmente imaginativas en cuanto a las formaciones grupales o las estructuras sociales.

En todas las formas de sustitución de la comunicación que hemos esbozado hemos hecho énfasis en los elementos que son de importancia para nuestro estudio, en sus similitudes más que en sus diferencias. Por eso mismo, no interesaba dimensionarlas cuantitativamente, según la frecuencia con que se dan en la sociedad, ni tampoco precisar el daño o el riesgo que entrañan a nivel individual o comunitario, sino demostrar la manera en que se complementan y sirven de medios de expresión para quienes las desarrollan. Si consideramos que, además de las descritas, existe una infini-

dad de otras expresiones, puede parecer que no hay salida: a cada quien su dependencia, en el camino hacia la programación total prevista por Huxley (1979), en su Mundo feliz.

Por el contrario, si la sociedad contemporánea parece buscar su propia destrucción y construir día a día nuevas dependencias con que alejar la posibilidad de libertad, también se percibe un movimiento intenso en la búsqueda de sentido, en el cuestionamiento de los marcos estrechos de expresión, en la propuesta de nuevos canales comunicativos. Al analizarlos, surge la evidencia de un elemento común en estos avances de lo que puede hacerse para expandir el nivel de expresión del ser humano actual, o al menos contrarrestar la tendencia de sujeción e incomunicación.

Ese elemento es la participación que, como observaremos a continuación, se halla como constante, vinculando al individuo consigo mismo y con su entorno.

III. LA POSIBILIDAD DE COMUNICARSE  
A TRAVES DE LA PARTICIPACION

El futuro pertenece a los que buscan crearse un universo en el que la actividad, el trabajo, la recreación, la vida personal y la acción colectiva se inscriban en un mismo continuo.

Alain Minc (1985).

### III. LA POSIBILIDAD DE COMUNICARSE A TRAVÉS DE LA PARTICIPACION

En la búsqueda de soluciones a la incomunicación en la que se vive actualmente en las zonas urbanas, las propuestas planteadas y medidas emprendidas provienen de diferentes ámbitos y son de tipo muy diverso. Sin embargo, destacaremos entre ellas un rasgo en común: la participación. En efecto, con el fin de que la comunicación logre vincular al individuo consigo mismo, con su entorno y con los demás hombres, los distintos enfoques ponen en evidencia la necesidad de que aquél se perciba como sujeto tanto dentro del proceso comunicativo en sí, como dentro de su quehacer, a través del cual también se expresa y se relaciona. En la medida, entonces, de que el hombre se involucre comunicacionalmente sin ser un espectador pasivo, o un robot condicionado, podrá alcanzar satisfacción con lo que hace, podrá definirse ante los demás aceptándolos y reconociéndolos a su vez como personas y podrá lograr un distanciamiento de lo que se le ofrece como mensaje, que le permitirá asumir una postura crítica.

Así, concebimos a la participación como la acción consciente del ser humano que se genera por el interés y la involucración que se asume en la misma. De esta manera, aun si siguen imperando las mismas condiciones productivas e ideológicas que, por un lado, aíslan a cada individuo y que por el otro lo homogeneizan con el resto de los demás, el ser humano adquiere a través de su participación la capacidad de definir los valores socioculturales que le dan identidad como persona, sintiéndose próximo a aquéllos que los comparten. En esta forma de participación incluimos a la reflexión, que enfrenta al hombre consigo mismo y que es requisito indispensable para que pueda comunicarse con los demás. En efecto, como veremos más adelante, también ante sí mismo el hombre debe involucrarse participativamente para que ese volcarse en sí le confiera una identidad que no se

base en lo externo y lo poseído. Este rasgo participativo a nivel individual se trasciende también en los diferentes ámbitos en los que se desarrolla la comunicación humana: el microcomunicativo, el mesocomunicativo y el macrocomunicativo, de acuerdo con lo planteado por Moragas (1985).

En el ámbito microcomunicativo el proceso de comunicación se da en las relaciones interpersonales, entre amigos, compañeros de trabajo, familia, vecinos. Este proceso se desarrolla de acuerdo a pautas que provienen de una cierta comunidad entre las personas que lo realizan (conocimiento previo, afinidad, antecedentes familiares, educativos, etc.) tanto si se lleva a cabo en forma directa como a través de algún medio.

En el ámbito mesocomunicativo el proceso de comunicación se desarrolla entre personas que viven en una misma comunidad geográfica o poseen rasgos culturales o de interés en común y que, aun si pueden conocerse, no han llevado una interrelación continua ni profunda. En este ámbito, la comunicación a través de medios es más frecuente que en el anterior.

En lo que respecta al ámbito macrocomunicativo, en el mismo la comunicación proviene de un agente difusor o emisor, que no conoce en forma personal a su público receptor, aun si éste en algunos casos puede llegar a responder al mensaje. Aquí se utilizan muy especialmente los medios de comunicación de masas, con mensajes difundidos a nivel nacional o internacional, pero no son estos medios los que definen al ámbito, sino la forma en que se desarrolla el proceso dentro del mismo. Como señala Bockelmann (1985) a propósito de la comunicación de masas, en lo macrocomunicativo la elaboración de los mensajes proviene de una estructura industrial y se dirige a un "público amplio, disperso y, en principio, ilimitado".

Estos tres ámbitos servirán como marco para nuestro estudio de las soluciones participativas propuestas para contrarrestar la situación de incomunicación. Así, el más alto nivel de propuestas para incentivar la partici-

pación que consideraremos en este trabajo es aquél que pretende incidir en lo macrocomunicativo, a nivel de una misma nación. Se ha dejado de lado, por lo tanto, al ámbito megacomunicativo, en el que se observa el proceso de comunicación a escala mundial. Este ámbito, si bien se encuentra interrelacionado con la capacidad de comunicarse del ser humano en todos los demás niveles, excede los límites propuestos.

Es menester, de todas formas, reconocer que las relaciones de dominación entre los países inciden en el proceso de comunicación dentro de cada uno de ellos y en particular distorsionan la capacidad de que la población de las áreas periféricas se identifique con sus propios modelos de vida y patrones de comportamiento.

Como Bustamante (1985) indica, desde principios de la década de 1970, pero muy especialmente a partir del Informe Mac Bride (1982), la mayoría de los países intentaron establecer medidas para reglamentar la política comunicacional. Ello fue sumamente notorio en América Latina, región a la cual se llegó a considerar como exponente de la toma de conciencia de los países del Tercer Mundo en relación a los problemas de la transnacionalización de la comunicación. A pesar de ello, poco fue lo que se avanzó en la determinación de medidas eficientes, que motivaran una real intercomunicación entre países del área y que hiciera menos significativa la intrusión de los medios de comunicación masiva de países dominantes. Por el contrario, en algunas naciones latinoamericanas se llegó a evidenciar que la supuesta revalidación de los valores nacionales sólo repercutió en el aumento del control de tales medios de comunicación por parte del Estado y el aislamiento en relación a la comunicación regional e internacional.

A continuación, entonces, se analizarán las líneas de propuestas más destacadas que se han presentado en los últimos años en cada uno de los ámbitos a los que se ciñe este estudio.

### III.1 Propuestas participativas en el ámbito microcomunicativo

En el ámbito microcomunicativo las propuestas de participación que se plantean intentan colocar al hombre como sujeto de su devenir, tanto en su conocimiento de sí mismo, como en la actividad que despliega o en su interrelación personal.

Sea cual fuere el área a la que cada solución dé mayor relevancia, todas pretenden que el individuo asuma su propia vida, confiriéndole un sentido, como lo expresa Dorflés (1939, p. 119): "Será siempre más importante desarrollar el aspecto semántico que el sintáctico, para que nuestras acciones cobren sentido (entendiendo por semántico aquella dimensión que tiende a aclarar el significado de un discurso y no las reglas que están en la base del mismo)".

Esta evolución hacia una mayor capacidad de comunicación pudo pensarse que sería apoyada por las nuevas tecnologías comunicativas. Por ejemplo, con el surgimiento de los equipos de video, las compañías productoras supusieron que disminuiría la vinculación del receptor con los medios comerciales, ya que muchos individuos se dedicarían a generar su propia información y, además, la intercambiarían con otros. Sin embargo, se ha podido percibir, como destaca Flichy (1982), que el público utiliza su equipo, sobre todo, para grabar programas de la televisión comercial, interesándose en mayor grado por los films. En esta forma, se ha mantenido la función de entretenimiento o de ocupación pasiva del tiempo libre, adjudicada al medio, lográndose solamente incrementar ya sea el tiempo dedicado a la observación o la especificidad de los mensajes recibidos, en relación con los intereses del receptor. Es decir que, si bien el proceso de selección se realiza sobre una capacidad más amplia, la estructura sobre la que se efectúa tal selección no ha variado. En los casos

en que se utiliza la videocámara, igualmente ese empleo no ha repercutido en un marcado incremento de la amplitud de expresión, salvo en los contados casos de producción casera de videos, de manera semejante a lo que sucedió con las cámaras portátiles de cine. El uso por lo general se mantiene en la esfera del consumo, como un producto-fetiché más, que sirve para ocupar el tiempo y disimula la incomunicación en la familia o el pequeño grupo de amigos, sin aprovechar la aplicación creativa que pudiera tener este equipo, la cual implicaría un reconocerse en la acción, como veremos en relación a otras formas de expresión artística.

En este último caso, como en el de cada una de las otras propuestas que se describen a continuación, todas emanan de alguna corriente teórica, de una especialidad de atención o de una postura ante la situación de vida. Por lo mismo, no representan soluciones globales al problema de la incomunicación, sino que sirven para ayudar a establecer, a nivel individual o de pequeño grupo, formas más auténticas o personales de comunicarse. Esta posición puede incluir una ruptura con lo establecido o un aprovechamiento mejor de los recursos personales o grupales, pero de todas maneras, implica una participación, dado que ese individuo o pequeño grupo tuvo que seguir un proceso en el que se definió ante sí mismo e hizo consciente sus necesidades y posibilidades, proceso de análisis durante el cual tuvo que comprometerse activamente.

#### La postura del rebelde y la ejemplariedad

Una de las posiciones mediante las que se pretende romper con la incomunicación, a nivel individual, es asumir una postura de rebeldía, por la que no se acepta lo impuesto por la sociedad y se expresa tal inconformidad. Por lo común esta postura es asumida en la adolescencia y es aceptada socialmente como una etapa del proceso de desarrollo e individuación,

y de separación de la generación adulta, en la búsqueda de una identidad propia.

Sin embargo, como señala Castilla del Pino (1979, p. 135), mediante esta postura no se consigue una modificación sustancial, que permita formas de comunicación diferentes, porque sólo se obtiene "la superación de los aspectos formales de la incomunicación" dirigiéndose únicamente a las normas superficiales que determinan la manera de comunicarse, como la vestimenta, el peinado, y el vocabulario utilizados. Pero, la más de las veces esta rebeldía se mantiene a nivel individual o de pequeño grupo de amigos, sin que trascienda a la praxis en una manera en que se evite entrar en el juego al que justamente se desea demostrar resistencia. Por ello "en la medida en que el intento es ilusorio, la rebeldía se torna escapismo que satisface instancias de hacer como si fuera, cuando carece de la condición objetiva y de la capacidad para ese hacer al que aspira".

Así, el rebelde suele sintetizar el problema de la incomunicación en la figura paterna o en la de la generación adulta y no llega a comprender que esas personas son víctimas de la misma estructura que propicia el estado de aislamiento.

Si, como veremos al considerar "La participación en los movimientos sociales", aún cuando existe una oposición grupal hacia la estructura social que puede llegar a conformar una subcultura, ésta usualmente tiende a ser absorbida por la estructura general, tal absorción es más notoria en el caso de la rebeldía a nivel individual. En efecto, al entrar a la edad adulta y al participar en el mercado de trabajo el joven se va desprendiendo de su necesidad de ser diferente a su padre, a la par que va profundizando su propia identidad.

Una idea semejante fue sustentada por Eco, en 1967, a propósito de los movimientos juveniles de esos años, en los que "se rechaza la sociedad

de la Comunicación Tecnológica para buscar formas alternativas de vida asociativa", pero sin cambiar los esquemas y las estructuras aceptadas socialmente por lo que "así no se sale del círculo sino que se vuelve a entrar en él sin quererlo. Las revoluciones se resuelven a menudo en formas pintorescas de integración". Por otro lado Prieto (1932) considera a los surrealistas como un movimiento rebelde, que preconizaba la "revolución total", ante la imposibilidad de tolerar la estructura productiva de su momento, en la que no había espacio para la fantasía, el acto gratuito, la irracionalidad, mientras que se tendía hacia la constitución de una sociedad homogénea, estereotipada y compuesta por seres aislados.

Si bien la figura del rebelde se identifica con un período de edad, la adolescencia, y una clase social, la burguesa, existe otra expresión de rebeldía que se ha mantenido en los últimos años en todas las comunidades urbanas de América Latina y muy especialmente en México: las bandas o pandillas. En éstas se integran parcialmente los jóvenes, desde la adolescencia, que pertenecen a los niveles socioeconómicos con menores recursos y que no acceden a la educación superior. La adscripción a una de estas agrupaciones les proporciona una identidad definida a través de las características específicas del grupo, en cuanto a vestimenta, vocabulario, peinado y utilización de drogas u otras costumbres. También les otorga un espacio, que es el territorio sobre el cual el grupo hace sentir su presencia, así como un conjunto de normas por las que se rigen los miembros, tanto en su interrelación entre ellos como en su comportamiento con los no miembros. El nivel de conceptualización en cuanto a la sociedad, el sistema, las posibilidades hacia el futuro, difiere en cada grupo. Existen algunos que llegan a contar con sus propias publicaciones y "local"; otros se expresan o marcan su territorio mediante graffitis o "pintas" en las bardas.

Estos jóvenes demuestran la rebeldía propia de la adolescencia no sólo como formas de comportamiento diferente, sino también con violencia y pueden realizar actos vandálicos o asaltos, escudados en la protección y el "anonimato" que les brinda la pertenencia a la banda. Su definición como grupo, por otra parte, brinda una identidad que es especialmente requerida por los hijos de padres que emigraron del campo a la ciudad. La adscripción suple, en este caso, las carencias de un marco de referencia que se produjeron al abandonar los valores y normas de los padres, que juzgan inadecuados para la vida urbana. "Este proceso de cambio también ha significado la pérdida de las redes comunitarias de apoyo y control, con las que la familia contaba en su lugar de origen, sin que -por lo general- puedan ser sustituidas por otras similares en el nuevo domicilio, por las mismas características de aislamiento de la vida en ciudad" (Millé de García Liñán, Jun. 20, 1937).

Así como la rebeldía contra los padres va siendo abandonada en la edad adulta, también los integrantes de las pandillas son absorbidos por el mercado de trabajo y es difícil que mantengan su marginación de la sociedad. De todas maneras, la participación en este tipo de agrupaciones aún si no garantiza la comunicación intensa entre los miembros, permite experimentar la posibilidad de establecer lazos estrechos de solidaridad con otras personas, así como proporcionar un espacio en el que puede definirse en común, y desde una postura crítica, lo que no se tolera de la sociedad en la que se vive.

Opuesto al rebelde, pero formando parte de un mismo continuo de contestación a la incomunicación, encontramos los casos de ejemplariedad. Entre ellos se incluye a quienes se oponen a la ética práctica de la vida contemporánea, y que se abstienen de realizar todo lo que no sea indicado por la ética ideal, de las palabras con mayúscula: Verdad, Justicia, Bondad.

Como indica Castilla del Pino, si la conducta ejemplar se generalizara, el sistema que descansa justamente en la ética práctica se vendría abajo. Sin embargo, la forma de esta ejemplaridad es solitaria, de manera que en lugar de ser vista como un peligro puede ser mantenida como un ideal alcanzado sólo por algunos, pero por lo mismo, posible.

Esta misma oposición rebelde-ejemplaridad, según Lefort (1935) es promovida por los regímenes totalitarios. En efecto, este tipo de formas de gobierno requieren, por un lado, de un enemigo en común, "el opositor, el perturbador, el parásito, el desviado", en quien cargan todo el mal de la sociedad. Simultáneamente, para "afirmar el organismo social o para garantizar el funcionamiento de la máquina social, engendran un 'gran' individuo, el cual encarna lo social". Este reviste las máximas características de la ejemplaridad, sin tener ya carácter sobrenatural o divino, pero con suficiente reconocimiento para que pueda ser seguida su palabra como la verdadera.

Para Castilla del Pino (1979, p. 137), lo ejemplar representa una falta de compromiso con la realidad, al omitir "toda proyección social de su conducta", así como "incapacidad para salir de su egocentrismo y de comprometerse contra el sistema en una forma de acción no individualizada".

Dentro de este mismo enfoque de oposición a los valores sociales establecidos, que propician la incomunicación y el aislamiento, se encuentra la propuesta de Carl Rogers (1935) del "hombre nuevo". La diferencia entre su punto de vista y lo anteriormente mencionado es que, en este caso, se hace énfasis en que la decisión personal por el cambio es necesario que se constituya en "fermento" dentro de la sociedad, de manera que el cambio trascienda el nivel individual. Como indica Rogers (p. 92) "a medida que el desarrollo personal se hace más profundo, los lazos con las demás personas se refuerzan". Este autor propone la derivación de las personas

que están interesadas en el cambio a grupos de encuentro o talleres, en los que no sólo se discutan temas que permitan la reflexión personal y el reconocimiento de los demás (como en un grupo terapéutico) a un nivel profundo de comunicación, sino que también establezcan redes de contacto informal por regiones geográficas con otros grupos y que desarrolquen en actividades relacionadas con el desarrollo personal, la educación, la recreación y el bienestar de las diversas comunidades.

Este punto de vista acerca de la promoción de un nuevo estilo de vida mediante la participación en grupos de intereses comunes es compartida por los iniciadores de las comunidades terapéuticas así como de los grupos de autoayuda, que veremos a continuación con más detalle, dentro de los tipos de participación en psicoterapia.

#### La psicoterapia como forma de participación

Todo proceso psicoterapéutico implica la participación activa de la persona (o personas) a la que se dirige. Además, cualquier terapia confronta a los que intervienen con su realidad, tanto en cuanto a su propia persona como, en la mayoría de los casos, en lo que respecta al grupo en el que se desenvuelve. Por ello, podemos considerar que la terapia, sea ésta llevada a cabo en forma individual, grupal o familiar, representa una de las posibles herramientas de ampliación del nivel comunicacional en el ámbito microcomunicativo.

#### - La psicoterapia individual

Castilla del Pino encuentra en la psicoterapia una forma no espontánea de suplir la carencia de comunicación en la vida cotidiana. En efecto, el hombre urbano no tiene lazos suficientemente profundos con quienes lo rodean y se ve obligado a pagar a un especialista para labrar con él una relación que le permite externar sus problemas

y reflexionar sobre ellos.

Además, este tipo de comunicación motiva a "exponerse" ante el otro, a romper la incomunicación a sólo una de las partes: el "paciente"; mientras que la otra, el terapeuta, mantiene su hermetismo. Por ello, afirma Castilla del Pino, "al sujeto no se le da la comunicación interpersonal que desearía, sino, contrariamente, una frustración inicial, la de saber que lo primero que ha de hacer ... es ... comunicarse ante sí mismo" (1979, p. 141). Es decir que el individuo aprenderá, si es que lo logra, a romper el extrañamiento de sí y a incrementar su propia comprensión. Con ello evidentemente habrá dado un paso hacia la comunicación, pero sólo la obtendrá en la medida en que logre comunicarse a través de su acción y con los demás. Y de no lograrlo posiblemente la psicoterapia le proporcionará mecanismos para conseguir adaptarse, con menor conflicto, a su situación. Es por ello, que se afirma que la psicoterapia es un mecanismo que permite mantener la estructura social intacta, ya que impide al individuo que eleve su nivel de conciencia acerca del sistema, y lo impulsa a que, por el contrario, reconozca su propia inadecuación y se conforme, sin que distinga a tantos otros que padecen de la misma sujeción.

De todas maneras, la psicoterapia abre un espacio de reflexión sobre sí mismo, que en la rápida vida urbana y con los estímulos que rodean al individuo, pocas veces consigue obtener. Este tipo de reflexión no es el propósito de todas las psicoterapias; por el contrario, el enfoque sistémico preconizado por la escuela de Palo Alto, entre otros, pone el acento en el síntoma, "como una de las múltiples formas de entrada al sistema" y no como "expresión de conflictos intrapsíquicos", entendiendo por síntoma a "un fragmento de conducta que ejerce efectos profundos sobre todos los que rodean al paciente" (Bateson,

1932).

Así, ante la imposibilidad de contar con la seguridad de conocer lo que está sucediendo en la mente y menos aún a nivel inconsciente, esta escuela considera "más conveniente pasar por alto la estructura interior" y "concentrarse en el estudio de las relaciones específicas de entrada y salida". Como patrón de tales relaciones observables se postula la comunicación, sin intentar encontrar en ella los significados o raíces en el pasado, que no son determinables con certeza. Por el contrario, la observación de la comunicación entre una persona y sus familiares hace posible "identificar configuraciones que encierran importancia para el diagnóstico y permitan planificar la estrategia más apropiada para la intervención terapéutica". Por otra parte, la comunicación puede evidenciar síntomas que provienen del "juego interaccional en que está inmerso el sujeto" en lugar de ser resultado de "un conflicto no resuelto de hipotéticas fuerzas intrapsíquicas". De esta manera, el punto de vista comunicacional hace que todo fragmento de conducta sea estudiado "en el contexto en que tiene lugar", por lo que "los términos cordura y alienación pierden prácticamente su significado, como atributos de individuos", dado que el mismo entorno o el proceso de relación puede estar generando, como única conducta posible para un individuo, una situación que, aislada o en otro contexto, sería considerada inadecuada.

El mismo equilibrio relacional que se establece en todo grupo es roto mediante el tratamiento al paciente identificado, quien puede ser sometido a una confrontación con el "juego relacional" en el cual "él mismo se ha encerrado". Esta confrontación puede ser provocada mediante diversos procedimientos, tales como "la prescripción del síntoma", también llamada terapia "paradójica", según la que

se exige que el paciente desarrolle el síntoma por el cual había llegado a consulta. Al dejar de satisfacer tal síntoma el papel que desempeñaba dentro de la interrelación el paciente puede separarse de él "para adquirir un juego cuyas reglas domina".

Este tipo de terapia posee obvias diferencias con la terapia analítica, en la que el lenguaje del paciente sirve de base para que se intente llegar a la fuente del problema. En la paradójica, ese lenguaje sirve de base "para modificar la situación presente". En efecto, el objetivo de la terapia paradójica es "cambiar al individuo enfermo, no hacerle tomar conciencia de los orígenes profundos del problema" (Bateson, 1932, p. 61).

Esta centralización en el aquí y ahora y en el síntoma que se intenta modificar hace que con frecuencia se confunda a esta escuela, que observa el proceso interaccional, con la conductista, que se dirige a la modificación del comportamiento. Sin embargo, como también indica Bateson, en la escuela de Palo Alto nunca se intenta "castigar o premiar un comportamiento dado", sino proporcionar "otro estatuto, en un marco perceptual nuevo". Otra diferencia notable entre ambas escuelas es que los conductistas tratan, por lo general, con el paciente aislado, promoviendo de esta forma el mantenimiento de su aislamiento, mientras que quienes aplican los postulados de la escuela de Palo Alto se basan en "la naturaleza relacional de todo síntoma".

Como podemos observar, aun si este tipo de terapia se realice con el objeto de solucionar un trastorno o problema específico de una única persona, el proceso terapéutico se desarrolla con la intervención de dos o más personas que estén interactuando en forma permanente, ya sea una pareja o un grupo familiar. Por ello es conveniente que pasemos a considerarla como una forma de participar en la terapia

familiar.

- La psicoterapia familiar

La escuela de Palo Alto hace extensiva la consideración de la teoría de sistemas a la estructura familiar. Intervienen en tal sistema "el tiempo como variable, relaciones sistema-subsistema, totalidad, retroalimentación y equifinalidad", de manera que puede afirmarse que el sistema familiar está gobernado por reglas" (Watzlawick 1937, p. 39).

Así, todo grupo familiar se desenvuelve de acuerdo a patrones definidos que le permiten preservar una relación de equilibrio. Cualquier modificación en las formas de conducta de uno de sus miembros repercute en ese equilibrio, provocando reacciones en todos los demás miembros. Esto es muy necesario tenerlo en cuenta en el proceso terapéutico, y si es muy notorio en cuanto a la terapia familiar, se evidencia también cuando algún miembro de la familia lleva a cabo una psicoterapia individual. Esta situación es conocida como la "homeostasis familiar", de acuerdo a la cual cuando el paciente identificado mejora, alguno de sus parientes sufre algún tipo de trastorno psicossomático o mental, por lo cual la enfermedad de aquel paciente puede ser considerada como un "mecanismo homeostático" que preserva el equilibrio del sistema familiar.

Además de estas modificaciones abruptas, provocadas por una situación que llega a ser crítica, constantemente están interviniendo en el sistema familiar cambios inevitables, por el proceso de maduración en que están envueltos tanto los hijos como los padres o por situaciones específicas del contexto (problemas académicos, laborales, económicos, etc.). Estos factores inciden en la regulación del sistema "sea gradualmente, desde adentro, o en forma drástica desde afuera",

por lo que constantemente el sistema familiar debe estar adaptándose, para mantener su equilibrio.

De esta manera, lo que la escuela de Palo Alto postula es que la familia, tanto aquella en la que alguno de sus miembros demuestra una patología, como la que todos los miembros demuestran sanidad mental, posee un equilibrio. En el caso de que se realice una terapia (familiar o individual) se tendrá que tener presente que el sistema familiar deberá establecer otro equilibrio "mediante una reorganización del sistema de relaciones" (Bateson 1982, p. 50).

Un observador entrenado y perspicaz puede darse cuenta que la comunicación entre una pareja o en una familia está regida por una lógica propia, que no se deriva de la situación específica que dió origen a la comunicación de que se trate, sino que proviene de un nivel metacomunicacional en el que se dan acuerdos o desacuerdos, alianzas y roles, de los cuales la comunicación es sólo portavoz.

Para esta escuela, entonces, la comunicación es un elemento básico, ya que al participar en ella los individuos generan "un sistema interaccional que está por encima de su comportamiento individual" (Bateson 1978, p. 74). Así, cada gesto o expresión lingüística adquiere sentido en la medida en que es insertado "en un contexto al menos diádico". Por eso, en el análisis de la comunicación no se habla de "contenido" sino de "contexto", pues lo que importa es "el sistema que ha hecho posible el intercambio". Este sistema es la comunicación, que recibe una "prioridad conceptual sobre el sujeto que se inserta en ella". Así, la comunicación tanto la gestual como la verbal, da la pauta del proceso en el que se está desarrollando, en el que todos los individuos presentes están participando, con su silencio o con su expresión.

Es por ello que esta corriente terapéutica analiza el proceso de interacción como foco de estudio, detectando los patrones que se repiten con mayor frecuencia: la relación simétrica o la complementaria. Ambas pueden desarrollarse de forma sana o patológica, caso este último en el cual las personas que intervienen no están logrando una comunicación profunda sino demostrando su juego de poderes o la patología de su relación, que es preservada a través de esa forma de comunicación.

Este tipo de estudio de la interrelación y el proceso de comunicación dentro de la familia tiende sólo a la corrección de los síntomas observados como patológicos. A pesar del énfasis puesto en lo comunicacional, y del revelamiento de los juegos que impiden una interrelación abierta, este proceso terapéutico no implica necesariamente un mejoramiento o profundización en el nivel comunicativo del grupo. En efecto, puede solucionarse el síntoma que motivó la terapia, sin que ello redunde en una más completa comunicación. Sin embargo, así como la psicoterapia analítica individual repercute en un mayor insight y, por ende, en un mejor conocimiento de sí mismo en el paciente, la terapia sistémica aplicada al grupo familiar permite que cada miembro comprenda el rol que está desempeñando en su familia y lo que está representando la comunicación que establece en ese contexto familiar, con lo cual se acrecienta su nivel de conciencia acerca de su forma de pertenencia y de interrelación, al menos dentro de su familia.

Este mismo enfoque sistémico puede aplicarse dentro de otros grupos o sistemas, como ser dentro de instituciones, y otros grupos laborales o académicos, con resultados semejantes.

Nos detendremos, a continuación, en otro tipo de terapias aplicadas

en el ámbito microcomunicativo, en cuya participación puede también ampliarse el nivel de comunicación.

- Terapias grupales y grupos de auto-ayuda.

En la terapia de grupo, una terapeuta o una pareja de terapeutas dirige las sesiones del grupo. Existe gran diversidad de técnicas y abordajes grupales que difieren tanto por la composición del grupo (ya sea que todos los integrantes compartan o no una misma patología, edad o sexo); por la intervención activa o la mera observación del o de los terapeutas; por la actividad terapéutica desplegada (confrontación entre los participantes, contacto físico, representación o psicodrama, únicamente diálogo, participación en actividades manuales o educativas, ejercicios, etc.); como por el objetivo al que se pretende llegar a través del proceso terapéutico (profundización del insight o curación del síntoma). Sin embargo, participar en una terapia grupal permite no sólo dar una dimensión diferente a los propios problemas o situación vital (al tener oportunidad de observar de cerca los de otros) sino también experimentar el interés de los demás e imaginar o buscar activamente soluciones o salidas para los problemas ajenos y, sobre todo, mantener alguna forma de comunicación con varias personas durante un cierto período de tiempo.

El haberse abierto y haber expuesto su sí mismo ante los integrantes del grupo puede demostrar a quien participa que le es posible establecer un nivel profundo de comunicación, desarrollando de esta manera una interrelación más eficaz con su entorno.

Un tipo de proceso terapéutico diverso a los planteados es el que se desenvuelve en los grupos de auto-ayuda. Este enfoque grupal nació alrededor del problema del alcoholismo, en Alcohólicos Anónimos.

"Pero el impacto de estos grupos no sólo radicó en la notable disminución

del índice de recaídas en el consumo y el incremento en la productividad entre sus miembros. Por el contrario, puede afirmarse que el mayor logro ha sido demostrar que aún somos capaces de formar grupos que buscan alcanzar objetivos comunes, basándose en rasgos peculiares, que separan a sus miembros del resto de la población y que contribuyen a la cohesión. Así, han surgido grupos alrededor de los objetivos o problemas más dispares, una enfermedad, invalidez o inadecuación que impide o dificulta la interrelación con los individuos 'normales': consumo de alcohol o de alguna otra droga; enfermedad contagiosa o incurable; proceso de duelo o divorcio; o rehabilitación de un problema físico o de salud mental, de amputación de un miembro o masectomía o del shock de ser víctimas de un atentado, violación, maltrato o incesto. También los familiares de quienes padecen el problema crean sus propios grupos de autoayuda, en los cuales no sólo relatan sus propias frustraciones y experiencias para hacer frente a la situación vivida por el miembro enfermo sino que además se intercambian consejos y se dan apoyo cuando es necesario.

"Por otra parte, la misma existencia del grupo depende de que los que ya pueden contemplar su problemática con más tranquilidad permanezcan y se solidaricen con los que acaban de ingresar, de manera que se mantenga la red de apoyo. Ello implica olvidarse de la propia curación para, por una parte, reconocer la debilidad ante la compulsión, sobre todo en el caso del alcohólico o del farmacodependiente a cualquier tipo de droga, así como la fraternidad con el problema de otros. La deserción y la corta permanencia fueron enfrentadas entre los alcohólicos mediante la misma definición del alcoholismo como una 'enfermedad incurable', de la que sólo podían evitarse las manifestaciones mediante la integración constante al grupo de autoayuda.

Esta adscripción no es tan fuerte entre los consumidores de drogas y es mayor la rotación de los componentes de otros tipos de grupos, que se mantienen sólo mientras el problema que los una requiere de un proceso de resolución o de medidas en común para hacerlo más llevadero.

"Este tipo de agrupaciones tuvo su origen en los Estados Unidos, país en el que podría pensarse que era especialmente necesario crear nuevos lazos comunitarios, dado que el espíritu sajón propulsaba el aislamiento de los miembros de una misma familia, desparramados con frecuencia desde la adolescencia por la asistencia a instituciones educativas alejadas de su casa, en las cuales se concretaba el verdadero proceso de formación y se establecían vínculos con ellas y entre los estudiantes que podían resultar más profundos que los percibidos hacia la propia familia. Quizás por ello, ante la imposibilidad de mantener la red familiar, que se postula como una cohesión dada en base al afecto, y ante la debilidad de la red comunitaria, que se fundamenta en la preocupación de cada miembro por el bienestar común, surgen estas múltiples redes de autoayuda, tejidas alrededor de diferentes problemas específicos.

"Pero no puede afirmarse que estos grupos respondan únicamente a una condición propia de los sajones: por el contrario, contrarrestan el aislamiento de la sociedad contemporánea y sus reglas básicas son suficientemente laxas para que puedan adaptarse a todo tipo de culturas". Puede concluirse que la participación en tales grupos representa una respuesta adecuada, a la medida de las grandes ciudades, dado que en ellas no sólo se agudiza "la falta de solidaridad, el desconocimiento del vecino, la imposibilidad de sentirse formando parte de una comunidad", sino que también "la misma acumulación de

individuos hace posible encontrar personas afines en los campos más diversos de acción, de creencias y de preferencias" (Millé de García Liñán, agosto 18, 1987).

Algunos sociólogos como Touraine (1986) han considerado que los grupos de autoayuda, pueden ser definidos "como un movimiento social, dado que (representan) una opción que permite innovar la idea de red comunitaria tradicional, adecuándola a las necesidades específicas de los diversos intereses" (Millé de García Liñán, Marzo 13, 1989). Sin embargo, esta consideración más amplia de sus logros será analizada en el inciso correspondiente al ámbito mesocomunicativo. En lo microcomunicativo, siempre desde la perspectiva de la psicoterapia, analizaremos otro tipo de abordaje: la comunidad terapéutica.

#### - Comunidades terapéuticas

El creador de las comunidades terapéuticas, Maxwell Jones (1985), las concibió al finalizar la Segunda Guerra Mundial, como un nuevo abordaje para el tratamiento de los problemas mentales. En la actualidad, la mayoría de ellas se dedica a la rehabilitación de farmacodependientes, pero en todas se acepta un nuevo concepto de la persona en tratamiento. En efecto, el "paciente" pierde su papel de receptor pasivo de servicios médicos, pasando a integrarse como miembro activo de la comunidad y responsable de su propio proceso de rehabilitación. Existen diversos estilos de comunidades terapéuticas, siendo la divergencia más notable entre ellas la forma en que se definen y se obedecen las normas por parte de los miembros de la comunidad. Así, en las comunidades conocidas como "jerárquicas", existe un orden bien definido, las reglas son impuestas por las autoridades de la comunidad y se intenta que cada persona que ingresa se introduzca en un mundo estructurado muy rígidamente, al que se le demanda una absoluta confor-

midad, llegando en algunos programas a la humillación pública del transgresor. Se supone que la estricta regulación de la vida diaria promoverá la seguridad y estabilidad requerida. En algunos de estos programas se pone énfasis en la personalidad del fundador o director, como fue el caso de Synanon, en Estados Unidos. Sin embargo, se ha observado que los participantes crean una especie de dependencia al grupo de la comunidad y a su líder, por lo que no les es posible adaptarse a la vida fuera de ese grupo y de los lineamientos estrechos del patriarca. En algunos casos pasan a formar parte del equipo de trabajo de la misma comunidad y en otros son instados a fundar nuevos grupos, pero es evidente que sólo allí se sienten aceptados y su experiencia resulta valiosa.

En cuanto a las comunidades terapéuticas de corte "democrático", en ellas el grupo comunitario ("pacientes" y terapeutas o paraprofesionales) es quien estipula las normas, que se van adaptando a las peculiaridades de sus miembros.

"Por lo general pretenden que cada miembro de la comunidad desarrolle un proceso de aprendizaje que le permita adquirir la responsabilidad y el control sobre su vida, de manera de que logre desenvolver su potencial. La falta de reglas rígidas y de imposiciones por parte de una autoridad definida le permitirá adaptarse con más facilidad a la vida fuera de la comunidad". (Millé de García Liñán, 1985). Por ello se enfatiza la importancia de las discusiones y participación grupal, puesto que el medio en donde la gente piensa, actúa e interactúa, permite la captación del enfoque de los demás, con un conocimiento más amplio del tema, el grupo y la propia postura al respecto. "Ese proceso de aprendizaje social es, por fuerza, doloroso: se abandona la seguridad para atreverse a entrar en lo nuevo,

atreverse a crecer. Y ese crecimiento individual y grupal sólo puede generarse fuera del contexto de los 'debes de', impuestos por la figura del padre/mestro/médico, pero también asumidos por la demandante figura del hijo/alumno/paciente. Será entonces ese mismo proceso el que dé la posibilidad de crecer al miembro de la comunidad, posibilidad que él mismo se había negado y cuya negación le había sido familiar y socialmente confirmada" (Millé de García Liñán, marzo 5, 1988).

Este entronque con lo social hace que las personas que se encuentran dentro de una comunidad terapéutica tanto las que están en proceso de rehabilitación como las que pertenecen al personal, se autodenominan "ecólogos sociales", pues todas ellas colaboran en el "proceso de cambio y crecimiento de los demás miembros y en el suyo propio". Darles esta especialidad representa reconocer que "tanto en el interior de las comunidades como desde las mismas y hacia el medio en el que se encuentran enclavadas, se realiza un proceso que tiende a la armonía del individuo y la sociedad, que es comparable a aquél que realiza quien lucha por preservar el equilibrio ecológico.

"Hablar de ecología social nos lleva a reconocer que la comunidad terapéutica es un agente de cambio por necesidad, dado que, si no intenta reproducir su medio vital en la sociedad, sus miembros sólo podrán sobrevivir mientras permanezcan dentro de los límites de tal comunidad". Puesto que "mientras ese 'hombre nuevo' ... no consiga integrarse a una 'sociedad nueva'", el proceso de aprendizaje no podrá ser total. (Millé de García Liñán, marzo 12, 1988).

El caso de las comunidades terapéuticas, al igual que el de la conducta ejemplar, evidencia el choque entre los ideales supuestos y la realidad de la conducta práctica, dentro de los valores socia-

les. Por otra parte, indica algo que también la escuela de Palo Alto recalcó: la imposibilidad de determinar con certeza la normalidad y la patología. Así, dentro de una comunidad terapéutica, el "paciente" pasa a ser un miembro activo, aceptado y valorado, trato que sólo podrá recibir mientras siga ese proceso, el que lo pondrá un día fuera de ese medio. Una vez que salió de la comunidad, volverá a perder la aceptación y contará en su contra con la carga y el estigma de su, ahora sí, "patología", aun si se la suaviza con el prefijo "ex".

Pasaremos a considerar el compromiso en la acción laboral, que implica también un elemento participativo.

#### El trabajo creativo como forma de participación

La separación entre la idea y la acción, como ya hemos considerado en el capítulo correspondiente a "La incomunicación", representa uno de los factores que redundan con mayor peso en el aislamiento del ser humano, separado tanto de su obra como de sí mismo y de los demás. Para paliarla, según Lasch (1985, P. 50), es necesario "revolucionar el proceso de trabajo, para que el pensamiento se ligue a la acción, dado que uno de los elementos esenciales para el hombre es "sentir placer en la transformación de la materia y en el ejercicio de la imaginación creadora".

En este punto, Lasch se acerca a los conceptos de autogestión, que por exceder la esfera de lo microcomunicativo serán analizados en el ámbito de lo mesocomunicativo. También en ese último ámbito se observará la posibilidad de participación en movimientos sociales o grupos subculturales, pero de todas maneras, en lo microcomunicativo repercuten esas mismas ideas, entre las que destaca aquélla que postula por la necesidad

de obtener una mayor satisfacción personal mediante la intervención en un trabajo en el que se desarrolle la creatividad o se evidencie la acción individual.

Con relación a este asunto, en lo microcomunicativo se han planteado soluciones con el objeto de que el hombre permanezca vinculado con la actividad que ejecuta. Según Dorfles (1985, p. 99), cada persona debe asumir una actitud diferente, que restituya "una finalidad consciente a todo gesto humano". A través de ello, el hombre podría "emanciparse del gesto servil" devolviendo "la dignidad creadora al gesto". Este autor señala que el trabajo alienado no cubre únicamente las labores automáticamente realizadas, sino todas las ejecutadas sin "participación consciente en un determinado proceso productivo-creativo", tanto la del obrero como la de su patrón, del campesino, el artesano, el artista o el técnico, posición que ya hemos sostenido en el capítulo de "La incomunicación".

La opción de Dorfles de mantener un alto nivel de conciencia en cada acción humana es difícil de sostener. Es cierto que incrementar la conciencia o compromiso permite reconocerse en lo que se hace y en el resultado obtenido, aun si éste forma parte de un proceso continuo que es el que da significado a la acción. Pero no solamente la mayoría de las actividades laborales no exigen tal entrega por parte del trabajador, sino que la organización empleadora tampoco está dispuesta a retribuir o reconocer esa actitud. Por ello, aun si esta solución implica la participación del hombre con su trabajo, sea cual fuere la actividad desarrollada, consideraremos este punto con más amplitud en el ámbito mesocomunicativo, puesto que ponerla en práctica requiere establecer modificaciones en la estructura productiva que no pueden emanar únicamente del trabajador individual o el pequeño grupo. Sin embargo, es preciso

indicar que dentro de la microcomunicativo, para que sea participativo, el trabajo autodeterminado (taller artesanal, empresa familiar, trabajo profesional o de servicios personales) también debe desprenderse de la misma fatichización de que adolece toda la actividad productiva. En efecto, estas labores han sufrido la influencia mediadora de símbolos de estatus y consumo o ritualización del proceso. Así, aún las personas que tendrían mayor posibilidad de encontrarse a sí mismas y de expresarse y vincularse con los demás en el desarrollo de su acción, mantienen el mismo nivel de incomunicación. Posiblemente, sea entre ellos, que están acostumbrados a sentar sus propias normas dentro de su trabajo, que la recomendación de Dorfler pudiera tener más importancia.

A la sensación de realización a través del trabajo creativo no la estamos midiendo mediante el resultado en cuanto a éxito o renombre, cuestiones que excederían las posibilidades de la generalidad de las personas, sino por la proyección que el hombre puede lograr, como forma de expresión, a través de su actividad. Así, aun si para la sociedad en general la acción desplegada pueda carecer de importancia, igualmente puede resultar una forma de expresión, básica para la formación de la identidad de quien la lleva a cabo.

Una variante del trabajo creativo, que se aparta del regido por la lógica productiva, es el del artista. En cualquiera de sus ramas, la persona que se dedica al arte se expresa y se involucra plenamente con el proceso de elaboración. Aunque es obvio que no es un área a la que puedan adscribirse todos los miembros de la sociedad, como su única actividad productiva, en toda expresión artística o artesanal se despliegan elementos de la fantasía y el inconsciente que de otra forma quedarían relegados únicamente al "mundo onírico", como indica Eliade (1984).

En esta misma línea, cuando habla de la "estética anarquista", Martín

Barbero (1980, p. 60) señala la importancia de ligar el arte con la vida "ya que, más que en las obras, donde el arte reside es en la experiencia. Y no en la de hombres especiales, los artistas-genios, sino hasta en la del hombre más humilde que sabe narrar o cantar o pulir la madera ... (la estética anarquista) proclama un arte antiautoritario, basado en la espontaneidad y la imaginación ... pero ... no cree en un arte que se limite a expresar la subjetividad individual, lo que hace auténtico un arte es su capacidad de expresar la voz colectiva".

Una idea semejante la expresa este mismo autor cuando comenta los conceptos estéticos de Benjamin, de acuerdo a quien la percepción del arte es colectiva "y su sujeto es la masa que sumerge en sí misma la obra artística". De esta manera, la relación de la masa con el arte, con la cultura, es una actividad que se opone al mirar pasivo, a la catarsis emocionada e individualista que prima en la concepción burguesa de la apreciación estética.

Sin embargo, contra esta posición de la actividad artística como una acción individual, pero que se une a lo colectivo, se encuentra la tradicional conceptualización del artista como alguien excéntrico, entendiéndose por ello, como vimos en relación al rebelde, a alguien que es diferente a lo "normal". Según Schreiber (1983), estas consideraciones fueron parte de la ideología burguesa desde el siglo XVIII, conceptos que sirvieron para mantener al "genio" como un individuo puro, que se regía por las reglas idealizadas de la ejemplaridad, por lo que no era injusto que estuviera en la miseria, ya que no le interesaba el lujo. El artista, en muchos casos, llegó a asumir esta postura como propia, considerando así que su obra era individual o asocial, en lugar de comprender su atadura con el contexto.

Si los ejemplos de este aislamiento del artista (literato, pintor, músico,

posta) son innumerables, de manera que existe toda una mitología que rodea su papel en la sociedad, en las últimas décadas también se ha manifestado el proceso inverso, de total colectivización de la obra artística. Ese sería el caso de los talleres o grupos literarios que menciona Schreiber (1983, p. 19) en los que "todo lo escrito se discute, se corrige y hasta se concibe en colectivo". Si la participación grupal llega así a ser muy intensa, como también la vinculación interpersonal dentro del pequeño grupo, estas opciones (al igual que los "happenings" en los que se crea en común obras plásticas) han tendido a desaparecer en los últimos años, quizás porque tampoco a través suyo el hombre ha encontrado esa forma de expresión personal o de comunicación con su entorno que buscaba. La única forma de colectivización que se ha mantenido, cobrando más fuerza, es aquella que proviene de considerar a la expresión artística como una labor terapéutica.

Como indica König (1983 p. 181), en este caso el objetivo no es tanto la obtención de una obra de arte, sino una forma de "remediar sus neurosis colectivas de manera igualmente colectiva, en una especie de terapia de grupo". Con respecto al trabajo artístico tanto Dorfles como Schreiber señalan que para quien lo ejecuta perciba su participación y observe su obra como la expresión de su proceso creativo, es necesario que consiga romper con los marcos que hacen del objeto de arte un fetiche. Así, mientras el arte sea sólo una parte más del espectáculo y la obra artística un objeto de consumo más, que se rige por las mismas reglas de la industria en general, poco es lo que puede representar para su autor como elemento desenajenante.

Ello no significa que si el artista hace dinero con su obra es porque se ha enajenado sino que, como señala Dorfles, en esta actividad como en cualquier otra se requiere asumir conciencia para poder expresarse.

Schreiber agrega que, en el caso de la literatura, la forma "artística" se ha escindido de la "masiva", dirigiéndose la primera a un público restringido dentro del atomizado mercado cultural. En su mayoría, este tipo de escritores no recibe lo suficiente por su obra como para poder sobrevivir y debe dedicarse a alguna actividad lucrativa, aunque siga considerando a la literatura como su actividad principal, como indicaron en la encuesta reseñada por Thurn (1983). Según este autor, la preeminencia concedida al arte deriva de que "lo decisivo para el artista es la satisfacción psicosomática que le proporciona su actividad". Mientras, la forma "masiva" es realizada por "especialistas del lenguaje y del arte de formular" que condicionan su obra a lo pedido por el solicitante, a lo conocido como el "gusto popular" o al público al que se dirige la obra. Así, aun si en la evaluación de la obra considerada como de arte actúan también, y cada vez con más fuerza, las leyes del mercado, en el momento de su composición el artista tiene más posibilidad de elaborar y regirse por sus propias reglas o, más bien, las que ha internalizado como propias, dentro de las que rigen la ideología de la sociedad en la que vive.

Como también aclara Thurn, "en las leyes de acción de los fenómenos artísticos intervienen tanto una acción individual como influencias sociales" de manera que aun si no se explica la obra de arte totalmente por el medio social en el que se produjo, tampoco puede ser comprendida sin considerar ese contexto. Precisamente es en tal contexto en que se desenvuelve el "receptor" del mensaje expresado a través de la obra de arte.

En efecto, así como el desarrollo del trabajo artístico sirve para que el artista defina su identidad y se encuentre consigo mismo, también en la recepción se puede participar, identificándose con lo percibido. La obra de arte, entonces, actúa como mensaje que exige participación, puesto que no se trata (en las artes plásticas, en la literatura y, sobre

todo, en la música) de un discurso unívoco, sino de uno que requiere de una acción de interpretación.

Es por ello que Thurn enfatiza "el poder socializante" del artista, a pesar de que la comunicación no se logra a nivel masivo sino como experiencia personal para quienes "de antemano tienen la capacidad de participar", debido a que se encuentran dentro del mismo grupo social o comparten parámetros estéticos o conceptuales con el autor, aun si identifiquen un mensaje que no había sido conscientemente delineado por éste.

La obra artística de cualquier índole, por otra parte, ejerce un efecto acumulativo, que va modificando "la configuración del futuro cultural de la sociedad". En consecuencia, mediante su intervención, el artista no sólo incide en lo estético, sino también en lo social. Como aclara Thurn (1983, p. 152), esta postura participante del artista le permite reconocerse "como sujeto y objeto de los procesos de cambio que se realizan en él y fuera de él, sean éstos de tipo colectivo o individual" a la par que "la creación, la intermediación y la vivencia del arte" son elementos básicos del mismo "proceso continuo de autoconfiguración de la sociedad".

Para König, las expresiones artísticas de las últimas décadas, en las que se trata de encontrar lo artístico dentro de lo cotidiano, demuestran un rechazo de los moldes academicistas o que pretenden exhibir lo extraordinario, revalidando la expresión sin limitarla a lo realizado por el especialista: el artista. Si bien, como indica este autor, la función del artista sea abrir con cada obra "una nueva y singular visión de la vida" quizás el haber demostrado la posibilidad de expresión de los objetos de uso diario (como en el popart o en otras expresiones de arte moderno) haya servido para dar mayor importancia a esa necesidad de expresión en la creación que es común a todo ser humano.

Como hemos visto, el aporte del artista individual proviene, en un cierto

grado, pero sobre todo impacta, en lo social. Así, la participación individual, típicamente microcomunicativa, se entrelaza con la postulada en los meso y lo macrocomunicativo, ámbitos que analizaremos a continuación.

### III.2 La participación a nivel mesocomunicativo

En el ámbito mesocomunicativo se han desarrollado numerosas consideraciones y esfuerzos para romper, a través de la participación, el círculo de incomunicación que rodea al hombre en las grandes ciudades. Algunos intentos de enlazar a los miembros de un grupo entre ellos parten de la misma estructura productiva, en su búsqueda de lograr cohesión entre quienes comparten una actividad comercial, profesional, industrial o de servicio. En este contexto estaría la información especializada que distribuyen las asociaciones profesionales, elaborada en una jerqa que puede resultar incomprensible a los no iniciados. O también los órganos informativos y boletines internos de empresas e instituciones, a través de los cuales se intenta demostrar el espíritu de cuerpo o de gran familia. Otro tanto podría afirmarse de las actividades extralaborales organizadas por las fuentes de trabajo, sean éstas de tipo cultural, recreativo o deportivo. Todas estas diferentes actividades nacen bajo la justificación de que se intenta lograr la participación de cada componente del grupo, cuando la involucración ha sido decidida y controlada verticalmente, sólo como una forma diferente de manipular hacia la lealtad, para que todos tengan que "ponerse la camiseta". Además, estas actividades no logran romper la escisión tan generalizada en la vida urbana, entre el desempeño laboral y la vida íntima. Por el contrario, cuando tratan de integrar al grupo familiar de sus asalariados, en convenciones y otros eventos, los miembros de aquél se adscriben al rol que desempeña quien trabaja para la empresa, por el que "participan", y reproducen la pseudo comunicación.

La situación de imposición vertical se observa también en otros intentos de participación, a nivel comunitario. Esto se hace evidente en los lugares de encuentro prefijados por los urbanistas para preservar el sentido

comunitario, según el cual cada miembro de un grupo social se siente involucrado en lo que sucede al grupo como totalidad y a cada uno de los miembros en lo específico. Quienes analizan el devenir de las ciudades han propuesto diferentes soluciones, todas ellas encaminadas a evitar el aislamiento individual y promover la comunicación, de manera de que los habitantes de una zona se identifiquen con su entorno y participen conscientemente en su conformación.

Para ello, por ejemplo, se ha intentado promover la "mezcla total", como indica Bockelmann (1985). Según este concepto se intenta que las distintas funciones de los habitantes de un área urbana (vivienda, trabajo, esparcimiento) se realicen dentro de una misma región, descentralizando los servicios públicos y fortaleciendo la infraestructura dedicada al ocio. Sin embargo, este tipo de esfuerzos no llega a contrarrestar las tendencias de segregación que se les oponen: migración interna de acuerdo a la situación del mercado laboral, condiciones de status de cada zona y otras situaciones ya especificadas en el capítulo correspondiente a La Incomunicación, por lo que las nuevas instalaciones no modifican el bajo nivel de comunicación.

Además, el hecho de que el diseño, ubicación y características hayan sido elaborados verticalmente provoca un desligamiento mayor con las necesidades sentidas por la población, las cuales rara vez coinciden con aquellas supuestas o detectadas por los técnicos. Estas últimas se relacionan en mayor grado con los intereses financieros o económicos y la concentración de mercados, pero no con el afán de una interacción social más profunda o la participación en la comunicación. Por ello, en esos lugares se repite el mismo proceso de aislamiento, sin llegar a cumplirse el objetivo de vinculación interpersonal que estaba planeado. Como señala Bockelmann (1985, p. 257): "Todo ello puede contribuir a pasar mejor el tiempo del

ocio, pero nada cambia en el bloqueo entre la comunicación organizada y la interacción". Los programas de promoción de la participación que acabamos de mencionar pretenden actuar directamente sobre el flujo de comunicación, incrementando su intensidad, pero sin llegar a actuar sobre su calidad. Además de ellos, se han propuesto otros tipos de esquemas, que ponen el acento en la acción, en el supuesto de que, al involucrarse el individuo en alguna actividad comunitaria o grupal, romperá su aislamiento y enajenación.

#### La participación en la acción.

La situación de falta de expresión en la actividad laboral no puede ser solucionada, como acabamos de considerar, a través de programas de comunicación interna o de mejoramiento de las condiciones laborales, que no modifican la alienación básica, al no reintegrar la creatividad a la acción. Estos esfuerzos de pseudo-participación se realizan debido a que hasta ahora ha parecido imposible transformar el trabajo repetitivo o en cadena. Sin embargo, Cazanian (1985) propone que se incremente la automatización de la operación, en forma de que "el trabajo idiota sea realizado por la inteligencia mecánica, automática, por el ordenador". De esta manera, "no habrá ya necesidad de robotizar a los hombres".

Como indica también este autor, al haberse revertido el proceso de magnificación de las maquinarias, sustituyéndose en gran medida los enormes ordenadores por los microprocesadores, el hombre ha recuperado la posibilidad de decisión. El equipo electrónico sirve, entonces, como una herramienta para ampliar la memoria y reducir la posibilidad de error.

Es obvio que con la introducción de maquinaria el monto de trabajo humano se disminuye. Según proyecciones estadounidenses, reseñadas por Gorz (1985, p. 207), en los próximos 20 años el tiempo de trabajo se reducirá

a la mitad. Pero ello no tiene por qué significar que existirá una minoría de beneficiados contra una mayoría de "parados" y, entre ambos, un proletariado que durante 45 horas a la semana lleva a cabo las tareas más intratas, sino que "todos pueden trabajar menos y que la actividad puede ser desarrollada de una forma cada vez más autónoma ... (la cual esté) fundada en la cooperación voluntaria". Para este autor, la automatización creciente ha puesto en duda "los fundamentos de la lógica capitalista y también de la economía de mercado... el derecho a una retribución social independiente de la ocupación de un empleo asalariado se ha convertido en necesidad". Este tipo de reivindicaciones no serán ya obtenidas por el movimiento sindicalista de la clase obrera, sino que serán exigidas por la "no clase de no trabajadores", quienes aun si siguen interviniendo en el proceso de producción "ya no se identifican con su trabajo asalariado y reclaman no un empleo mejor, sino una vida en la que las actividades autodeterminadas cobran mayor relevancia que el trabajo heterodeterminado, aun si éste recibe un pago satisfactorio". En relación a estos puntos, la situación de los países dependientes ofrece muy marcadas diferencias de la que se da en los países centrales. En aquéllos, las reivindicaciones salariales o de satisfacción de necesidades básicas (salud, alimentación, vivienda, educación) siguen estando a la hora del día para la mayoría de la población. Sin embargo, en los estratos medios y superiores urbanos ya es posible reconocer las mismas inquietudes que las planteadas. Pero tanto en las sociedades altamente industrializadas como en las que tal desarrollo no se encuentra generalizado, se ha propuesto, como solución para evitar la mediación de la experiencia que padece el hombre actual, a la promoción de proyectos autogestivos. Es justamente en los países menos industrializados en donde este tipo de proyectos es más relevante, dado que emanan y responden a las necesidades sentidas por una comunidad

o un grupo social, sin que se le impongan las estructuras y normas de empresas transnacionales.

La autoqestión se presenta como la puesta en práctica de la participación en el ámbito mesocomunicativo, dado que a través suyo la comunidad o el grupo se involucra completamente con la actividad de que se trate, desde la toma de conciencia sobre una necesidad, problema o situación, pasando por la programación de la acción y el desarrollo de la misma, hasta la evaluación de los resultados. El rasgo más importante de este tipo de programas es la involucración en la acción, por lo que no sólo se conciben desde el punto de vista productivo (talleres o granjas), comercial (comunidad de consumo o de canje) sino también de servicios (sanitarios, educativos, de transporte). Las experiencias, por lo tanto, son muy diversas, pero uno de los obstáculos más difíciles de salvar de los tantos con los que se enfrentan es que, como indica Gorz (1985, p. 209), los proyectos de autogestión caen en la misma estructura de poder que impera en las demás áreas de actividad. Por ello, la participación en el nivel de decisión tiende a desaparecer de las bases, para continuar siendo conferida a los técnicos, cuando el proyecto autogestivo se desarrolla abarcando actividades complejas (industrias o servicios). En consecuencia, para conservar la validez participativa como objetivo de la autoqestión, ha sido necesario considerar proyectos de menor envergadura, que se mantienen en el ámbito del que hablamos, el mesocomunicativo.

Así, en la medida que el enfoque autogestivo se repita en distintas esferas puede demostrar su eficiencia en cuanto a elemento generador, no sólo de mejores condiciones materiales de vida en la comunidad o grupo social, sino muy especialmente de una experiencia de vida más plena para sus miembros.

#### La participación en los movimientos sociales

Otro tipo de participación que ha permitido que los individuos se congreguen e interactúen con aquéllos a los que los une un mismo objetivo es la involucración en algún tipo de movimiento social.

Los movimientos sociales fueron especialmente evidentes a fines de la década de 1960 y principios de la de 1970. En esos años, grupos minoritarios que percibían que la estructura social no les permitía expresarse o no satisfacía sus necesidades, buscaron formas nuevas de fomentar la cohesión y difundir sus posiciones, utilizando para ello medios propuestos como alternativos, como veremos más adelante. Estos movimientos, unidos por la comunidad lingüística, étnica, religiosa o sexual, fueron incorporándose, en muchos casos, a organizaciones políticas más amplias, con las que llegaron a fusionarse, perdiendo su identidad específica. En otros casos, se desintegraron paulatinamente, debido a que sus miembros fueron perdiendo el impulso que los unía, desencantados por los pocos resultados de sus esfuerzos, a la par que las nuevas generaciones no se identificaron ya con sus postulados.

Así sucedió con los movimientos que trataron de proponer un nuevo tipo de cultura en Occidente y se constituyeron como una subcultura, tales como los hippies o los beatniks. Como menciona Castillo del Pino, estos movimientos conformaron un estilo de vida diferente, regido por valores supuestamente opuestos a los dominantes. Sin embargo, por su mismo desarrollo apartado o "excéntrico", nunca representaron una amenaza a la estructura productiva y fueron tolerados por el sistema. A pesar de que, en su apogeo, llegaron a congregar a grandes contingentes de jóvenes y a evidenciarse como una fuerza de contestación, pronto sus lemas se estereotiparon y perdieron su fuerza, y sus rasgos distintivos (vocabulario,

forma de vestirse o de peinarse) fueron asimilados o aceptados por el resto de la sociedad. De todas maneras, esta misma asimilación indudablemente provocó una ampliación de lo permitido y una mayor apertura hacia nuevos estilos de vida y de comportamiento.

Es este proceso de asimilación que menciona Rogers (1985) cuando habla de la "revolución tranquila". Según este autor, los conceptos supuestamente subversivos y revolucionarios, que impactaron al mundo de las ideas en esa década que fue de 1965 a 1975 ya no se escuchan con la misma sonoridad, precisamente porque parte de ellos ha pasado a constituir el inconsciente colectivo, lo aceptado. El repunte del autoritarismo en la educación y en la política hegemónica, planteado por Reagan o Thatcher, ha sido lo predominante en la década de 1980. Pero subsisten grupos que experimentan nuevas formas de vida y comunicación, en busca del "hombre nuevo", como ya hemos comentado en el ámbito microcomunicativo, y que pretenden no una superación individual, sino la modificación de la colectividad.

De acuerdo con Moscovici (1985), los grupos minoritarios logran tener repercusiones en la sociedad en su conjunto cuando las normas de la mayoría demuestran ser laxas. Entonces, estos grupos superan su postura "en contra de", para definirse por sí mismos. Así, ya no son considerados como una desviación del comportamiento socialmente aceptado, sino una minoría activa, dentro de la sociedad, como sucedió con los grupos de feministas, homosexuales o ecologistas. La fuerza de estas minorías radica en poner en evidencia los conflictos: la atención que despiertan permite que se difundan los nuevos conceptos que después de un cierto período se irán asimilando. El grupo minoritario, entonces, deberá adaptarse al cambio provocado, puesto que al eliminarse el conflicto que los separaba del resto de la sociedad, puede perder el elemento que los cohesionaba y desaparecer.

Así, a partir de los inicios de la década de 1980, en todos los países centrales del mundo occidental se ha podido observar que los conflictos que provocaban movimientos de desconfianza dentro de la sociedad se dirigían en menor proporción a "problemas laborales y económicos" y con más intensidad a lo "cultural y ético, debido a que la dominación que se presenta controla no sólo los medios de producción, sino también a los productos simbólicos, como la información, las imágenes y la cultura misma" (Touraine, 1985). Según este autor, es preciso reconocer a estos movimientos como sociales, aun si no provienen únicamente de la clase popular o de una dominante, ni están encaminados a lograr el poder político ni la hegemonía económica. En efecto, desde el momento en que la vida privada pierde su diferenciación con la vida pública, como hemos considerado en cuanto a "La Incomunicación", los problemas políticos principales comienzan a relacionarse con la vida privada, como también señala Touraine: la sexualidad, la fecundación, el estado de salud, la ecología, la muerte y la comunicación interpersonal y masiva forman parte de los asuntos que repercuten en el ámbito público. Es obvio que, una vez más, los problemas relacionados con los satisfactores básicos sean prioritarios para los países dependientes, pero igualmente en esa "aldea global" de la que formamos parte, la mayoría de la población urbana tiende hacia los mismos parámetros de consumo y percibe la misma falta de calidad en su vida. Así lo prueban los diferentes movimientos sociales, como el de los ecologistas, que de los países centrales ha transmitido su influencia hacia los periféricos. Además, la característica específica de los movimientos sociales en los que se agrupan las minorías activas que indicaba Moscoviçi es que, en lugar de integrarse a movimientos políticos más amplios, mantienen su fragmentación, al encontrar la definición de su existencia en una minoría que se opone a la regulación por el Estado. Así, bajo este tipo de movi-

miento social encontraremos no ya a lo masivo, sino a aquéllos que en el presente tratan de "disminuir el nivel de control e integración sociales". Podemos observar, de esta manera, movimientos sociales que "defienden el yo y la creatividad, o que persiguen la búsqueda del interés personal o el placer". Sin embargo, estos movimientos, en lugar de morir al no alcanzar su objetivo o fusionarse en estructuras estables más amplias, se van transformando en componentes del sistema social contemporáneo, debido a que, como indica Melucci (1985), se encuentran "conectados a cambios estructurales profundos" de tal sistema.

Entre los miembros de esos grupos se observan reglas de solidaridad y acción que antes se relacionaban con los movimientos sociales que cohesionaban a los miembros de las clases sociales. En las complejas estructuras sociales que se dan en la actualidad, es difícil que el individuo se integre y adquiera un papel en el que se evidencie su participación. Por el contrario, estos movimientos sociales dan posibilidad de observar la acción propia y de sentirse parte de un grupo, con un objetivo en común, diferente de lo que ofrece el sistema.

En relación a esto último, Melucci indica que los conflictos que generan estos nuevos movimientos sociales son percibidos por aquellos "conectados en forma más intensa con lo informacional y lo simbólico y expuestos a las mayores presiones hacia la conformidad". Una función de tales movimientos es revelar "puntos de conflicto" y servir como "un nuevo tipo de medio", dado que transmiten ese mensaje de inconformidad, del que son portavoces.

Estos grupos se conforman como una red de individuos que comparten algún tipo de rasgo cultural o identidad colectiva y constituyen una asociación formal o establecen relaciones informales, tanto interpersonalmente como a través de los servicios o productos culturales que emite el grupo.

Aun si pueden encontrarse en conflicto abierto con el sistema, por lo general no pretenden derrocarlo, sino mantener su identidad como grupo, a la que pueden integrarse individuos que conviven dentro de otras esferas del sistema. La militancia, por lo tanto, no implica una ocupación de tiempo completo, y se da por lo general durante un período breve, por lo que siempre representa un compromiso personal, solidaridad y un cierto grado de participación, sin que se genere una dependencia a ese marco de pensamiento.

Estas redes, como también indica Melucci, "parecen encontrarse más interesadas en sí mismas que en el mundo exterior, parecen ignorar la política, no luchan en contra del poder, no tienen líderes que se destaquen, su organización no demuestra gran eficiencia". Este bajo nivel de acción no equivale a que carezcan de importancia: por el contrario, representan "brotos hacia la renovación de la cultura, el lenguaje, el comportamiento". Su forma de cuestionar a la sociedad se dirige a "quien decide los códigos, quien establece las reglas de normalidad, cual es el espacio para la diferenciación ... (y buscan) no incrementar el monto de los intercambios sino fundamentar otro tipo de intercambio".

En consecuencia, la acción de estos movimientos no se demuestra mediante cambios radicales, sino en la acumulación de sus efectos en lo aceptado socialmente, en el estímulo a la innovación y en el cuestionamiento de las normas. Por ello, provocan que el sistema precise justificar sus reglas, haciendo "visible al poder".

#### La participación en eventos comunitarios

En un intento de buscar formas de comunicación propias de la vida urbana actual que superen la soledad, el aburrimiento y la incomunicación, Lefebvre (1972) propone a la fiesta como un elemento tradicional rescata-

ble. En efecto, las ceremonias y eventos del grupo comunitario cortan la rutina cotidiana y reconquistan lo lúdico y gratificante de la vida en común.

Quizás el papel desempeñado por las festividades alcance su dimensión real si se considera que una de sus características básicas se la confieren sus componentes orgiásticos. Así, a través de la "comida, la bebida y el baile... se alivian las tensiones". (Martínez Peñalosa, 1979). El hecho de compartir los alimentos y de dejar de lado los problemas de la proximidad para pasar un momento de alegría, actúa como un escape que permite la integración del grupo comunitario.

Si para cualquier pueblo es imprescindible un espacio de esparcimiento de ese tipo, es probablemente en México en donde la fiesta adquiere una mayor relevancia, dado que desde sus raíces históricas tales ceremonias rituales han poseído una gran importancia dentro de la vida: diversos estudios señalan que a ellas se dedicaba, en toda la cultura mesoamericana prehispánica, un tercio del tiempo. Como señala Octavio Paz:

El solitario mexicano ama las fiestas y las reuniones públicas. Todo es ocasión para reunirse. Cualquier pretexto es bueno para interrumpir la marcha del tiempo y celebrar con festejos y ceremonias los hombres y los acontecimientos.

Si estas palabras de El laberinto de la soledad siguen siendo veraces, es menester considerar si el significado que une a la fiesta ritual con su origen se ha mantenido.

En la actualidad, por una parte se observa una mitificación de la fiesta popular, en la que el discurso deposita la verdad absoluta, pero por otra parte se nota una cada vez menor repercusión de ella en la vida urbana. Ello puede provenir de que, como indica O. Paz, la fiesta está "inscrita en la órbita de lo sagrado" y sobre su celebración actúa el mismo proceso

de desacralización que se vive en todos los aspectos de la vida actual. Por ello, en la fiesta o ceremonia el hombre ya no intenta ponerse en contacto con la divinidad, como se suponía tradicionalmente.

Pero además, en las grandes ciudades, que son el eje de este estudio, coexisten grupos provenientes de muy diversas comunidades rurales, por lo que resulta más difícil que se mantengan las costumbres y rituales de cada uno de sus grupos culturales. A ellos quizás regresen los emigrados en ocasión de la fiesta principal, por lo que ésta mantiene en esas comunidades su sentido de fuerza de aglutinación. Sin embargo, en los suburbios de las grandes ciudades han quedado absorbidas en lo urbano numerosas comunidades que intentan mantener sus fiestas y costumbres. En ellas es donde se observa la mayor intromisión de lo espectacular, tanto porque el soporte económico de la celebración ha dejado de realizarse a través de las formas tradicionales de la mayordomía, como porque la influencia de la comunicación de masas es más notable. Así, cuando la comunicación de masas pretende hacerse eco de la cultura popular, modifica el sentido de ésta al transponerla a sus formas y géneros. Este proceso de homogeneización hace que desaparezcan los conflictos y las diferencias que la cultura popular expresaba y que la misma caiga en los estereotipos en que se basan los contenidos masivos, como indica Martín Barbero (1980). Además de esta acción de modificación directa de lo popular, llevada a cabo por los medios, éstos también han penetrado masivamente en todas las expresiones populares, moldeando los gustos e intereses al haber internalizado la población los modelos de diversión y entretenimiento, así como de moda.

Por último, cuando se difunden a través de los medios las ceremonias y ritos que previamente se realizaban sólo entre los miembros de la comunidad, aquéllos pierden la significación que antes poseían, al ser incluidos

como parte de un espectáculo. De igual manera, las personas que los observan no pueden participar ni comprender el simbolismo que los generó y pasan a ser espectadores.

Tal difusión de la cultura popular por los medios masivos quizás pretenda aprovechar esos eventos para intensificar el reconocimiento popular. Pero la industrialización de la cultura popular por lo general se dirige más bien a negar que lo popular sea una cultura, término que se restringe a las demostraciones artísticas del gusto de la élite.

Otro rasgo de la fiesta, cuyos orígenes se hallan en la cultura popular, es que lo peculiar de pequeñas comunidades va perdiendo sentido, tanto porque sea reconocido por toda la nación como un rasgo propio en común, o porque, como sucede más comunmente, se destruye y olvida, al no poder ya servir como uno de los mecanismos de perduración y cohesión del grupo comunitario.

En efecto, uno de los sentidos de la participación en la fiesta es que durante la celebración de la misma se crea ese espacio de comunicación sin el cual ninguna comunidad puede reconocerse como tal. Al pasar de ese ámbito comunitario de lo mesocomunicativo y pretender realizar una réplica, traspasándolo a lo macrocomunicativo, se pierde el sentido y, por ello, se corta la comunicación, debido a que el mensaje es difundido sin que quien lo recibe conozca los códigos y comparta los símbolos.

Así, si observamos muchas de las fiestas tradicionales de México podremos constatar que, al tratar de darles difusión se las ha "espectacularizado", reduciéndolas a su colorido, música y movimiento. Un ejemplo brindado por Béjar Navarro (1979) es el de los Voladores de Papantla, que pasaron de realizar su ceremonia como expresión de "profunda vivencia espiritual" a transformarla en "un acto acrobático mecanizado, que se realiza por demandas de quienes ignoran el profundo significado original". En el caso

de esta celebración, es posible aún rastrear su sentido, pero en muchas ocasiones éste se ha perdido, perdurando sólo la forma externa reproducida sin conexión con el objetivo ceremonial que le dió origen.

Por eso, muchos intentos de incentivar el reconocimiento de los vínculos nacionales a través de la revaloración de alguna ceremonia, provocan una modificación de la misma que la aleja no sólo de la forma de desarrollarse que poseía tradicionalmente, sino también del significado que tenía para esa comunidad. Así, aun si la fiesta continúa poseyendo ese elemento de "advenimiento de lo insólito" que O. Paz propone como una de sus características, lo es en la medida en que representa ya unicamente la suspensión de la rutina, pero no la vinculación de la celebración con la tradición vivida en común, sino con lo exótico y fuera de la conciencia de sí.

#### Los medios alternativos como posibilidad de participación en la comunicación

Los medios alternativos surgen como una opción, en la búsqueda de "nuevas formas de relación en el seno de las organizaciones y de la sociedad global", según palabras de Mattelart (1976). Por lo general, se entiende como comunicación alternativa a los proyectos autogestivos dentro del área de la comunicación y de contestación política. Son de pequeña escala y para alcanzar permanencia se modifican en forma en que son abarcados por organizaciones sindicales o estatales, o que su misma paralización los disuelva.

Para que alcanzaran una real repercusión, según Bustamante R. (1985), sería necesario que, aun si se integraran en la acción de alguna organización, mantuvieran su potencial de transformación y su propósito de democratización de la comunicación.

En el origen de los diferentes medios alternativos se localiza una serie de objetivos que se repiten en las distintas experiencias:

- Profundizar la vida democrática, lo que equivale a plantear la participación popular en la vida pública.
- Dinamizar la producción cultural de la localidad, estimulando la vida sociocultural y permitiendo expresar la experiencia creativa de los miembros de la comunidad.
- Adquirir un compromiso con la realidad local, expresando sus problemas, buscando soluciones en común, ofreciendo información sobre lo que sucede y permitiendo un foro de análisis.

Muchos de los medios alternativos se ligaron muy estrechamente a movimientos sociales que luego languidecieron, por lo cual también sus formas de expresión pasaron a carecer de base. En la mayoría de ellos pudo notarse que "nunca dieron la voz a los que nunca la habían tenido" (Prado Pico, 1985), y que no alcanzaron a tener una capacidad propositiva suficientemente fuerte y coherente, a la par que la creatividad expresiva también era reducida. De esta manera, los escasos recursos con los que contaron tales medios fomentaron o sirvieron de excusa para la escasa innovación en cuanto a la selección de fuentes de información y de temas de programación. Así, se mantuvieron los modelos de las redes comerciales, en cuanto a géneros y temas, situación que se veía reforzada porque una parte del personal voluntario utilizaba el medio alternativo como una forma de ganar experiencia para luego poder incorporarse con más facilidad a los medios masivos. Por otra parte la participación de los voluntarios, básica para un real anclaje con la comunidad, se dificultaba en horarios laborables, y en muchas ocasiones fue sólo simbólica. Estas características provocaron que los medios alternativos no se constituyeran en una competencia de las redes comerciales y que su audiencia fuera débil.

Por ello, no resultaron rentables y permanentemente sufrieron problemas económicos, puesto que el financiamiento local no demostró ser continuo. En algunas localidades, como señala Flichy (1982), se constituyeron en símbolo de oposición a los elementos tradicionales y conservadores, quienes manejaban la economía de la comunidad, por lo que el financiamiento se dificultó aún más. Puede percibirse que en realidad no consiguieron construir una estructura participativa que permaneciera como tal y que ésta sólo se dió esporádicamente, en momentos de crisis o conflicto social. Así, los organizadores, aun si intentaron lograr la participación, repitieron los códigos que autolimitan la capacidad de libre expresión, utilizando tanto el lenguaje establecido como los géneros y las rutinas de producción de las redes comerciales.

De esta manera, las experiencias alternativas pierden su carácter específicamente participativo y se institucionalizan, buscando el apoyo de un partido político, del Estado o del municipio.

En cuanto a su desarrollo histórico, los medios alternativos cobraron un especial impulso durante la década de 1970, para dar voz a distintos movimientos sociales que no podían expresarse en los medios masivos tradicionales. Sirvieron, entonces, de voceros al feminismo, a los sindicalistas o a los ecologistas buscando alguna forma de transformación política y social que evadiera las mediaciones de los partidos políticos; fuera espontánea y autónoma; y se circunscribiera al conflicto concreto que motivaba la cohesión del movimiento. En estos medios se pudo percibir una gran diferencia en el nivel de creatividad con que realizaban la tarea. Al mismo tiempo, la profundidad con que concebían sus mensajes dependía tanto de los conflictos de intereses que se dieran en el mismo grupo como de la formación o el grado de conciencia de los miembros. Por último, también la permanencia y continuidad dependió de los apoyos económicos logrados

y de la posibilidad de mantener la motivación de los voluntarios.

Las experiencias más destacadas dentro de la comunicación alternativa a partir de la década mencionada fueron en la radio y en la televisión, pero antes y después de esa fecha se han dado publicaciones impresas que pueden ser también consideradas como una alternativa ante la prensa masiva. Analizaremos entonces algunos ejemplos de cada uno de estos medios.

- Radios alternativas

A través de estas estaciones radiales, como las desarrolladas a nivel municipal en diversos países, se intentó devolver la soberanía popular a la gestión del municipio, dinamizando la vida pública, de manera que la sociedad civil lograra obtener los cauces de expresión que requiere. Se establecieron especialmente en comunidades pequeñas, que necesitaban sentir a los mensajes más próximos a la realidad de su entorno.

En su programación participaron voluntarios provenientes de los mismos vecinos, por lo que los horarios eran descontinuados. En otros lugares, en donde se contaba con un presupuesto mayor o el apoyo de alguna organización, se contrataron algunos especialistas, a los que se sumaron los voluntarios. Pero en ambos casos se trató de mantener al órgano independiente de los partidos políticos y de las autoridades municipales. Por lo común, estuvo conformado con un consejo integrado por un patronato municipal, en el que figuraban los representantes del municipio, de las asociaciones culturales y recreativas y del grupo organizador.

En la mayoría de los países europeos, en un comienzo se encontraban en una situación de ilegalidad, pero luego pasaron a apoyarse entre varias del mismo tipo, coordinándose para defenderse legalmente e

incrementar su estructuración técnica, en oposición al monopolio de los medios ejercido por el Estado. En América Latina, por el contrario, recibieron a menudo el respaldo gubernamental, lo que facilitó la tarea pero redujo la libertad de expresión. Este es el caso de la Radio Cultural Campesina de Teocelo, Veracruz, que según el relato de Septién (1988) comenzó hace 24 años como vocero de una asociación civil, con corresponsales propios en la región y siguiendo un verdadero modelo de participación popular. Por motivo de su inadecuada estructura jurídica, comenzó a recibir asesoría gubernamental, con lo que pronto se percibió la intromisión de la censura: no hablar de "política ni de salarios". Por el contrario, en otros ejemplos, como el de las 23 estaciones de Radio Minera que funcionan desde hace un período semejante de tiempo en Bolivia, el financiamiento y organización proviene del sindicato. Si bien no puede calificarse a tales estaciones de estrictamente participativas (porque tampoco es ése su objetivo), sí representan una alternativa en cuanto a la información gubernamental o la de la iniciativa privada, dado que responden a los intereses fijados por la estructura sindical.

#### - Televisoras locales

Este tipo de canales surgió como un servicio público de participación ciudadana, en el que la población tenía un acceso directo. En ocasiones sirvió también como vehículo de normalización lingüística o para dar voz a comunidades que no se encontraban representadas en los medios de masas.

Se ha considerado dentro de este tipo a algunas iniciativas, en aquellos países donde existe un monopolio estatal de la comunicación, que pretenden desarrollar una cadena privada. En realidad tales iniciativas sólo representan un estudio de mercado o un vehículo de

presión al gobierno, pero no incentivan realmente la participación en la comunicación sino, a lo sumo, incrementan las posibilidades de selección por parte del público. Las experiencias realmente locales se dieron en núcleos pequeños de población, y alcanzaron características similares a las de las radiodifusoras municipales: sus emisiones eran esporádicas (para eventos especiales de la comunidad o región) y cuando llegaron a ser diarias, permanecían de una a cuatro horas. El financiamiento provenía de subvenciones del ayuntamiento, a lo que se sumaban cuotas de la población o donativos. La infraestructura utilizada era de bajo costo y con frecuencia se resaltaba el dialecto o lenguaje de la región.

Para que pudieran permanecer funcionando fue necesario que presentaran alguna característica que las hiciera representar una opción viable en relación con los medios masivos: cuando la red comercial no cubría la zona; cuando ésta no se recibía bien; o cuando existían necesidades especiales que cubrir, como en el caso del idioma francés en Canadá (Flichy 1982) o el catalán en España (Prado Pico 1985).

#### - Publicaciones

Como otra expresión de la búsqueda de una "comunicación alternativa" surgieron también diversas publicaciones: diarias, semanales, o de diferente periodicidad. Las mismas se irguieron como voceros de diferentes movimientos y expresaron el pensamiento de los militantes. También mantuvieron su carácter de una opción ante los medios masivos las publicaciones editadas en localidades pequeñas, barrios o comunidades, a través de las cuales se daban a conocer situaciones específicas de la zona.

Ciertas experiencias canadienses, de la provincia de Québec, han visto disminuir su público, en la misma medida en que el movimiento

para acentuar la identidad de la comunidad francófona fue perdiendo potencia.

También se ha observado una especialización en la prensa alternativa, semejante a la que se dió en la de tipo comercial: cada publicación tiene su "población objetivo", delimitada con exactitud y a través de los aportes de ésta puede subsistir. Ello ha llevado a Huston (1981) a declarar que el papel desempeñado por estas publicaciones es el de un vehículo que permite el "diálogo entre amigos": se lee lo que ya se sabe, para reforzar lo que cada quien piensa.

A pesar de ello, se han mantenido diversas publicaciones de tiraje mucho más reducido que las de la década de 1970, que preservan el interés por la participación. Al analizar la tarea de estos grupos, puede observarse que la participación ha pasado, en muchas ocasiones, a ser más un rótulo que una acción cotidiana, puesto que los equipos se han profesionalizado y al decir Huston: "a fuerza de buscar participación se vacía el contenido del proyecto y los únicos que están interesados en participar son los que desean la participación". De esta manera, a la vez que se incita a la participación, se manipula ésta al encaminarla hacia los moldes ideológicos que el grupo que forma la publicación impone. Se cae, entonces, en un "tono de militancia", en la "pedagogía de la concientización" utilizando esquemas manipulatorios y paternalistas que también serán comentados en cuanto al ámbito macrocomunicativo.

En consecuencia, estos medios no ofrecen una alternativa comunicacional abierta, sino que la mayoría de las veces tan sólo representan una sustitución de un aparato político por otro.

- Otros medios alternativos

Como se desprenda de los ejemplos planteados en relación a los medios de comunicación alternativa, todos los que han sobrevivido han seguido un proceso semejante: o hacia un restricción de las actividades, adecuándolas a un pequeño grupo específico, ya sea en cuanto a la delimitación geográfica o al interés que los reúne o, por el contrario, una ampliación del área de acción, al recibir el apoyo del Estado o de una organización política, perdiendo entonces el sentido que los había originado.

Puede inferirse que, para ofrecerse como una alternativa real, los medios deben abandonar la pretensión de ser masivos, para dirigirse al ámbito comunitario, mesocomunicativo. Dentro de ese ámbito se proponen muy diversas alternativas, todas ellas tendentes a recuperar "un uso auténticamente comunitario de los instrumentos de comunicación" adscribiendo a éstos al servicio del "ser real y no de una ficción deshumanizada", según palabras de Castilla del Pino. Este autor considera que las formas espontáneas de comunicación, que mantengan vivo el espíritu crítico, deben encontrarse en manos de la comunidad, sin que ésta las delegue en grupos de poder económico o en una burocracia "rígidamente asentada".

Con estos mismos objetivos, Bockelmann sugiere la formación de grupos de interés profesional o especializados en diferentes ramas que, más tarde, intercambiarán experiencias, instrumentos y soluciones entre ellos.

Como motivo central de la generación de tales grupos este autor menciona a distintas áreas de ocupación o de interés, como las amas de casa, jóvenes que compartan su tiempo libre, pequeños empresarios, organizaciones femeninas, de consumidores o de inmigrantes, entre

otros. En forma similar, Josefina Vilar (1980) relata una experiencia llevada a cabo en pequeñas poblaciones campesinas a las que se unió mediante el intercambio de cassettes en los que se grababan los debates acerca de algún tema de interés o problema común. Este medio permitía la comunicación a distancia, a bajo costo, entre personas analfabetas, aun si no se aclara si este proyecto perduró, una vez que los promotores externos abandonaron el apoyo.

De la misma forma, existen expresiones populares entre las que se encuentran las ceremonias tradicionales que ya han sido comentadas, pero también se pueden agregar las representaciones teatrales en las que el mismo público participa en la conformación del relato, o los medios que en general son considerados como de apoyo: periódico mural, imprenta casera, altoparlantes, circulares, volantes, folletos, audiovisuales, funciones de títeres y otros.

Por supuesto, no es el tipo del medio el que permite que el proceso de comunicación adquiera un carácter realmente participativo, sino la forma en la que se le utiliza y la construcción del mensaje. En efecto, mientras el medio sea empleado de una forma vertical, tanto paternalista como autoritaria, el proceso continuará siendo aislante para el receptor. Es la apertura, que coloca al receptor como sujeto del proceso, la cuestión básica de la participación, tanto en lo mesocomunicativo como en lo macrocomunicativo, ámbito que analizaremos a continuación.

### III.3 La participación a nivel macrocomunicativo

En cuanto a este ámbito, estudiaremos las formas de participación que se dan entre los componentes del proceso de comunicación, en especial lo referente a la involucración del receptor. Pero, cuando nos referimos a la "participación" en los medios de comunicación masiva, que son los que predominan en este ámbito, no tenemos en mente la relación partícipe del espectáculo que éstos le brindan tan sólo porque forma parte de ese todo amorfo que es el público o la audiencia. Tampoco concebimos que exista participación porque se haya ampliado la posibilidad de acceso a los medios masivos a todos los estratos socioeconómicos. En efecto, el hecho de poseer un aparato de televisión o uno de radio no significa que se haya adquirido una parte activa en el proceso comunicacional.

Por el contrario, la participación que se pretende analizar es la que supera la observación individual pasiva, para recuperar la función comunicativa protagónica a nivel social. Ello implica abandonar la tendencia generalizada de utilizar a los medios de comunicación masiva como instrumentos de ocupación del ocio, para mantener el pensamiento despegado de la realidad, o como un nivel de mediación entre el receptor y la práctica que pudiera incidir en tal realidad. Así, los rasgos que definen la comunicación participativa son la capacidad de sustentar la acción y la oposición a una información homogénea que favorece la evasión o renuncia a la acción. Para que se evidencie la participación, deben modificarse las condiciones de uso de los medios de comunicación, lo cual supone un cambio en el poder dentro de la estructuración de los medios, así como en las funciones de los mismos y en las relaciones de mediación entre el medio de comunicación y la organización social.

Sin embargo, para "devolver la libertad" a los seres humanos y preservar

su existencia como tales, frente a los medios de comunicación masiva, lograr el control económico y político de los grandes monopolios y grupos de interés que manejan la radio, la televisión, el cine y la prensa no es el único camino. Por el contrario, Eco (1969) propone "una solución de guerrilla". Por ello, insiste que: "La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación sino en el lugar en donde llega".

Así, para Eco es preciso que se organice la educación de la audiencia, de manera que ésta sea la que discuta el mensaje y lo interprete según sus propios códigos. Esta postura, que data de 1969, fue reconsiderada por el mismo autor años más tarde. En fecha reciente, Eco destaca la transición de un ámbito comunicativo a otro, de manera que lo que se conocía como "comunicación de masas" resulta cada vez más difícil de ser deslindado de lo meso y hasta lo microcomunicativo. Esto se observa tanto en la profusión de medios y mensajes como en la capacidad del receptor de seleccionar entre los mismos los que prefiera; o de grabar, mezclar y retransmitir en el momento que guste algún mensaje.

Simultáneamente, las relaciones de poder entre el emisor centralizado "controlado por el Poder (económico o político)" y los "destinatarios víctimas de adoctrinamiento ideológico" se hallan cada vez más difusas. Para Eco, entonces, ya no hay batalla que ofrecer: los nuevos medios han borrado las referencias espacio-temporales, todo llega a ser aquí y ahora, y al mismo tiempo remoto e irreal, de forma de que impacte a nivel sensitivo y emotivo, sin que provoque otra reacción que la epidérmica y catártica. A estos estímulos están expuestos, y son buscados, por todos los miembros de la población, proletarios y poderosos sin que pueda afirmarse con certeza quien produce la ideología.

Es evidente que Eco desea dejar de lado las connotaciones de clase, descartando los beneficios económicos que una obtiene en relación a la otra. Lo que resalta es que la misma sujeción ideológica, y en relación a nuestro tema la misma incomunicación, son ejercidas sobre todos los miembros de la sociedad, de manera que no es posible sustraerse de ello, salvo que se decida por la marginación, o ésta sea impuesta por la misma estructura productiva a los que están más abajo, o aplastados, por la pirámide del poder económico.

Para Eco, entonces, ya no hay nada que hacer. Así como no es posible revertir el consumismo a través de análisis de calidad y comparación de precios de los productos en el mercado, tampoco le parece ya que el análisis de contenido y la mayor selectividad del receptor de los mensajes sirva como único obstáculo para que el hombre no se transforme en público pasivo.

Pero, si es difícil decir quien manipula a quien en la relación medio-receptor, reconocer el contenido ideológico del mensaje exige un distanciamiento del mismo, desde el plano de la metacomunicación, que hace que el hombre sienta su poder ante el medio y no se integre sin más a lo que éste le brinda.

Así, si el mensaje de Eco pone el acento en la capacidad (o la imposibilidad) del receptor de modificar su nivel de involucración en el proceso de comunicación en el ámbito macrocomunicativo, otras propuestas de participación han colocado el énfasis en la determinación por parte del Estado de una nueva estructura de los medios. En consecuencia, se han implantado (o sólo diseñado) políticas de programación a través de las cuales se pretende incrementar el nivel de conciencia del público en relación a la acción. Sin embargo, este tipo de medidas mantiene y acentúa el carácter de herramienta para el adoctrinamiento que se confiere a los medios

de comunicación masiva. Por ello, en lugar de incrementar la participación, se eleva, si esto fuera posible, la manipulación y el control, bajo la propuesta de una activación política.

Al considerar estos factores, Prado Pico (1985) propone como requisitos para que exista participación:

- Adopción de una teoría progresista de producción/realización/géneros, que revalide constantemente el concepto de participación.
- Modificación del tipo de práctica, para despertar al receptor con un discurso nuevo en su forma y no sólo en su contenido.
- Cambio de actitud del receptor, que incluya una postura activa ante el medio y el mensaje.

Con ello se evidencia que sólo mediante la modificación simultánea en esas tres áreas (marco teórico, formulación del mensaje y recepción del mismo) puede lograrse una ampliación real de la participación en el ámbito macrocomunicativo.

Para comprender la magnitud de los cambios que implica involucrar activamente a la población en el proceso de comunicación, en el ámbito macrocomunicativo, es necesario definir los rasgos que separan a la comunicación de masas democratizante, que fomenta la participación (y que Prado Pico define como "horizontal") de aquella que agudiza la incomunicación, o "vertical".

#### Características que oponen a la comunicación de masas

##### vertical y la horizontal

- Autopresentación/transformación de la realidad

En la comunicación de masas de corte vertical, aun cuando se permita la involucración del público o de algún grupo comunitario, la misma se enmarca dentro de las reglas del género y las formas impuestas,

exhibiéndose entonces el sujeto presentado en su carácter de "actor" dentro de ese espectáculo, en el que se incluye como individuo, pero sin comprometer a quienes se identificarán en su actuación.

Por el contrario, en una comunicación de tipo horizontal los contenidos incitan a la actividad creadora de la audiencia, de manera de involucrarla en la transformación de la realidad. Simultáneamente, se intenta evitar el distanciamiento entre emisor-receptor, al no envolver al mensaje y a quien lo brinda en un prestigio que los hace incuestionables.

- Información de acontecimientos/organización de los mismos

La comunicación de masas nos ha acostumbrado a que presenciemos el mensaje que nos brinda como un tipo de consumo más, que sigue un proceso de producción, distribución, compra, obsolescencia y desecho semejante al de muchos otros productos perecederos. Así, el acontecimiento no sólo es difundido sino, en ocasiones, creado para ser difundido.

A esta postura se opone la comunicación horizontal, para la cual los medios motivan la organización de actividades que interrelacionen a los miembros de la comunidad.

- Centralización/dispersión

Por lo general, los medios de tipo vertical se hallan fuertemente centralizados, tanto si dependen del Estado como si son de propiedad de consorcios de la iniciativa privada. Esta situación les obliga a homogeneizar los contenidos de los mensajes difundidos. En el caso de los países dependientes, la situación se agrava porque una gran parte de la programación es cubierta con material que no es producido en el país, sino que responde a estilos de vida, vocabulario, gustos e intereses de los países centrales o dominantes, con

lo que se refuerza la adscripción a marcos de consumo ajenos y se internaliza la ideología propuesta, sin que haya posibilidad de separación a través de la crítica.

En lo que respecta a la comunicación horizontal su ámbito de difusión es mucho más reducido: en lugar de cubrir toda la superficie de un país se dirige a lo sumo a una región del mismo, y con frecuencia a comunidades pequeñas. El peligro que entraña tal dispersión es que su acción se reduzca a la incentivación del localismo, como versión en pequeño de los sentimientos nacionalistas, sin que por ello se logre una participación real de la población en el reconocimiento y búsqueda de soluciones a sus problemas.

- Formación/participación

Con frecuencia, cuando se intenta involucrar a la población a través de los medios en alguna actividad para bien común, se cae en esquemas paternalistas. Así, se utiliza al medio como un instrumento de educación, en el que se enseña a la población lo que debe de hacer, y que le será útil en la medida en que no se despreque de las reglas planteadas.

La comunicación horizontal, por el contrario, pone el énfasis en el proceso que permitirá que la comunidad reconozca sus propias necesidades, detecte los elementos que le ayudarán a satisfacerlas y sólo ofrece apoyo en la medida que la misma comunidad lo señale.

- Alto grado de división del trabajo/complementariedad

En la producción de los mensajes de la comunicación de corte vertical se evidencia un alto nivel de especialización en las actividades. Así, cada "etapa" de la fase productiva se halla desvinculada de las demás, sin que por lo general haya posibilidad de discusión en las decisiones, que son tomadas por el nivel más elevado de la

pirámide empresarial.

Esta situación se opone a aquélla de los medios horizontales, en los que el proceso de decisiones es una labor de equipo. Además, como en la tarea colaboran voluntarios, la falta de profesionalización permite un mayor nivel de rotación en las distintas actividades, sin que ninguna sección pueda considerarse como "propiedad" de un grupo determinado. Esto desemboca en una mayor complementariedad, en donde cada miembro pueda comprender la aportación de su trabajo y su incidencia en el producto final.

- Énfasis en la jerarquización/revitalización de lo sociocultural

El espacio dentro de la programación de la comunicación de masas de tipo vertical encasilla a su audiencia en compartimientos, diseñados de acuerdo a ciertos estereotipos de jerarquía cultural. De esta manera, ciertos programas están dirigidos al público "culto" y otros incentivan lo que denominan como "popular". Se reconoce entonces la existencia de una élite, que es a la que se otorga el valor, y se denigra lo que proviene de, o se dirige específicamente a, las masas, otorgando a este último tipo de producción sólo los valores de impacto comercializador.

En lo que respecta a la comunicación de tipo horizontal, ésta genera un proceso de revalidación de lo popular, promoviendo un mayor acercamiento a las raíces y simbolismos que implican toda una valorización de la identidad de la comunidad. Así, las costumbres y eventos populares pierden el carácter de un espectáculo más, con el que en la mayoría de los casos son inscritos dentro de los medios masivos, para recuperar su valor de expresión de una verdadera cultura popular.

- Promoción del consumismo/ Análisis del consumo

Otro aspecto en donde se observa la imposición de una estructura jerárquica en la sociedad, a través de los medios de comunicación, es aquél relativo al consumo. En efecto, no sólo la publicidad sino todos los mensajes recreativos o informativos, difunden un esquema de consumo según el cual cada persona vale por lo que posee o puede comprar, estando el grado de realización personal evidenciado por el éxito y el poder que la obtención de bienes con prestigio representa. Esta escala consumista es puesta de relieve por la comunicación horizontal, mediante la cual se ofrecen herramientas de estudio a la comunidad para que la misma pueda conocer las ventajas e inconvenientes de los productos, prescindiendo de ellos como símbolos de estatus. En esta forma, la utilidad y la calidad servirán de base para la toma de decisiones en el consumo.

- Sensacionalismo/ Interpretación

En la difusión de información a través de los medios puede percibirse otra característica de la comunicación vertical: el sensacionalismo. Ello hace que los datos difundidos se organicen más por el grado de impacto que alcanzarán en la audiencia (al provocar rechazo, temor, envidia o admiración) que por el interés que puedan tener, en relación con la vida diaria. Así, la información puede proporcionar un punto de comparación que tranquilice a la audiencia; un vehículo de catarsis de sus deseos de violencia; un modelo de identificación de logros de poder o dinero; o un acceso a lo que no se podrá participar, difrazando entonces la enajenación que se sufre.

Pero ese cúmulo de sensaciones que ofrecen los medios a sus espectadores los hacen permanecer en ese nivel externo y sensorial, que aun si penetra en el inconsciente y fomenta la internalización de la

ideología, no proporciona espacio para la reflexión. Es por eso que los medios horizontales tienen como base la posibilidad de interpretar la información brindada, la cual es enmarcada dentro de los antecedentes que permitieron que se produjera, incentivando una postura crítica ante lo planteado.

- Abstracción/Concreción

La imposibilidad de interpretar las noticias difundidas en los medios de corte vertical se relaciona también con la forma abstracta con que son presentadas. En efecto, no sólo se habla de lugares desconocidos, sin explicar su contexto histórico y socioeconómico, sino que se incentiva lo peculiar de los mismos. Con ello el "público" permanece como tal, y no se compromete o se siente involucrado en lo que se le presenta.

De manera opuesta, en los medios horizontales se difunden noticias de lo que se ha producido en la localidad y que no llega a aparecer en los otros medios. Este anclaje en la realidad cotidiana es mantenido cuando se difunden noticias nacionales o internacionales, a las que se relaciona con lo que sucede en la comunidad o se señalan las repercusiones que pueden alcanzar en la misma.

Si bien esta relación de características no es exhaustiva, el haber intentado destacar las propiedades más relevantes de una comunicación que tienda a la participación puede servir para poner en evidencia lo arduo de la tarea, emprender.

Aun si la comunicación participativa ha sido mencionada con frecuencia como una necesidad para "humanizar" la vida urbana contemporánea, las más significativas modificaciones en el campo de la comunicación masiva que se han dado en los últimos años no han provenido de lo estructural, como lo exigen los requisitos y características plantea-

dos, sino del campo de lo tecnológico. Y, a pesar de la gran rapidez y prodigalidad con que se dan esos cambios tecnológicos, poco es lo que han repercutido en el logro de una mayor involucración de los receptores en el proceso comunicativo.

#### Tendencias participativas en los medios de comunicación masiva

Los nuevos medios, desde la invención de la radio en adelante, han abierto una posibilidad, cuyo uso extensivo se ha afirmado que incrementaría la participación. Se trata de la bidireccionalidad del mensaje, por la cual el receptor de un medio de comunicación masiva (específicamente de la televisión) puede dar su punto de vista acerca de algún asunto a través de su mismo aparato o, al menos, marcar su apoyo a alguna de las alternativas que se le presenten. Sin embargo, no sólo esta tecnología no se ha ampliado suficientemente y queda como coto de una minoría privilegiada, sino que aún en los casos en que se aplica, se mantiene la postura receptiva del público ante el espectáculo, sirviendo la opinión del receptor sólo como un más preciso estudio de mercado, sin que de ninguna forma tenga acceso a la gestión del medio, ni a la decisión de formas y contenidos.

Por otra parte, si llegara a acentuarse la bidireccionalidad, el receptor mantendría su aislamiento ante el medio, permaneciendo su interacción con el mismo como un tipo más de consumo, en este caso de un producto que lo distrae, le permite olvidar momentáneamente su enajenación y evadirse de su realidad frustrante, tensionante o carenciada, sin tener que realizar ningún esfuerzo por modificarla.

También podría pensarse que en la actualidad existe una mayor participación por parte de los receptores de los medios, dada la gran variedad de mensajes difundidos a nivel masivo, tanto en relación a la profusión de canales

de televisión, publicaciones y radiodifusoras, como en cuanto a la especificidad con que los mismos cubren los intereses de algunos sectores de la población. Es cierto que el receptor se halla en capacidad de una selección de la información brindada que sea más acorde a sus gustos personales y que, sobre todo en la televisión por cable o suscripción, se ha demostrado que es económicamente viable difundir mensajes acerca de un solo tema (deportes, películas, información, etc). Pero este proceso de selección entre diferentes opciones tampoco relaciona al receptor con el entorno, uniéndose sólo a nivel inconsciente con aquellos otros individuos aislados que supone comparten su selección y observan, desde el compartimiento estanco de su casa, el mismo canal o programa.

Pero además de estos rasgos (bidireccionalidad y selectividad), que emanan del mismo desarrollo productivo de la industria que controla los medios de comunicación masiva, se han dado algunos intentos de promover la democratización o la participación de los receptores en el proceso comunicativo. Así, si bien en la actualidad no se han percibido aperturas reales que permitan hablar de una democratización, existen algunas tendencias que afirman buscar una mayor involucración de más amplios sectores en el proceso de comunicación. Como podrá observarse, tales tendencias implican, más bien que una participación, una sustitución de algunas formas por otras, sin que se comprometa la estructura, la toma de decisiones o la función que desempeñan actualmente los medios de comunicación masiva. Por ejemplo, se ha notado recientemente que es más común que el público tenga posibilidades de participar en emisiones en directo, ya sea al ser seleccionado por hallarse en el auditorio en el que se realiza la transmisión; porque externa su opinión sobre alguno de los asuntos que se tratan en un foro de discusión que es difundido en los medios; o porque llama al estudio para realizar una pregunta o un comentario, o envía una carta

a la sección correspondiente de un periódico. Otras formas de participación, que permiten una más amplia selección o censura por parte de los editores del programa, son las cartas de lectores en los periódicos o las preguntas a personas por la calle, que luego de una reelaboración son editadas. Una participación indirecta sería también la transmisión de foros de consulta popular o las conferencias de prensa, en las que el público puede sentirse representado por un vocero que postule sus mismos intereses.

Sin embargo, la participación del público, aun en las transmisiones directas, no implica una involucración real en la producción y contenido del mensaje. Por una parte, el participante debe asumir las normas del programa o del género, conduciéndose según se espera de él, de manera que se mantiene el contenido ideológico dominante, el cual en lugar de ser cuestionado es reforzado. Además, se preserva la misma estructuración aislante del medio masivo, al que el receptor tiene acceso de forma solitaria. Así, el contenido en el que el "participante" se integra, lo encasillará en algún estereotipo (el ama de casa, el especialista, el rebelde) que sólo logrará responder a una expectativa impuesta por el comunicador e internalizada por el receptor. Esta situación fue llevada a su máxima expresión en la película "Ginger y Fred" de Fellini, en la que la cámara de televisión tenía el poder de convertir a las personas en espectáculo.

Algo semejante sucede en las mesas redondas o foros transmitidos por los medios, cuya misma estructura, los cortes comerciales y el espacio de tiempo que se les atribuye impiden que se profundice en los contenidos.

Otra experiencia que se menciona como democratizante es la cogestión en la administración de los medios. Esta tendencia se ha percibido sobre todo en la prensa y en México se ha hecho presente en varios periódicos de distribución nacional, como Uno más Uno, Excelsior, y El Día. Sin

embargo, ha podido notarse que la nueva estructura de estos medios no ha permitido, de todas formas, una participación real en la toma de decisiones acerca de la información a difundir. Lo más que se ha logrado son mejoras en la situación laboral y un reparto más equitativo de las utilidades, sin que se cuestione la designación de las autoridades ni la política o la planificación editorial. Bockelmann (1985) propone que, para que la cogestión intensifique su significado, se incremente el poder otorgado a los operarios, y no solamente a los periodistas que se mantendrían como una minoría dominadora ampliada. Podría entonces constituirse un consejo o comité en el que estarían representados diversos grupos comunitarios, la población trabajadora y el personal técnico. Este consejo nombraría a las autoridades y tomaría las decisiones acerca de la programación o la política editorial, tendiendo hacia la pluralidad comunitaria de intereses.

Por último, otra variedad que parece dirigirse hacia la democratización de los medios es la diversificación de los contenidos y la apertura de espacios a algunos grupos de opinión o partidos políticos minoritarios. Este tipo de medidas sólo logra, como también señala Bockelmann, un pluralismo fabricado, puesto que garantiza, únicamente, la posibilidad de que algunos grupos se presenten, manteniéndolos siempre dentro de los mismos marcos con reglas predeterminadas y respondiendo al mismo esquema de entretenimiento y falta de compromiso que espera el receptor. Aun si se acelera el flujo de la información y algunos grupos minoritarios pueden darse a conocer, su forma de aparición no representa un riesgo en cuanto a la conformación de la estructura del sistema de comunicación.

Como ha podido observarse, poco es lo que han logrado las medidas descritas en cuanto a incrementar notoriamente la capacidad de la población en la gestión de los medios. Consideraremos a continuación algunas pro-

puestas que tienden al mismo proceso.

#### Propuestas para una mayor participación

Desde las mismas acciones y medidas que se han implantado en los medios para promover la participación, y que acabamos de describir, nacen algunas reformas que consolidarían los esfuerzos y podrían acercarse al objetivo propuesto.

Por ejemplo, en relación a las cooperativas de prensa, Bockelmann plantea una modificación del sentido de la publicidad, la cual pasaría a estar incorporada a instituciones de derecho público, que vigilarían los contenidos de manera de que se lograra dar a través de ellos servicio a la comunidad.

En cuanto a la variedad de información y de opiniones, este mismo autor propone que se expliciten las condiciones de trabajo, empezando por las de los operarios, guionistas y autores que intervienen en la producción de los medios. Tal diversidad de opiniones puede garantizarse mediante organismos que vigilen la fusión de compañías relacionadas con la comunicación tanto de las editoriales, canales de televisión y estaciones de radio; como de la adquisición por alguna de estas empresas de fábricas de papel o elaboración de cualquiera de las materias primas utilizadas en la producción. Estos mismos grupos pueden brindar apoyo a los nuevos órganos de comunicación masiva o a los que representen a grupos minoritarios, a la par que controlar a los que han alcanzado el monopolio en alguna ciudad o región, de manera que se conceda espacio equilibrado a todos los sectores de la sociedad. Estas medidas, si bien garantizan una cierta variedad de opiniones, repiten el mismo esquema temático que la ideología dominante considera de relevancia, sin dejar resquicios para la toma de conciencia del aislamiento y la incomunicación.

Otro asunto que debería analizarse públicamente es el de las consecuencias de la estructuración ideológica en los contenidos transmitidos por los medios. La transparencia en la presentación de datos acerca de las formas de financiamiento, las fusiones, las fuentes utilizadas, las presiones gubernamentales y las intimidaciones de la iniciativa privada o de grupos de interés pueden permitir que el público tenga una visión más amplia y comprenda en un más alto grado la postura del medio.

Sin embargo, los intentos de derogar la prepotencia de los intereses del capital en la estructuración de los medios, en ocasiones sólo logran acen-  
tuar la instrumentalización de los mismos como herramienta de influencia sobre la sociedad. Quizás pueda disminuirse el ejercicio de la práctica comunicativa como expresión del grupo dominante, pero igualmente se utiliza a la comunicación como formadora, haciéndola portadora de mensajes partidarios, sin que se abra "a las personas la esfera de la circulación exclusiva de las opiniones privilegiadas", como afirma Bockelmann (1985, p. 302). En efecto, cuando se intenta modificar los contenidos de los medios, pero se mantiene las formas y géneros habituales, el receptor continuará con su misma postura ante el medio, esperando de él la misma respuesta a sus deseos de distracción y evasión. Como relata Matterlart (1986) en su experiencia chilena, en tiempos de Allende, al respetar los formatos también se ubicaron los contenidos dentro de los estereotipos que fortalecen el poder de la cultura dominante. De esta manera, la comunicación estatal se encaminó, ya fuera a elogiar la acción del gobierno o a tranquilizar a la población, sin cumplir con los objetivos propuestos de preparar una nueva práctica comunicativa y crear conciencia del trasfondo de los problemas y la situación de clase. Matterlart propuso que los periodistas perdieran el monopolio en la elaboración de los mensajes y que en la misma se incorporara a quienes se hallaran trabajando sobre el tema, como por

ejemplo los investigadores. Esto incrementaría el dinamismo del saber científico, y permitiría un nuevo modelo de acercamiento a la realidad cultural. Como con esta área de la cultura, se iría ampliando en forma progresiva el espíritu crítico de los receptores en forma de que se crearía conciencia en lugar de mantener esquemas que la manipulen.

Al observar las propuestas de Mattelart puede notarse que las mismas se despegan de la participación buscada para integrar al receptor al proceso activo comunicacional y, por el contrario, se le impone un proceso de formación. De esta manera, se mantiene el concepto paternalista, por el cual se manipula la conciencia del receptor, dado que el emisor es quien guarda el poder de decisión acerca de lo que le conviene saber al público, como un proceso pedagógico, pero aislante.

Una participación real implicaría, por el contrario, la intervención en la elaboración y la crítica del programa, con todas las dificultades que ello entraña. Una forma de lograr esta mayor apertura es la formación de grupos en los que se promueva un nuevo tipo de relación, de manera que se involucren con el medio de comunicación. Estos grupos analizarían un tema y extraerían conclusiones, con abordajes menos rígidos que los expertos que aparecen en los foros de discusión o mesas redondas, y buscarían relacionarse con otros grupos, de manera de estimular la reflexión. Sin embargo, los grupos de este tipo que se han formado en diferentes países para ejercer influencia sobre la calidad en la programación o los contenidos difundidos en los medios tienden a caer en las posturas de los "apocalípticos" y los "integrados" que señala Eco (1979), alabando en este último caso las posibilidades de los medios o externando su preocupación por la muerte de la cultura o la manipulación de las conciencias, en el caso opuesto. Pero, desde estas posturas extremas tampoco se proponen cambios viables de estructuras que modifiquen la relación actual entre receptor

y emisor, y la selección de temas.

Ante la dificultad de modificar las condiciones comunicativas de los medios de comunicación masiva, Bockelmann también postula por una auto-organización de productores. Así, aun si los medios tradicionales mantuvieran su estructura actual, podrían irse abriendo segmentos comunicativos informales, que agilicen la socialización y la comunicación entre los individuos, los grupos, las organizaciones y las comunidades. A pesar de que esta propuesta se dirige, más bien, al ámbito mesocomunicativo, es preciso tenerla en cuenta dado que se plantea como un primer paso, repetible en lo macrocomunicativo, para que los medios masivos tiendan hacia la comunicación y no a la influencia.

Esta misma propuesta pone en evidencia las dificultades de modificar los términos estructurales en donde están integrados los medios de comunicación masiva, desde una única perspectiva. Queda de relieve, entonces la necesidad de una confluencia de factores a varios niveles y en distintos frentes de cada nivel para que la modificación hacia la participación tenga resultados valederos.

Es sobre esta confluencia necesaria que abundaremos a continuación.

#### IV COMENTARIO GENERAL Y CONCLUSIONES

Il faut demander et vouloir l'impossible pour  
qu'il y ait du possible.

H. Lefebvre (1984).

De todo nuestro camino a través de los intentos por ampliar la posibilidad de expresión del ser humano, rescataremos a continuación los elementos que nos han parecido más destacados.

En el ámbito macrocomunicativo, si tenemos en cuenta que los esfuerzos hacia la participación en la comunicación que se han descrito representan tan sólo algunos ejemplos, entre todos los posibles, quedará de relieve que se trata de un asunto que inquieta a nuestra sociedad y despierta su creatividad. Sin embargo, aun con los mejores auspicios, el objetivo de incrementar la participación en este ámbito parece haber servido, en la mayoría de los casos, de pretexto o de justificación para los fines de promoción de medidas determinadas por la lógica productiva, de difusión ideológica o de control económico-político. Esto pudo deberse a que prácticamente ninguno de los proyectos descritos hizo intervenir ( en su diseño, y menos aún en su implantación ) a los tres requisitos que habíamos mencionado como indispensables (cf. pg. 126). Es decir que no lograron modificar, con estabilidad y permanencia, los conceptos de producción, realización y géneros; ni la forma y contenido del discurso; ni tampoco la actitud del receptor; además de que no se tuvieron en cuenta las características que oponen lo horizontal de lo vertical en la comunicación (cf. pg. 127-132), cuya aplicación permitiría hablar de participación en términos plausibles.

El cambio hacia la participación implicaría retomar la función comunicante, básica en cualquier ámbito comunicativo, y elevarla, en cuanto a los medios masivos, al papel de comunicación de y entre toda la sociedad. Así, tales medios servirían de espacio de reflexión sobre los procesos de comunicación de cada estructura social, impidiendo (en lugar de propiciar) el mantenimiento de "los mecanismos aislantes que actualmente desgarran las formas de interacción y la selección de temas" (según palabras de Bockelmann) al proporcionar una conexión entre tales estructuras aisladas.

Así la comunicación puede alcanzar la misma importancia como derecho ciudadano que las condiciones básicas de higiene (recolección de basura, suministro de agua potable), de alimentación o de educación. Mantener esta orientación hacia el servicio, que se hizo evidente en los medios mexicanos en la tan manida pero tan real experiencia comunicativa del temblor de 1985, sería hacer de esa respuesta espontánea de los locutores ante la crisis extrema, el dolor y el temor, una situación permanente, estructurada en forma eficaz. Ello equivaldría a reorientar a los medios a su función como elementos que permitan la comunicación, en lugar de mantenerlos como herramienta de comercialización de productos e ideología que no comunican sino que controlan la comunicación, entendiéndolo por este control no sólo a la determinación consciente y organizada de objetivos de sustentación del dominio, sino también al movimiento por inercia, en el que cada estructura social aislada se desenvuelve, dentro de su propio proceso, en el que impera una homeostasis, tendencia hacia la preservación del equilibrio, semejante a la que describíamos en la estructura familiar.

La función comunicativa de los medios sería entonces el sustrato y fundamento de toda su actividad y la eficacia de las medidas que se propusieran se mediría en relación con el impacto sobre la permanencia de esa función como objetivo, pudiéndose crear mecanismos de vigilancia que mantuvieran el rumbo fijado.

Como indica Bockelmann (1985, p. 89): "una variación del modo comunicativo dominante es impensable sin la aceleración de los procesos de socialización y de participación dentro de los sistemas económico y político". La participación, entonces, debe concebirse como un elemento fundamental en la toma de decisiones a nivel político, siempre que quiera hablarse de democracia. Como propone Habermás (1989), es preciso concebir estructuras comunicativas

abiertas, donde "lo público se exprese como en un foro sin centro". Eso es lo que quizás no se ha tenido en cuenta no sólo en los países en los que perduran formaciones de representación muy alejadas de lo popular, sino aún en aquellos en los que el Estado Benefactor puede preciarse de trabajar "para el pueblo, pero ciertamente no lo hace por el pueblo" (Lasch, 1985). Este mismo autor propone encontrar "un sistema descentralizado de producción y de decisión en el que la participación se restaure como elemento central de la idea de democracia".

En ambas áreas (lo laboral y lo político) la participación queda, así, como puntal de la acción del individuo en sociedad. En otra de las áreas cubiertas por nuestro estudio, observamos también la necesidad de revalorar la cultura popular, como fuente de participación. Como hemos visto, no se intenta exacerbar el localismo, el nacionalismo o el regionalismo, sino reconocer el aporte básico de lo popular en la identidad personal y en la comunitaria, de manera de dar la magnitud que corresponde al "proceso histórico de formación de lo popular y el sentido social de las diferencias culturales: la exclusión, la complicidad, la dominación y la impugnación", según palabras de Martín Barbero (1987). Es esta apreciación del papel de lo popular la que permitirá poner en alto "su representatividad sociocultural en su capacidad de materializar y de expresar el modo de vivir y de pensar"; proceso de formación de identidad que este autor adjudica únicamente a la clase subalterna, pero que sin lugar a dudas la trasciende, para constituirse en su trato de todo el grupo social, en medio de expresión e identificación que toda la sociedad requiere.

Estos rasgos, provenientes del ámbito macrocomunicativo, revelan un alto grado de dificultad para su aplicación, dado que la misma supone un cambio estructural. Las experiencias a nivel de lo mesocomunicativo dependen, en mayor medida, del esfuerzo personal o del pequeño grupo, por lo que parece-

ría que pueden desarrollarse con más facilidad. Sin embargo, los esfuerzos por conformar vías facilitadoras de la comunicación en lo mesocomunicativo tienden a ser avasallados por lo masivo y no perduran. Esto puede deberse a que, como la estructura misma de la sociedad urbana se encuentra sustentada actualmente por los medios de comunicación masiva, existen resistencias ante cualquier intento de modificarlos. Además, como indica Lipovetsky (1986) el ser humano, a fuerza de recibir estímulos a través de los medios masivos, se ha acostumbrado a la "indiferencia por saturación, información y aislamiento" y le resulta demasiado arduo perder su apatía para comprometerse, participando. Tal es lo que ha sucedido con los proyectos de medios alternativos, que únicamente se mantienen por el esfuerzo de entrega de unos pocos o por el deseo de lucimiento de algunos otros, pero que son reconocidos como una opción de comunicación ante los medios masivos sólo por sus iniciadores.

Si se desea revertir el proceso que tiende a que los medios alternativos desaparezcan al disolverse o al transformarse en medios masivos, puede ser necesario reconocer para ellos la misma función como instrumentos comunicacionales que la propuesta en el ámbito macrocomunicativo. Así los medios alternativos mantendrían como objetivo la satisfacción de la necesidad de comunicación del ser humano, sirviendo de vehículo de expresión y de interrelación entre los miembros de la comunidad o grupo de que se trate.

De esta forma, cada una de las instancias (instituciones, grupos e individuos) que son partícipes del proceso de comunicación como receptores, podrían expresarse e intercomunicarse. Esta apertura a diferentes grupos quitaría el peso único de la selección de temas a los especialistas en la comunicación, que en este momento se hallan "excesivamente abastecidos de noticias, y al mismo tiempo subinformados" (Bockelmann, 1985). La pluralidad de

enfoques provenientes de los diferentes grupos que tendrían derecho a difundir su mensaje provocaría posiblemente una diversidad de formas de encuentro y repercutiría en una ampliación de los criterios de atención.

Quizás en este plano, como en tantos otros, sea necesario reconocer lo intrincadamente relacionados que se hallan los tres ámbitos que hemos considerado (micro, meso y macrocomunicativos) y también aquél que decidimos dejar de lado (megacomunicativo). Así, los resultados en el campo de la participación sólo podrán ser percibidos cuando los esfuerzos confluyan, tanto en como desde, el individuo. Por ello, poca repercusión hallará el fomento de la comunicación horizontal a nivel internacional, si la misma no es sentida como necesidad personal, que se evidencia desde el seno de la familia. Es decir que los mismos conceptos de fluidez, entronque con la realidad próxima, análisis e interpretación de la información, complementariedad y otros que exigimos de la comunicación en el ámbito macrocomunicativo, también pueden y deben ser aplicados en la esfera personal, en cuanto a la relación con el entorno más cercano, la familia.

En consecuencia, no podremos acusar a las nuevas tecnologías de ser, en sí, las causantes del aislamiento que padecen los habitantes de las grandes urbes. Es la forma de aplicación o de utilización de tales tecnologías dentro de cada estructura social, la que determina su función aislante o participativa. Como señala Martín Barbero (1986, p. 154), es preciso reconocer que "las modalidades de comunicación que los medios masivos inauguran no sólo provienen del fatalismo de la lógica mercantil ni se han producido por el vaciado del magma de la ideología dominante". Por el contrario, han sido hechos posibles "sólo en la medida en que la tecnología materializó cambios que desde la vida social daban sentido a nuevas relaciones y usos". La "anemia emocional" de la que habla Reisman (1981), o la indiferencia a la que se refiere Lipovetsky (1986), son las que socialmente mantienen al

individuo en su aislamiento, haciéndole postergar la búsqueda de sentido a través de la participación, o disfrazar ésta mediante formas sustitutivas. Por ende, para provocar un cambio sería necesario que los receptores abandonaran la pasividad ante el proceso de comunicación, en la que los confina haber asumido la norma social que les otorga ese papel pasivo que parece inevitable.

Para Bockelmann es necesario que el receptor preste "atención a su propia atención" y trascienda su postura ante el medio de comunicación masiva como un descanso, evasión o promoción del consumo, para transformarlo en una reflexión acerca de su acción y del desenvolvimiento de la sociedad a la que pertenece. Por otra parte, simultáneamente debería modificar su modo de relacionarse dentro de los términos que la comunicación interpersonal supone, para evitar caer en el aislamiento que se observa en ésta.

En forma semejante, la actividad del ser humano tendrá que alejarse de la alienación para permitirle expresarse. Como lo hemos visto, la autogestión puede ser un instrumento útil, sobre todo cuando abarca diferentes áreas de acción en donde interviene una misma persona (salud, arte, educación, deporte) sin restringir el modelo a lo laboral o lo productivo. En esta última área, además, su aplicación implica una nueva concepción del trabajo y de la producción, ya que como afirma Minc (1985): "El porvenir de la autogestión no descansa en la empresa, sino en la sociedad".

Así, el hombre se identifica y expresa en su 'bbrá', término que como indica Lefebvre (1972, p. 245) "ya no designa un objeto artístico, sino una actividad que se concibe y que reproduce sus propias condiciones". Esta labor individual, si se eleva a nivel social, "designa la actividad de un grupo que se apodera y se hace cargo de su papel y destino social; dicho de otro modo, una autogestión".

Las modificaciones propuestas podrían llegar a conformar una "revolución cultural", como la planteada por Lefebvre, que "tiene como meta y sentido la creación de una cultura que no sea institución, sino estilo de vida". Así, la que propuso este autor incluye una transformación que modifica "las relaciones afectivas e ideológicas", además de una "metamorfosis de la racionalidad en la planificación industrial", conjunta a un "programa político (concerniente al conjunto de la sociedad) y el dominio de lo económico". "Detener en la vía de la degradación a la vida urbana... inventar formas nuevas, permitir a éstas desarrollarse, abrir caminos ... desbordar las posibilidades del neocapitalismo y de la sociedad de consumo dirigido" (Lefebvre, 1972, p. 247), ésa sería la aplicación de la participación en la sociedad y en cada uno de sus miembros.

De esta manera, la modificación lograda sería tan amplia que abarcaría todas las distintas facetas en que el hombre exige la comunicación. De ser cubiertas, la capacidad de expresión del ser humano se habría expandido en grado tal que no requeriría encubrir su necesidad de comunicación en formas sustitutivas, que lo oprimen e incrementan su aislamiento.

**ANEXOS**

## B I B L I O G R A F I A (\*)

- BATESON, G. ET AL La nueva comunicación Kairóz, Barcelona, 1982
- BEJAR NAVARRO, RAUL "Qué es la cultura popular" Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales 25(95-96) :5-14 (en-jun) 1979
- BOCKELMANN, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- BOURDIEU, PIERRE Entretiens .6 La société La Decouverte, Paris, 1985
- BUSTAMANTE RAMIREZ, E. "Políticas de comunicación: un reto actual" En: MORAGAS, M. DE Sociología de la comunicación de masas Vol. IV p. 125-143, Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- CASTILLA DEL PINO, C. La incomunicación Península, Barcelona, 1979
- CAZANIAN, P. Entretiens .6 La société La Decouverte, Paris, 1985
- DORFLES, G. Nuevos mitos, nuevos ritos Lumen, Barcelona, 1985
- DUMONT, RENE La sociedad de consumo Salvat, Barcelona, 1973
- ECO, UMBERTO Apocalípticos e integrados Lumen, Barcelona, 1979
- ECO, UMBERTO La estrategia de la ilusión Lumen, Buenos Aires, 1988
- ELIADE, E. Entretiens 6 La société La Decouverte, Paris, 1985
- FLICHY, P. Las multinacionales del audiovisual Gustavo Gili, Barcelona, 1982
- FREUD, SIGMUND El malestar en la cultura Alianza editorial, Madrid, 1970
- GORZ, ANDRE "L'homme et la société de demain" En: Entretiens .6 La société p. 205-210 Ed. La Decouverte, Paris, 1985

(\*) Se incluyen únicamente los autores citados en el texto.

GUINSBERG, E. Control de los medios, control del hombre Nuevomar, México, 1986

HABERMAS, Jürgen Historia y crítica de la opinión pública Gustavo Gili, Barcelona, 1981

HABERMAS, J. Soberanía popular como procedimiento Conferencia patrocinada por el Instituto Goethe, México, Septiembre 11, 1989

HUSTON, L. "Les mensonges que l'on écrit pour se sentir honnêtes" Action communautaire 6(46): 5-13 (Automne) 1981

HUXLEY, A. Mundo feliz Bruguera, Barcelona, 1979

JONES, MAXWELL "Social learning" En: The Therapeutic Community Today Centro Italiano di Solidarieta, Roma, 1985

KAPLAN, MARC Estudios epidemiológicos en Salud Conferencia patrocinada por el Instituto Mexicano de Psiquiatría, México (Nov. 23) 1988

KÖNIG, R. "La autoconciencia del artista" En: Los artistas y la sociedad Alfa, Barcelona, 1983

KOSINISKI, J. Desde el jardín Javier Vergara, Buenos Aires, 1975

LASCH, C. Entretiens 6 La société p. 48-51 La Decouverte, Paris, 1985

LEFEBVRE, H. La vida cotidiana en el mundo moderno Alianza, Madrid, 1972

LEFEBVRE, H. "Les idées contemporaines" En: Entretiens avec Le Monde 3 La Decouverte, Paris, 1984

LEFORT, CLAUDE "Autour du marxisme" En: Entretiens 6 La société p. 166-172 La Decouverte, Paris, 1985

LIPOVETSKY, GILLES La era del vacío Anagrama, Barcelona, 1986

- MAORENZIC, C. Notas de la cátedra Sociología de la comunicación Maestría en Ciencias de la Comunicación FCPS, UNAM, México, 1987
- LOZADA, FERNANDO y KUNCAR, GADIVITA "Radios mineras" En: M. SIMPSON Comunicación alternativa y cambio social Vol. 1 Premia, México, 1986
- MARCUSE, HERBERT Razón y Revolución Alianza Ed. Madrid, 1971
- MARTIN BARBERO, J. "Mas-Mediación y discurso de lo popular" Cuadernos de Comunicación (160) : 17-22 (jun) 1980
- MARTIN BARBERO, J. "Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las trasnacionales" En: MORAGAS, M. DE Sociología de la comunicación de masas Vol. IV p. 165-182 Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- MARTIN BARBERO, J. De los medios a las mediaciones Gustavo Gili, México, 1986
- MARTINEZ PEÑALOZA, PORFIRIO "En torno a la fiesta en México" Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales 25(95-96): 155-162 (en-jun) 1979
- MATTERLART, A. "Veintitrés notas para un debate político sobre comunicación" En: MORAGAS, M. DE Sociología de la comunicación de masas Vol. IV p. 81-99 Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- MATTERLART, A. y MATTERLART, M. "Ruptura en la comunicación" En: GARRETON. M.A. (ed) Cultura y comunicaciones de masas Laia, Barcelona, 1976
- McBRIDE, SEAN "Un informateur pour une nouvelle opinion publique" En: Demain, l'informateur Ministère de la culture. Bruselles, 1982
- MELLUCCI, A. "The Symbolic Challenge of Contemporary Movements" Social Research 52 (4): 789-815 (Winter) 1985
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN La utilización de los medios de comunicación masiva en el abatimiento de la farmacodependencia Tesis para obtener el título de licenciatura en sociología, FCPS, UNAM, México, 1986

- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN Estupefacientes Pax México, 1988
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Consumismo y consumo de drogas" Uno más uno (junio 13) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "La cohesión en los grupos migrantes" Uno más Uno (Junio 20) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Por un nuevo sentido de comunidad" Uno más Uno (Agosto 1º) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Qué está en el juego" Uno más Uno (Noviembre 7) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "El hábito de comer mucho y mal" Uno más Uno (Noviembre 16) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Vivir para trabajar" Uno más Uno (Noviembre 21) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Riesgos de la teleadicción" Uno más Uno (Noviembre 28) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Estilo de compras, estilo de vida" Uno más Uno (Diciembre 5) 1987
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Proceso y cambio" Uno más Uno (Marzo 5) 1988
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Por una ecología social" Uno más Uno (Marzo 12) 1988
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Alcohólicos Anónimos como movimiento social" Uno más Uno (Marzo 13) 1989
- MILLE DE GARCIA LIÑAN, CARMEN "Narcosatánicos esa oscuridad que negamos" Uno más Uno (Mayo 13) 1989
- MINC, ALAIN Entretiens 6 La société La Decouverte, Paris, 1985

MORAGAS, M. DE "Importancia política de la noción de ámbito comunicativo" En: Sociología de la comunicación de masas Vol. IV p. 11-33 G. Gili, Barcelona, 1985

MOSCOVICI, SERGE "L'individu et la société" En: Entretiens 6. La société p. 69-77 La Decouverte, Paris, 1985

PAZ, OCTAVIO El laberinto de la soledad Fondo de Cultura Económica, México, 1972

PRADO PICO, E. "La comunicación alternativa: crisis y transformación" En: Sociología de la comunicación de masas Vol. VI G. Gili, Barcelona, 1985

PRIETO, FRANCISCO "Cultura formal y desarrollo social" Cuadernos de comunicación (84): 17-33 (Agosto) 1982

REICH, W. La psicología del fascismo Bruguera, Barcelona, 1980

REMUS, JOSE "Identificación e identidad" Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales (104-105): 357-406 (Abr-Sept.) 1981

REMUS, JOSE "El poder y las formas desestructuradas de la comunicación" Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales 34(131): 23-46 (En-Mar) 1988

RIESMAN, D. La muchedumbre solitaria, Paidós, Buenos Aires, 1981

RIMBAUD, ARTHUR "El tiempo de los asesinos" En: Peter Haining (Ed) El Club del Hashish p. 113 Taurus, Madrid, 1976

ROGERS, CARL "L'individu et la société" En: Entretiens 6. La Société p. 80-87 La Decouverte, Paris, 1985

SCHREIBER, MATHIAS "Los solitarios colectivizados" En: Los artistas y la sociedad p. 9-28 Alfa, Barcelona, 1983

SEPTIEN, JAIME "Radio cultural campesina, los conflictos de un modelo diferente" Uno más Uno México (Octubre 2): 22, 1988

SOMMERS, IRA "Pathological Gambling" Int. J. Addict 23(5): 477-490, 1988

THURN, H. P. "Sociología de las artes" En: Los artistas y la sociedad p. 79-153 Alfa, Barcelona, 1983

TOURAINÉ, ALAIN "An introduction to the study of Social Movements" Social Research 52(4): 749-787 (Winter) 1985

VIDELIER, PHILIPPE "El tiempo de las camisas negras" Le Monde Diplomatique (Jun) 1986 : 16-17

VILLAR, JOSEFINA "Comunicación participativa y educación popular" Cuadernos de Comunicación (55):27-35 (Enero) 1980

WATZLAWICK, P.; BAVELAS BEAVIN, J. y JACKSON, D. D. Teoría de la comunicación Humana Herder, Barcelona, 1987

YONNET, PAUL Juegos, modas y masas Gedisa, Barcelona, 1988

Glosario (\*)

ALIENACION: Desarraigo y extrañamiento respecto de la propia sociedad y cultura, por el cual los valores y normas compartidas por otras personas parecen carentes de sentido. Por consiguiente, el individuo se siente aislado, frustrado e impotente. (D.S.)

ANOMIA: Pauta de comportamiento uniforme suscitado por la estructura social competitiva que conlleva a una disociación entre las aspiraciones manifiestas y las latentes, impide la cohesión social y provoca la despolitización. (C.P.)

ANOREXIA: Pérdida o deficiencia de apetito. (P.W.)

BULIMIA: Apetito insaciable. (P.W.)

COMPORTAMIENTO ESTEREOTIPADO: Patrón de conducta que se repite con frecuencia, siguiendo una misma secuencia, sin que exista un objetivo consciente, acorde con el tiempo, energía o relevancia que se le concede dentro de la vida del individuo que lo lleva a cabo. (M.G.L.)

COMPULSION: Impulso irresistible de llevar a cabo algún acto. (P.W.)

COMUNICACION: Transmisión de información, ideas, actitudes o emociones de una persona, grupo (o institución) a otro u otros, principalmente mediante símbolos. (D.S.) Incluye la INTROSPECCION o autoreflexión. (MGL)

COMUNICACION APARENTE: Transmisión posible de mensajes que respete las restricciones temáticas y de contenido impuestas por las normas imperantes en cada grupo social. (C.P.)

(\*) Las palabras en MAYUSCULAS dentro del texto corresponden a términos definidos en este Glosario. Las siglas indican la fuente; su referencia se halla en xiii

**COMUNICACION DE MASAS:** Forma de COMUNICACION SOCIAL en la cual emisor y receptor están involucrados desde una situación concreta. Un aparato técnico- organizativo interrumpe y reemplaza al contacto personal. El término masa se refiere a la posibilidad de una aplicación masiva de determinados contenidos, a un público amplio, disperso y en un principio ilimitado. (F.B.)

**COMUNICACION INTERPERSONAL:** Se caracteriza por un cambio de posición constante entre emisor y receptor. (F.B.)

**COMUNICACION PROFUNDA:** Ver NIVEL PROFUNDO DE COMUNICACION.

**COMUNICACION REAL:** Ver NIVEL PROFUNDO DE COMUNICACION.

**COMUNICACION SOCIAL:** Forma de circulación de signos (lenguaje, gesticulación, mímica y otros sistemas acústicos y visuales) a través de distintos canales que unen al emisor (comunicador) con el receptor (oyente, observador). La conexión se efectúa a través de una coordinación selectiva de estados del emisor o receptor con la estructura de signos.(F.B.)

**COSIFICACION:** Conversión en cosa/personaje, que brinda seguridad al permitir la inserción en el grupo social a través del desenvolvimiento impersonal y la limitación del pensamiento al plano de lo concreto. (C.P.)

**DEPENDENCIA:** Está conformada por patrones de comportamiento en los que se evidencia una reiteración estereotipada, de la que resulta difícil prescindir sin percibir molestias (vacío, angustia, inseguridad). (M.G.L.)

**ENTENDIMIENTO:** Comprensión de significado, en relación a los mensajes emitidos, que es imprescindible para que exista un proceso de COMUNICACION, pero que no implica un NIVEL PROFUNDO DE COMUNICACION. (C.P.)

**ESTATUS:** Posición de una persona (objeto, situación, actividad) en cuanto a la jerarquía social, a la que se equipara con rango y prestigio. (DS-M.G.L.)

**ESTEREOTIPO:** Generalización distorsionada o incompleta sobre un grupo o categoría de personas que es exagerado o simplificado. (D.S.)

**FARMACODEPENDENCIA:** Síndrome que se manifiesta mediante tipos de comportamiento según los cuales el uso de una determinada droga psicotrópica, o de una clase de drogas de esa naturaleza, adquiere mucha mayor importancia que otros tipos de comportamiento antes predominantes. (D.P.S.)

**FETICHISMO:** Ver FETICHIZACION.

**FETICHIZACION:** Proceso en el que se sustituye la COMUNICACION entre personas y de éstas con la realidad a través de la posesión ilusoria de un objeto o persona sobre la que se puede demostrar dominio. (C.P.)

**FRAGMENTACION DEL PUBLICO:** Se presenta cuando los receptores de mensajes de medios masivos se reparten entre diferentes opciones, según sus preferencias por una programación concreta. (G.R.)

**HOMEOSTASIS:** Tendencia de un organismo (persona, grupo, institución) a mantener constante el estado en que se encuentra y a actuar sobre su entorno con miras a corregir las variaciones que pueden aparecer. Para esto se sirve de los mensajes que vienen del exterior, a fin de establecer una acción reguladora y estabilizadora. (D.C.)

**IDENTIFICACION:** Proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste. La personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones. (D.P.)

**IDEOLOGIA:** Concepción del mundo, de los hombres y de las relaciones sociales determinadas por intereses de clases, es decir, como una distorsión de la realidad. (D.S.)

**INCOMUNICACION:** Situación por la que se establecen sólo contactos periféricos entre los miembros de un grupo social, de manera que existe ENTEN\_ DIMIENTO entre ellos, pero no un NIVEL PROFUNDO DE COMUNICACION. (C.P.)

**INCOMUNICACION JUDICATIVA:** Proceso de rechazo de la realidad justificado mediante juicios de valor negativos, que provienen de condicionamientos de clase, racionalizados, que representen la ideología de ese grupo social. (C.P.)

**INCOMUNICACION PREJUDICATIVA:** Proceso generado por la actitud negativa y la conducta estereotipada ante la realidad, por temor a la ansiedad que provoca lo no definido. Es inducida por los agentes socializadores desde la infancia. (C.P.)

**INDIVIDUALIZACION:** Ruptura de los lazos del grupo y emergencia de individuos que carecen de fuertes sentimientos de lealtad grupal y que no man tienen relaciones primarias íntimas y duraderas con otras personas.(D.S.)

**INDIVIDUALIZACION DEL PUBLICO:** Se presenta cuando los receptores de mensajes de medios masivos se transforman en usuarios, que eligen el programa que desean en el momento que lo deseen, como si se tratara de un ban co de datos. (G.R.)

**INERCIA:** Tendencia atribuida a rasgos que persisten después de haber sobrevivido a la función que cumplían y para la que se iniciaron (D.S.)

**INTROSPECCION:** Forma de observación en la que una persona considera sus propias experiencias (D.S.) (o toma una postura ante una situación o conceptualización ) (M.G.L.)

**MACROCOMUNICATIVO:** Ambito en el que el proceso de comunicación se realiza a escala nacional, de una región de un mismo país o de una ciudad. El agente difusor o emisor no conoce en forma personal a su público receptor y la elaboración de los mensajes proviene de una estructura industrial. (M.G.L.)

**MEDIACION:** Articulación entre práctica de comunicación y movimientos sociales, o las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales. (M.B.)

**MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL:** Fuente de comunicación organizada en forma compleja, capaces de una divulgación simultánea, que presuponen un alto grado de parcelación del trabajo y obligan a una gran inversión. (F.B.)

**MEDIOS MASIVOS:** Ver MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

**MEGACOMUNICATIVO:** Ambito en el que el proceso de comunicación se realiza a nivel internacional, con amplia utilización de tecnología (M.G.L.)

**MESOCOMUNICATIVO:** Ambito en el que el proceso de comunicación se realiza entre personas que viven en una misma comunidad geográfica o poseen rasgos culturales o de interés común y que, aún si pueden conocerse, no han llevado una interrelación continua ni profunda. (M.G.L.)

**MICROCOMUNICATIVO:** Ambito en el que el proceso de comunicación se realiza mediante relaciones interpersonales, entre amigos, compañeros de trabajo, familia, vecinos, por lo que existe una cierta comunidad entre las personas que se comunican, tanto si lo hacen directamente como a través de algún medio. (M.G.L.)

**NIVEL PROFUNDO DE COMUNICACION:** Proceso de comunicación en que cada sujeto que interviene se muestra como persona ante el otro, dejando de lado el mantenimiento de su imagen o lo que las normas sociales y la competitividad postulan. (C.P.)

**PARTICIPACION:** Proceso de involucración consciente de una persona en algún tipo de acción, en la que se perciba como sujeto. (M.G.L.)

**PATERNALISMO:** Tipo de liderazgo en el cual los que ocupan una posición dominante proveen a las necesidades de los subordinados a cambio de lealtad y obediencia. (D.S.) Abarca también las actitudes protectoras de la élite hacia la masa, así como las de las autoridades hacia el público. (M.G.L.)

**PATRON DE COMPORTAMIENTO:** Secuencia de acción relativamente uniforme y observable de personas o de grupos, en respuesta a un tipo determinado de situación. (D.S.)

**PAUTA DE CONDUCTA:** Ver PATRON DE COMPORTAMIENTO.

**RITO :** Desenvolvimiento de una actividad motriz que se exterioriza a través de recursos particulares tendente al logro de una determinada función, que podrá tener carácter sagrado, bélico, político, lúdico, artístico, psicopatológico, tecnológico, etc. (G.D.)

SEGMENTACION DEL PUBLICO: Se presenta cuando los receptores de mensajes de medios masivos se reparten de acuerdo al género de su preferencia, de manera que existen medios especializados en cada uno de éstos: música, deportes, cine, información, etc. (G.R.)

SIMBOLO DE ESTATUS: Cualquier marca, objeto, palabra o actividad visibles, cuya finalidad es poner de manifiesto ante los demás su ESTATUS o las as piraciones en materia de ESTATUS de un individuo o grupo. (D.S.)

SUBCULTURA: Parte de la cultura total de la sociedad, que difiere de la misma en algunos aspectos; por ejemplo, en el lenguaje, en las costumbres, en los valores o en las normas sociales. (D.S.)

SUSTITUCION: Reemplazo de una meta o satisfacción inalcanzable por otra posible de obtener. (D.S.)

TENDENCIA: Pauta o secuencia recurrente de conducta, en cierta dirección, durante un período. (D.S.)

#### REFERENCIAS

- C.P. Castilla del Pino, C. La incomunicación Península, Barcelona, 1979
- D.C. Moles, A. (ed.) Diccionario de comunicación Mensajero, Bilbao, 1975
- D.P. Laplanche, J. y Pontalis, J. Diccionario de psicoanálisis Labor, Barcelona, 1971
- D.S. Theodorson, G. A. Diccionario de sociología Paidós, Buenos Aires, 1978
- E.G. Guinsberg, E. Control de los medios, control del hombre Nuevomar, México, 1986
- F.B. Bockelmann, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública Gustavo Gili, Barcelona, 1985
- G.D. Dorfles, G. Nuevos mitos, nuevos ritos Lumen, Barcelona, 1985
- G.R. Richeri, G. "Nuevas tecnologías e investigaciones sobre la comunicación de masas" En Sociología de la comunicación de masas G. Gili Barcelona, 1985
- M.B. Martín Barbero, J. De los medios a las mediaciones G. Gili, México, 1986
- M.G.L. Millé de García Liñán, Carmen (material del autor)
- O.P.S. Edwards, G. y Arif, A. "Nomenclatura y clasificación de problemas relacionados con el consumo de drogas y alcohol" Bol. O.P.S. (Nov.) 1982

P.W. ... Watzlawick, Paul Teoría de la comunicación humana Herder, Barcelona, 1981.