

**COMUNICACION Y PERESTROIKA****10**

El vertigo de la perestroika y la glásnost cambiaron a la Unión Soviética, al mundo. Y por supuesto a los medios de comunicación. Bien. Muy bien. Pero parte de las donaciones e inversiones internacionales previstas para América Latina se trasladan hacia la URSS.

Rudolf Prevrátil, Máximo Simpson, Leonid Ionin, Robert Ball, Jan Steiner, Serguei Zalyquin, Tito Drago, José Insulza, Attilio Hartmann, Gino Lofredo, Asdrúbal de la Torre, Juan Braun.

PRENSA Y ESTADO**64**

Todo Estado realiza esfuerzos para manejar la imagen del país. Para eso se vale de las relaciones públicas, publicidad, prensa y propaganda. Están los especialistas. Se destacan los norteamericanos.

Michael Kuncksik, Ramón Zorilla, Daniel Raffo, Alejandro Alfonso, Luis E. Proaño, Fausto Jarrín, Andrés León.

**4 DIALOGOS SOBRE PERESTROIKA**

Heinrich Bischof (húngaro-alemán), <i>Juan Braun</i>	54
Vitali Vitaliev (ruso), <i>Adam Feinstein</i>	56
Eduardo Galeano (uruguayo), <i>Kintto Lucas y Rosa Rodríguez</i>	59
Juan Hernández (cubano), <i>Kintto Lucas y Rosa Rodríguez</i>	61

NOTICIAS	2	AFRICA	7
ACTIVIDADES DE CIESPAL	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
		LIBROS	99

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Chasqui no podía ignorar los tremendos y acelerados cambios que se suceden en la Unión Soviética, Europa y el mundo como consecuencia de la perestroika y glásnost. La apertura ha tocado a todos los sectores pero, en particular, a los medios de comunicación. Los medios se privatizan. Se aprueban nuevas leyes de prensa. La crítica retoma su lugar. La censura se acaba. ¡Libertad y transparencia!

Pero Rusia y los países del Este abandonan el Nuevo Orden de la Información y de las Comunicaciones. Y disminuyen sus relaciones con el Tercer Mundo. Ojalá no entremos en la era Este contra Sur.

Los Estados y compañías especializadas en imagen, han desarrollado métodos sutiles para ganarse la opinión pública. Las Secretarías de Prensa son, a veces, simples aparatos de propaganda, relaciones públicas y publicidad. Las tecnologías de comunicación, facilitan el trabajo de los modernos Machiavelos. ¡Cuidado con los príncipes... y el Estado!

La tapa de CHASQUI, Mijail Gorbachov, un gran comunicador; porque supo escuchar e interpretar a su pueblo y a los pueblos del mundo. Pedían democracia, pluripartidismo, privatización, mejor estilo de vida, una prensa libre y crítica. Y Gorbachov les dio perestroika y glásnost. Tuvo coraje. El mundo es otro.

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Luigi Stornaiolo y Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX: (593-2)502-487

Máximo Simpson

Más allá del leninismo y conductismo

Las opciones transformadoras de una sociedad necesitan, ante todo, un marco teórico-ideológico. Las teorías comunicacionales de concepción conductista-neoconductista por un lado y las elitistas-leninistas por el otro, están basadas en conceptos autoritarios. Deben buscarse las que permiten un mayor equilibrio entre receptores y emisores, es decir, un verdadero proceso comunicacional.

Las extrapolaciones conceptuales desde el campo de la psicología conductista al ámbito histórico-social obstaculizan, desde hace muchas décadas, con su reduccionismo extremo, la comprensión de los fenómenos de la comunicación social.

Las viejas teorías del estímulo-respuesta, tales como el conductismo watsoniano, la llamada Ley del Efecto, que se proponía demostrar la importancia central del premio y del castigo (Thorndike), y el condicionamiento clásico (Pavlov) u operante (Skinner), comparten un denominador común: Privilegian a los agentes externos como factores determinantes de la conducta.

Con prescindencia de los méritos o deméritos de tales teorías —cuya evaluación no es objeto de este trabajo— las mencionadas extrapolaciones se han usado ideológicamente para respaldar posiciones autoritarias en materia político-social. Tales concepciones de cuño biológico, dice Patricia Néve, intentan “reducir lo social a lo animal, hacer abstracción de la historia y de las relaciones sociales”.¹

Máximo Simpson, argentino. Catedrático Universitario, Periodista y Escritor.



El poder suele ver al hombre como un autómatas al que hay que llenar de

Así se pretenden legitimar las tecnologías del control social, que incluyen el mantenimiento o el cambio de la conducta y cuyo manejo se reserva a los especialistas. B. F. Skinner, con su proverbial carencia de inhibiciones, lo dice claramente en su libro *Más allá de la libertad y de la dignidad*: “...controlar a la población en conjunto es cuestión que hay que dejar en manos de especialistas —policía, sacerdotes, propietarios, maestros, terapeutas, etcétera— con sus reforzadores igualmente especializados y sus contingencias codificadas”.²

En esta línea de reflexión queremos señalar de qué manera se manifiesta, en el campo de la comunicación social, tal convergencia de ciertas corrientes de la investigación científica y del pensamiento político autoritario. Un ejemplo ilustrativo, acerca del cual no se ha reflexionado suficientemente, es el de la conjunción del leninismo con esas corrientes de la investigación científica, sobre la base de las mismas extrapolaciones conceptuales propias de la escuela estadounidense.

Por su carácter explícito, el caso de Camilo Taufic —cuyo libro *Periodismo y lucha de clases* ha tenido gran difusión en América Latina— es sin duda paradigmático. En afinidad con Skinner, para este autor, que se inspira además en la cibernética y en Lenin (la vanguardia político-ideológica como depositaria del saber y emisora privilegiada del dis-

curso social), los problemas de la comunicación en las sociedades modernas se reducen a la eficacia del control y de la dirección desde la cima del poder. Según Taufic, “informar” equivale a “dirigir”³ y afirma explícitamente: “Información y dirección son equivalentes dentro de un mismo sistema dinámico complejo, ya se trate de una máquina, de un ser vivo o de una organización social”.⁴

En el campo de las teorías y de las políticas de comunicación social, la comunicología de inspiración leninista (y cibernética) coincide plenamente con las posiciones aparentemente antagónicas del autoritarismo de derecha, como veremos luego con más detalle.

CIENCIA Y CONTROL SOCIAL

En una exposición sobre los aspectos ideológicos vinculados con las teorías conductistas, Otto Lerbinger sostiene que las técnicas de persuasión constituyen una alternativa al uso violento del poder y explica: “Por esta razón los seminarios y talleres de trabajo sobre la persuasión se han hecho populares entre los ejecutivos, funcionarios del gobierno, oficiales militares y directivos educacionales”.⁵

En el prefacio de su libro sobre el tema, este autor señala que la función principal de la actividad persuasora es la de “formar y cambiar los valores, creencias, actitudes y conductas de otras



Contenidos

personas", como "intento de control del comportamiento humano". Todo ello parecería legitimar el desarrollo de una "ingeniería del consentimiento" (Eduard L. Bernays), cuyo objetivo final es crear lo que Wright Mills llamó el **analfabeto psicológico** y Andrew Hacker el **hombre predecible**. En una célebre discusión con Carl Rogers, Skinner afirma: "El control que Maquiavelo analizó y recomendó, como la mayor parte del control político, se logra a través de técnicas que resultan aversivas para los controlados".

Wolff señala que el hombre es visto como un autómatas al que hay que llenar de contenidos. Por eso se jactó, en un raptó de soberbia "científica": "Denme una docena de lactantes sanos, bien formados, y me comprometo a hacer de cada uno de ellos, al azar, cualquier tipo de especialista: Médico, abogado, artista, jefe de ventas e incluso mendigo y ladrón, independientemente de su talento, tendencias, vocaciones y la raza de sus antepasados".⁶

Entre las diversas técnicas en que se inspiran quienes se proponen coadyuvar a tales propósitos de control social, hay que mencionar en primer término dos principios de la psicología conductista: El primero establece que si a una conducta le sigue un estímulo reforzante, la repetición de dicha conducta se hará más probable en futuras situaciones similares. El segundo implica que cuan-

to más reciente es la respuesta que se ha dado a un estímulo, más alta es la probabilidad de que aquella se vuelva a producir.

Reflexiona Skinner: "Deberíamos seguir el camino que nos trazan la física y la biología. Deberíamos prestar atención directamente a la relación existente entre la conducta y su ambiente, **olvidando supuestos estados mentales intermedios** (...) para llegar a un análisis científico de la conducta no necesitamos intentar descubrir qué son y qué no son personalidades, estados mentales, sentimientos, peculiaridades del carácter, planes, propósitos, intenciones o **cualquier otro requisito de un problemático hombre autónomo**."⁷ (El subrayado es mío. MSG.)

Sin embargo, como no se puede hablar de modificar la conducta sin remitirse de alguna manera a los valores, éstos reaparecen finalmente. Veamos de qué manera. Postulada la necesidad de una tecnología de la conducta, Skinner va más allá y afirma que la misma debe aplicarse a la tarea de **diseñar intencionalmente una cultura**.

Complementariamente, se erige a la **eficacia** como un valor que estaría, por decirlo así, más allá de los valores: "Diseñar una cultura es parecido a diseñar un experimento; se preparan convenientemente las contingencias, y los

efectos son observados. En un experimento estamos interesados en lo que sucede; al diseñar una cultura, **lo que nos interesa es si funcionará o no**."⁸ (El subrayado es mío. MSG.)

Y poco después, Skinner apela al **Futuro** como otro "valor" al que deben subordinarse nuestros contemporáneos. Coincidiendo con la vasta literatura del período estalinista, que justificaba la restricción de las libertades y el ejercicio del terror en nombre de las futuras generaciones, afirma nuestro ideólogo-científico: "El problema estriba en diseñar un mundo que sea del agrado, no de las personas como ellas son en la actualidad, sino de las que vayan a vivir en él (...) Un mundo que fuera del agrado de las personas que lo habitan no haría sino perpetuar el **statu quo**."⁹

Todo lo anterior nos lleva —aunque a esta altura pueda parecer superfluo— a interrogarnos sobre lo siguiente: **¿Quiénes** serán los especialistas y a partir de qué **criterios** y **valores** modificarán la conducta? ¿A partir de qué sistema de valores se creará esta **nueva cultura** y el nuevo **tipo de hombre** que de ella derive? Al margen de sus acrobacias retóricas, Skinner lo dice claramente —como ya vimos más arriba— cuando se refiere al control: No debemos preocuparnos por tales interrogantes, pues de todo ello se encargarán los aparatos del poder y sus servidores.

EL PAPEL DEL AGENTE EXTERNO

Según el análisis anterior, el conductismo, con su reduccionismo biológico-mecanicista, privilegia la acción de los agentes externos como factores determinantes del comportamiento. Y ello a su vez constituye la coartada pseudocientífica (no siempre imputable a la teoría ni a todos los investigadores de esta corriente) para justificar la manipulación indiferenciada y conjunta de ratas, palomas, perros, seres humanos aislados y sociedades enteras.

En este último aspecto, hay sorprendentes analogías, corroboradas por la práctica política y social-comunicacional, entre algunas concepciones y usos del conductismo y el pensamiento de Lenin, así como con el de sus prolongaciones estalinistas y maoístas.

Para empezar, diremos que aunque el leninismo tiene como objeto influir en la **conciencia**, mientras que el conductismo la ignora como simple excrecencia metafísica (para concentrarse en

el **comportamiento objetivo**, observable y cuantificable), en ambos casos se tiende a un propósito semejante: Reforzar o modificar la conducta. Y en ambos casos, el individuo y la masa son vistos como meros objetos de un manipulador externo, trátase del terapeuta-policía skinneriano o de los educadores omniscientes de la "vanguardia" política-ideológica, que también suelen vestir el uniforme de los guardadores del orden.

Citando a Kautsky, en *¿Qué hacer?*, Lenin dice: "Pero el portador de la ciencia no es el proletariado sino la **intelectualidad burguesa** (*subrayado por C.K.*):

se debe **llenar, educar, dirigir**, para que adquiera conciencia de su papel histórico y pueda, así, **modificar su comportamiento...** De ahí que los medios sean considerados también como simples instrumentos de agitación y propaganda para aplicar, con otros nombres, algunas técnicas conductistas tales como las de reforzamiento, extinción, moldeamiento y encadenamiento.

Pero quien ha llevado más lejos los procedimientos para la manipulación de masas ha sido Mao Tse-Tung, cuya estrategia global recuerda los principios de **condicionamiento contiguo y estímulo-movimiento**. A fin de saturar a las masas

Según Liu, los esfuerzos de Mao para integrar los medios masivos con la comunicación oral fracasaron finalmente, al entrar "en conflicto con el intelectualismo y el profesionalismo" de los comunicadores", por lo que Mao se inclinó después por la agitación oral directa. Pero lo importante para nosotros no es el éxito o el fracaso de tal experiencia, sino el intento de remodelar al hombre y a la sociedad entera a partir de una concepción voluntarista y radical acerca de los procesos de formación de la conciencia. En este sentido, cabe observar que la combinación radioemisoras-altavoces se complementa con el **control total** de todos los medios de comunicación e información. Así, desde el Consejo de Estado y el Comité Central del Partido hasta la última sala comunal y estación cultural de brigada de producción, todos los medios (prensa escrita, libros, folletos, cine, radio, altavoces, etcétera) configuran una inmensa correa de transmisión supervisada por el poder. De tal modo, el arco que lleva de Watson y Skinner a Mao se cierra bajo un signo común: El propósito de modelar al hombre y a la sociedad a partir de la voluntad de un agente externo. (El hecho de que Mao haya aplicado las técnicas conductistas en forma probablemente no consciente y de manera un tanto burda, no invalida las afinidades señaladas respecto de dichas técnicas).



es el cerebro de algunos miembros de esta capa de donde ha surgido el socialismo moderno (...) De modo que la conciencia socialista es algo **introducido desde fuera** (...) De acuerdo con ello, ya el viejo programa de Einfeld decía, con todo fundamento, que es tarea de la socialdemocracia el llevar al proletariado la **conciencia** de su situación (literalmente: **llenar** al proletariado de ella) y de su misión."¹⁰

Intencionalmente, hemos subrayado "introducido desde fuera" y "llenar", por su notable coincidencia con el vocabulario conductista. De tal manera, no es extraño hallar otras similitudes, como la idea de que los medios masivos y las organizaciones sociales son meras "correas de transmisión" desde la cúpula dirigente a la base, lo cual justificaría el monopolio de esos medios por parte del poder, que se ejerce en nombre de la clase bajo tutela: Es la clase a la que

con el discurso oficial, para cambiar su estado de conciencia, Mao acudió a la movilización directa y a una combinación de medios que implicaba una auténtica innovación; aparte de las reuniones de discusión, de las asambleas y otros procedimientos convencionales en fábricas y comunas, la articulación de radiodifusión y altavoces permitió cubrir la totalidad del territorio chino.

Según Liu, se pretendía reformar el pensamiento popular y precipitar la conciencia de las masas, "por medio de una adoctrinación intensiva en campañas concentradas". Y para ello, nada mejor que **organizar al país para escuchar**; es decir, cristalizar a la población en el papel único de **múltiple receptor pasivo**. La meta, decía la voz oficial, era "hacer que todos los rincones de la nación escuchen la voz de Mao Tse-Tung y la llamada de lucha del Comité Central."¹¹

La teoría leninista sobre la formación de la conciencia de clase, en conjunción con la teoría del partido de vanguardia y la teoría de las correas de transmisión, configura un cuerpo ideológico y teórico global. Entre los rasgos comunes de tales formulaciones cabe señalar, fundamentalmente, el énfasis puesto en el **factor externo** (los intelectuales portadores del saber, el Partido-agente de la Revolución, el Partido-Estado que articula y controla los mecanismos de las correas de transmisión) como **Sujeto privilegiado** de los procesos políticos-sociales.

De tales concepciones puede inferirse una teoría de la comunicación social que remite, paradójicamente, al célebre paradigma de Laswell, que constituye uno de los fundamentos de la tradición conservadora norteamericana en la materia.

Saperas,¹² para demostrar la afinidad del paradigma de Laswell con la teoría conductista del estímulo-respuesta propone el siguiente esquema:¹³

COMUNICACION Y PERESTROIKA

A partir del Paradigma de Lasswell	Quién Emisor (Partido-Estado).	Dice qué Mensaje Propaganda político-ideológica.	En qué canal Medios masivos y organizaciones sociales - correas de transmisión (canales organizativos).	A quién Audiencia de los medios masivos - Miembros de las organizaciones sociales.	Con qué efectos Ideológicos: Mayor conciencia de clase - Modificación de la conducta.
------------------------------------	--	--	---	--	---

A partir de las teorías del estímulo-respuesta.	Sujeto estimulador (Partido - Estado)	Estímulos (Comunicativos.) Prop. Pol. Ideológica.	Instrumento de estimulación Discurso de los medios masivos y de las organizaciones sociales.	Sujeto experimental Audiencia de los medios masivos - Miembros de las organizaciones sociales.	Efectos Ideológicos: Mayor conciencia de clase - Modificación de la conducta.
---	---	--	--	--	---

Aunque existen varias teorías del estímulo-respuesta, puede afirmarse que, desde el punto de vista técnico, en términos generales "el E-R se refiere a la concepción del aprendizaje como el establecimiento de eslabones asociativos entre los

procesos sensoriales y motores". C.S.Hall y G. Lindzey, **La teoría del estímulo-respuesta y la personalidad**, Bs. As., 1a. ed., Bibl. del Hombre Contemporáneo 284, Ed. Paidós, 1974, p.9.

Se advierte en estos esquemas el predominio del **Emisor-Sujeto experimental** sobre el polo que se concibe como pasivo, es decir, el destinatario del mensaje y/o del estímulo producido por el Sujeto (Emisor / Estimulador). En ambos casos existe un **elemento externo** que se asume como **Sujeto absoluto** y que posee el saber y el poder

Fundamentos teórico-ideológicos:

- a) Teoría leninista de la conciencia de clase.
Teoría leninista del partido de vanguardia;
Teoría leninista-staliniana de las "correas de transmisión";
- b) Teorías conductistas del estímulo-respuesta*

que le permiten actuar con el propósito de lograr una respuesta (ideológica y/o conductual).

Nos permitiremos proponer aquí, sobre la base de lo anterior, un esquema comunicacional tentativo que ilustra nuestros puntos de vista respecto a la convergencia del leninismo y neoconductismo:

PARADIGMA DE LASSWELL	Quién Comunicador	Dice qué Mensaje	En qué canal Medium-canal	A quién Receptor	Con qué efecto Efectos
-----------------------	-----------------------------	----------------------------	-------------------------------------	----------------------------	----------------------------------

TEORIA ESTIMULO - RESPUESTA	Sujeto estimulador	Estímulos (comunicativos)	Instrumentos de estimulación	Sujeto experimental	Respuesta (conducta)
-----------------------------	---------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------	----------------------------------

ACERCA DE ELITES Y MASAS

A partir de algunos textos del marxismo clásico y sin que ello implique una adhesión total a su corpus teórico —no exento de ambigüedades y contradicciones—, es posible inferir elementos complementarios para una teoría democrática de la comunicación social. Tal teoría democrática, cuyo núcleo definitorio radica en la posibilidad real de la **ambivalencia de roles entre emisor y receptor**, puede contraponerse a la teoría y la práctica de la izquierda autoritaria, heredera de concepciones funcionalistas y neoconductistas. Concepciones que tal izquierda crítica sin lograr desprenderse de sus presupuestos fundamentales, entre los que hay que señalar la absoluta **supremacía** de las clases dirigentes como emisoras y difusoras monopólicas del discurso social, sobre los receptores compuestos por las grandes mayorías. Esta incongruencia deriva de concepciones políticas y filosóficas leninistas en las que no hay lugar para la alteridad, para el disenso, para la circulación de un discurso multidireccional y plural, emanado de las bases mismas de la sociedad.

De ahí los artículos constitucionales (en la URSS y en la mayoría de los países del "socialismo real") en los que **una minoría se autocalifica**, por sí y ante sí, como el sector "más consciente" y "el guía" natural de la sociedad; de ahí, también, el control monopólico que tales minorías ejercen sobre las estructuras de comunicación e informa-

ción, desde los medios masivos y los repositorios documentales hasta las organizaciones sociales convertidas en **meras correas de transmisión** del aparato de poder, según la clásica descripción de Stalin en **Los fundamentos del leninismo** y en **Cuestiones del leninismo**.

Como es posible advertir, desde tales posiciones se llevan a cabo dos operaciones simultáneas: Primero, se transforma el mero discurso en fuente de la conciencia social, ignorando la categoría marxista de la praxis y se coincide con las **ideologías del control social** que se nutren de las experiencias conductistas y neoconductistas; y segundo, se promueve en el ámbito específicamente comunicacional (y no solo en éste) la **división jerárquica del trabajo entre emisores y receptores**, entre los que hablan y los que escuchan, entre los que mandan y los que obedecen; es decir, entre los que poseen el monopolio del discurso, sustentado en el monopolio del poder político y económico, y el conjunto de la sociedad civil asfixiada por el Estado tentacular.

Asentada la reflexión anterior, conviene hacer hincapié en las palabras iniciales de los Estatutos Generales de la Asociación Internacional de los Trabajadores, redactados por Marx en 1864, al ser fundada la Primera Internacional: "Considerando: que la emancipación de la clase obrera debe ser obra de la propia clase obrera..."¹⁴

He aquí, en muy pocas palabras, una concepción **antiautoritaria** de la que pueden inferirse interesantes consecuencias desde el punto de vista comunicacional. El énfasis puesto en la **autoemancipación** del proletariado implica en primer lugar que éste, como expresión de las mayorías sociales, se constituye en el **emisor y receptor de su propio discurso histórico**, es decir, que **determina su propio destino** sin necesidad de élites clarividentes que decidan por él.

La idea explícita en **¿Qué hacer?** y en otros textos de Lenin, según la cual la conciencia socialista es algo introducido desde fuera por una élite ilustrada, halla su expresión jurídica en las "Constituciones políticas" y en muy variados documentos del "socialismo real".

Estamos, una vez más, ante las convergencias autoritarias que gravitan sobre gran parte del pensamiento social-comunicacional y que constituyen un obstáculo a superar para la aprehensión de nuestra realidad y para la formulación de opciones en una dirección genuinamente democrática.

EPILOGO: MAS ALLA DEL CONDUCTISMO Y DEL LENINISMO

Refiriéndose al significado social de la relación emisión-recepción, dicen Abraham Moles y Claude Zeltmann: "En una sociedad totalmente democrática e irrealizable habría la misma cantidad de emisión que de recepción".

ASSINE SEXUS

Um estudo
multidisciplinar da
sexualidade
humana

• *Editora Científica*
NUDES

BEMFAM
Sociedade Civil Bem-Estar Familiar no Brasil
Av. Chile, 230 — 17º andar — CEP 20031
Rio de Janeiro — RJ

Y agregan: "Más genéricamente, en un grupo social se definen los distintos papeles por la relación existente entre las tasas de recepción y las tasas de emisión. Hay personas o sistemas (el profesor, el jefe) cuya actividad consiste sobre todo en emitir y otras cuya actividad es solo receptora". Todo lo cual lleva a estos autores a la siguiente conclusión: "Cabe, pues, definir los tipos de sociedad por su relación media de emisión-recepción".¹⁵

Esta última afirmación, complementaria de las anteriores, constituye de hecho un principio metodológico que a nuestro juicio puede ser muy fecundo para investigar modelos de sociedad a partir de los modelos comunicacionales, ya que la comunicación no es un mero fenómeno superestructural sino constitutivo de lo social. Por ello, también es posible inferir las concepciones sobre la comunicación social que se hallan explícita o implícitamente presentes en las teorías políticas, a partir del tipo de articulación que se promueva entre élites y masas, sin importar el sello ideológico nominal en que tal tipo de articulación se sustente.

Si partimos de la comprobación empírica de que el poder de emisión es, en todos los niveles, consecuencia y expresión a la vez del poder de decisión en los problemas básicos de toda comunidad, veremos que la concentración del poder económico y político implica, desde el punto de vista comunicacional, la concentración del poder de producción y difusión del discurso social. Al limitarse la capacidad de emisión a los grupos minoritarios que ejercen el poder político y económico, las mayorías sociales son mantenidas o transformadas en masas meramente receptoras de mensajes. Es decir, se produce un desequilibrio entre las tasas de emisión y de recepción, desequilibrio que expresa las relaciones reales de poder en el conjunto de la sociedad.

A partir de esta concepción y del análisis de sus implicaciones, es posible realizar: a) Un diagnóstico que, más allá de las máscaras ideológicas, nos muestre el perfil real de las estructuras políticas y económicas y de las relaciones de poder en cualquier sistema; y b) una relectura de los movimientos sociales tendencialmente autogestiona-

rios y descentralizadores como un intento por romper el desequilibrio entre las tasas de emisión y de recepción; o dicho de otro modo, como el empeño por descentralizar los mecanismos de generación de mensajes, a fin de aumentar los promedios de emisión. Se trata, en todos los casos, de la saludable subversión de los receptores.

La división jerárquica del trabajo entre emisores y receptores, entre dominantes y dominados, tiene una de sus fuentes teórico-ideológicas en la convergencia del leninismo y el neconductismo, a la que nos hemos referido en este texto. La propuesta de suprimir tal división del trabajo es el claro reverso de posiciones como la siguiente, sostenida por Lenin al señalar "la importancia del poder dictatorial unipersonal" para el desarrollo económico: "Subordinando la voluntad de miles de hombres a la de uno solo, la subordinación incondicional a una voluntad única es absolutamente necesaria para el buen éxito de los procesos del trabajo organizado al estilo de la gran industria mecanizada (...) La revolución (...) exige hoy la subordinación incondicional de las masas a la voluntad única de los dirigentes del proceso de trabajo".¹⁶

O para decirlo con las palabras de B. F. Skinner: Lo que habría que combatir es "la amenaza planteada por las literaturas de la libertad y de la dignidad", por lo cual "lo que hace falta es más control intencional y no menos".¹⁷ Es decir, hay que aumentar las tasas

de recepción de estímulos o discursos-órdenes, porque todo aumento de los índices de emisión —que derivaría de un aumento de la capacidad de decisión de vastos sectores sociales— es inadmisibles para el poder.

Como siempre ha ocurrido, la relación media entre la cantidad de emisión y de recepción, nos coloca en el centro mismo de las desigualdades sociales y de los sistemas económicos y políticos en que se sustentan. Así, no es posible hablar de sistemas democráticos y participativos cuando la investigación demuestra que los índices de recepción sobrepasan holgadamente a la tasa media de producción y difusión de mensajes, cuando predominan estructuras verticales/unidireccionales de comunicación.

Volvemos, entonces, a los planteamientos iniciales. No parece posible diseñar opciones realmente transformadoras de las estructuras informativo-comunicacionales sin antes desbrozar el campo teórico e ideológico. Si se parte de teorías comunicacionales de raíz conductista y neconductista y de concepciones elitistas-Leninistas respecto a las funciones de la comunicación social, se repetirán los mismos esquemas autoritarios. Y se persistirá en la unidireccionalidad, en la cristalización asimétrica de los polos extremos del proceso comunicacional. ■

REFERENCIAS

1. Patricia Neve, "Aprendizaje y tecnología del comportamiento", en Pierre Achard y otros, *Discurso biológico y orden social*, México, Editorial Nueva Imagen, 1980, p. 219.
2. B.F. Skinner, *Más allá de la libertad y de la dignidad*, Barcelona, Editorial Fontanella, 1980, p. 194.
3. Camilo Taufic, *Periodismo y lucha de clases*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor (1a. ed. Argentina), 1974, p. 18.
4. *Ibidem.* p. 19.
5. Otto Berlinger, "Prólogo", en *Diseños para una comunicación persuasiva*, México, Editorial El Manual Moderno, 1979, s/f.
6. Werner Wolf, *Introducción a la psicología*, 10a. reimpresión, México, FCE, 1974, p. 17.
7. B. F. Skinner, *Op. cit.*, p. 24.
8. *Ibidem.* p. 192.

9. *Ibidem.* p. 205.
10. V. I. Lenin, *¿Qué hacer?*, 2a. ed., Madrid, Akal Editor, 1978, p. 39.
11. Alan P.L. Liu, *Comunicación e integración en la China comunista*, Barcelona, Editorial Gustavo Gill, 1978, p. 19.
12. Eric Saperas, *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*, Barcelona, Ariel, 1985, p. 72.
13. *Ibidem.*, p. 74.
14. C. Marx, "Estatutos generales de la Asociación Internacional de los Trabajadores", en Marx-Engels, *Obras escogidas*, t. 1, Moscú, Editorial Progreso, 1971, p. 366.
15. Abraham Moles, Claude Zeltmann y col., *La comunicación y los mass media*, Bilbao, España, Ediciones Mensajero, 1975, p. 123.
16. V. I. Lenin, "Las tareas inmediatas del poder soviético", en *Obras escogidas*, t. 3, Buenos Aires, Editorial Problemas, 1946, pp. 471-472.
17. B. F. Skinner, *Op. cit.*, p. 220.