

ARMAND MATTELART

La comunicación-mundo

HISTORIA DE LAS IDEAS Y DE LAS ESTRATEGIAS



XXI
siglo
veintiuno
editores

sociología
y
política

traducción, notas y aportaciones bibliográficas
GILLES MULTIGNER

LA COMUNICACIÓN-MUNDO

Historia de las ideas y de las estrategias

por
ARMAND MATTELART





siglo xxi editores, s.a. de c.v.

CERRO DEL AGUA 248, DELEGACIÓN COYOACÁN, 04310, MÉXICO, D.F.

siglo xxi editores argentina, s.a.

TUCUMÁN 1621, 7 N, C1050AAG, BUENOS AIRES, ARGENTINA

portada de ivonne murillo

primera edición en español, 1996

segunda edición en español, 2003

© siglo xxi editores, s.a. de c.v.

isbn 968-23-2016-x

primera edición en francés, 1992

© éditions la découverte, paris

título original: *la communication-monde. histoire des idées et des stratégies*

derechos reservados conforme a la ley

impreso y hecho en México/printed and made in Mexico

ÍNDICE

PRÓLOGO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA <i>por</i> ENRIQUE BUSTAMANTE	13
PRÓLOGO A LA EDICIÓN FRANCESA: EL TRIÁNGULO DE LA COMUNICACIÓN	18
PRIMERA PARTE	
LA GUERRA	
1. LA APARICIÓN DE LAS REDES TÉCNICAS	25
El dominio del espacio, 25; El espectro del <i>Gabinete negro</i> , 28; La vanguardia telegráfica, 30; El <i>Penny Post</i> , 32; La era del hilo, 36; Primeros géneros de la cultura de masas, 40; Crear el acontecimiento, o los comienzos de la leyenda, 44; El caballo de hierro, 46; El cronómetro, 51; Números, objetivos y perfiles, 53; Metáforas del progreso, 55	
2. LA ERA DE LAS MULTITUDES	62
La promesa de un nuevo mundo moral, 62; La asociación universal, 65; El organismo social, 67; El espacio de vida, 70; ¿La masa contra la comunidad?, 73; El temor a las multitudes, 75; Internacionalización de los intercambios y de los conceptos, 78; El dinero como medio de comunicación, 83; El servicio público: una alternativa al jacobinismo, 85; La representación del pueblo, 87	
3. LA GESTIÓN INVISIBLE DE LA GRAN SOCIEDAD	91
La primera guerra mundial: el bautismo de fuego, 91; El ejército y los medios, 94; La información en el estado de sitio, 97; La desmovilización, 101; El zócalo de la nueva potencia, 103; En las fuentes de la sociología empírica, 107; La violación de las multitudes, 111; Las necesidades del fordismo, 114; La comunicación como salida de la crisis, 117; Contra el síndrome marciano, 121	
4. EL CHOQUE DE LAS IDEOLOGÍAS	127
Internacionalización de las ondas, 127; Una visión geopolítica del frente ideológico, 130; La guerra psicológica, 133; El Estado de seguridad nacional, 135; Conflictos de poder entre disciplinas, 139; <i>Comunicación</i>	

internacional: un discurso de combate, 142; La carrera espacial, 146; Reconversión civil, 149; *Cándidos en el extranjero*, 151

5. LA ESCUELA DE LA ASTUCIA 154

Acción indirecta, 154; La guerra en la multitud, 157; El enemigo interior, 160; La ciencia de la contrainsurgencia, 164; La desinformación en el banquillo, 168; *Desinformatsia*, 172; El Golfo: ¿una guerra posmoderna?, 176

SEGUNDA PARTE EL PROGRESO

6. DEL PROGRESO A LA COMUNICACIÓN: LAS METAMORFOSIS CONCEPTUALES 185

La *aldea global*, 185; El crisol anarquista, 187; Un porvenir radiante, 190; El mito cientista, 192; La *ciudad global*, 196; La otra cara de la moneda, 199; Por la criba de la balanza de pagos, 201; El *cerebro del planeta*, 205; Sociedades vulnerables, 209; El aborto del universalismo comunista, 211

7. LA REVOLUCIÓN DE LAS ESPERANZAS CRECIENTES 214

Contra el fatalismo: la modernización, 214; *Manifiesto no comunista*, 219; Los nuevos constructores de la nación, 222; Yugular la explosión demográfica, 226; El laboratorio campesino, 229; La teleeducación: la panacea, 232; Gestores *High Tech*, 235; El ocaso de un modelo, 237

8. LA REGLAMENTACIÓN INTERNACIONAL DE LOS FLUJOS: AUTOPSIA DE UNA DOBLE COLISIÓN FRONTAL 240

El principio de no injerencia, 240; La pedagogía a costa del entretenimiento, 243; Nuevos focos críticos, 246; La historia a la francesa, 249; *Media Imperialism*: un concepto reduccionista, 254; El *nuevo orden*: diálogo de sordos, 257; La falta de credibilidad moral, 261; Hacia el libre cambio, 263

TERCERA PARTE LA CULTURA

9. EL RITUAL DEL ESTADO 269

La desconfianza ilustrada, 269; El Leviatán, 272; En la cabecera de la cultura, 275; Interdependencia: la muda diplomática, 277; Comunidades ilocalizables, 279; Dos concepciones de la política, 282; Las ambigüedades de la investigación funcional, 285; Crisis del Estado federador, 288

ÍNDICE	11
10. EL INFLUJO DE LA GEOECONOMÍA: LA BÚSQUEDA DE LA CULTURA GLOBAL	292
La guerra económica, 292; Lo global: un modo de gestión, 295; La ameba, 298; Sólo coproductores, 300; Oferta a la carta/oferta estándar, 303; Exclusiones, 305; El auge de Japón, 309	
11. MEDIACIONES Y MESTIZAJES: LA REVANCHA DE LAS CULTURAS	312
Retorno al singular, 312; De la norteamericanización a las tradiciones nacionales, 313; Simples técnicas, 316; El horizonte gerencial, 317; ¿Una modernidad alternativa?, 321; Nuevos vínculos con la sociedad civil, 325; Placeres solitarios, 329; Tácticas, 333	
12. CONCLUSIÓN: EL ENIGMA	338
APÉNDICE: REFERENCIAS CRONOLÓGICAS	343
ÍNDICE DE NOMBRES	355

PRÓLOGO A LA EDICIÓN ESPAÑOLA

Las introducciones, los prólogos, las presentaciones de un autor por otro componen una diversa pero limitada casuística. En algunos casos se trata de avalar con la fama o la veteranía la obra de un autor menos conocido, lo que resultaría paradójico frente a la prolongada y notoria producción intelectual de Armand Mattelart, cuyas primeras y ya famosas obras tuvo la suerte de leer cuando yo era un profesional de la comunicación y apenas un investigador aficionado en este campo.

De forma más modesta, se busca en otras ocasiones acercar un pensamiento o una investigación al contexto, la experiencia y la cultura de unos lectores a quienes una traducción ha hecho esa obra algo más accesible. Y aunque la capacidad de expresión y la visión universalista de Mattelart no exijan intermediarios, ése fue mi objetivo en dos ocasiones anteriores en que tuve ocasión de presentar sus obras. Quizás reforzado por la convicción, tras conocerle personalmente en 1979 en el Congreso de Comunicación y Cultura de Burgos, de la singularidad y la trascendencia de su trabajo.

Así, en la versión española de *¿La cultura, contra la democracia?*, investigación en la que tuve la ocasión de colaborar desde España, me esforcé por resaltar las contradicciones de la política y la industria audiovisual española en su desarrollo y sus interrelaciones con América Latina, que los autores (el propio Armand junto a Michèle Mattelart y Xavier Delcourt) habían analizado espléndidamente en términos internacionales. Después, en la presentación de *Pensar sobre los medios* intenté destacar la proximidad y vigencia de la reflexión de Armand y Michèle Mattelart sobre la realidad y la investigación comunicativa española, además de ayudar a situar ese libro en el marco general de la amplia obra de sus autores, incluso con un anexo bibliográfico detallado que, generosamente para un entorno competitivo, la editorial tuvo la deferencia de aceptar.

Tales valores añadidos de una presentación habitual no son siquiera necesarios en este caso, ya que *La comunicación-mundo* plantea una problemática de indudable y evidente repercusión en España —pese a su general ignorancia en la investigación y el debate de nuestro país—. Y porque, en consonancia con la temática desarrollada, el autor

ha adoptado una visión internacional, sin anclaje ni ejemplificaciones preferentes en ningún país.

En estas circunstancias, y ante el ofrecimiento de Armand Mattelart para presentar por tercera vez una obra suya en versión española, he preferido situarme en la perspectiva de un lector, prolongado, atento y fiel, de su obra. Quizás simplemente para testimoniar —al margen de una amistad personal de la que me honro— la adelantada influencia de su pensamiento y su evolución, en paralelo a las transformaciones de la realidad, sobre múltiples generaciones de lectores apasionados, de profesionales e investigadores en comunicación. Y con la esperanza, desde luego, de facilitar el camino a los lectores que se acerquen a esta versión española.

Los objetivos directos quedan explicitados sin lugar a dudas en el libro: el análisis de la evolución histórica de la comunicación internacional —o de la internacionalización de la comunicación, si se prefiere— de sus realidades, sus términos y conceptos, sus teorías y sus aplicaciones... Una genealogía que Mattelart ha emprendido desde hace tiempo como ejercicio indispensable para iluminar la realidad actual y que sistematiza, por vez primera en esta obra, en lo que a una comunicación *mundializada* se refiere.

La primera virtud de ese esfuerzo queda de manifiesto rápidamente para cualquier lector avisado. Es la relativización, la ruptura misma de grandes mitificaciones que circulan todavía como moneda corriente en nuestras sociedades. Como la promesa de revolución social encarnada en cada innovación tecnológica en comunicación, en cada expansión o mejora de las redes de comunicación. Un ingenuo espejismo que he encontrado en casos contados en mis alumnos más ilusos, pero que florece curiosamente en el entorno del poder. Como en ese Ministro de Comunicaciones que, no hace muchos años y para mí estupor, me confesaba su feliz y entusiasta descubrimiento de las ideas de Toffler.

O como el difusionismo, la falsa promesa de desarrollo por la simple multiplicación de las tecnologías y los medios que Mattelart sitúa históricamente en el timo a escala internacional, con la ONU como aval, de los teóricos de la segunda generación academicista estadounidense. Y que sin embargo, todavía hoy, continúa floreciendo en distintas versiones como componente esencial de la *modernidad*.

La labor de Mattelart en este análisis es extraordinariamente precisa y útil. Porque sabíamos, por ejemplo, que la mayoría de las tecnologías de comunicación, nuevas y clásicas, están vinculadas en su

origen y su desarrollo a la guerra, para pasar sólo después a aplicaciones civiles. Pero los críticos solían concluir de este hecho la perversidad intrínseca de las nuevas tecnologías de la información, mientras los integrados deducían simétricamente la extraordinaria utilidad de los ejércitos en su misión de generar *spin offs* para el desarrollo civil. El autor, en cambio, no deja lugar a dudas: la comunicación y su tecnología, los medios —y su investigación— se desarrollan al servicio del poder, militar y civil, perfectamente imbricados y solidarios entre sí, capaces de poner a su servicio a unas ciencias sociales domesticadas, *administrativas*, que aprovechan las guerras exteriores, coloniales e internas, como laboratorios de tamaño natural.

La historia de la comunicación y de la información es así, al mismo tiempo, la de la incomunicación y la desinformación, la de la propaganda y la censura, como la victoria del *libre flujo de la información* es también el triunfo del control que la invasión de Granada o la guerra del Golfo no hace más que poner en evidencia. Todo un formidable mentís, en suma, a cualquier concepción lineal y progresiva del mundo, pero también un recordatorio del carácter social, dependiente de la comunicación masiva y, cómo no, de su investigación.

¿De qué dependencias estamos hablando? La visión de Mattelart se caracteriza desde hace años por rechazar las simplificaciones y el didactismo fácil, por un enorme esfuerzo de restitución de la complejidad, disciplinar e histórica, de los procesos comunicativos. Y su respuesta en esta obra no podía dejar de ser tan clara como compleja: la comunicación es *también* cultura, y por esa vía han de explicarse sus realidades cambiantes, encardinadas en la sociedad, que invalidan por tanto las recetas, las fórmulas, los catecismos.

Contempladas en el conjunto de su obra, además, estas respuestas se hacen cada vez más amplias. Porque cada libro de Mattelart constituye ciertamente, además de un texto autónomo con disección sistemática de un tema acotado, una pieza de una obra conjunta de altos vuelos intelectuales. Una progresión acumulativa que no deja de integrar los cambios de la teoría, e incluso las autocríticas ante una realidad cambiante y los enriquecimientos de una teoría crítica a cuya construcción ha contribuido poderosamente. En esa medida, los libros de Mattelart son, mucho más allá de lo lógico en cualquier autor, la "historia de un itinerario personal" (*Pensar sobre los medios*) y hasta, en cierta medida, la historia de la evolución de muchos de sus lectores.

Porque Mattelart no se limita a ampliar y desarrollar progresivamente una trabajada dinamitación del edificio ya ruinoso de la teoría

funcionalista de la comunicación, incluyendo sus últimos epígonos como los *descubrimientos* del receptor celebrados por un Elihu Katz. Sino que también ha venido desarrollando un implacable desmenuzamiento de las teorías críticas, incluyendo sus errores y obsolescencias frente a la realidad verificada.

En ese sentido, su análisis evolutivo del concepto de *imperialismo* de los medios, comunicativo o cultural, me parece paradigmático. Precisamente porque es capaz de distanciarse tanto del oportunista abandono de las modas como de la pureza nostálgica para concluir sus logros (huida del economicismo) y sus fracasos (reduccionismo, incapacidad de reflejar una realidad cada vez más compleja), partiendo de que los problemas que exigieron esa terminología permanecen y de que la economía sacrosanta de mercado sigue mostrando su incapacidad para solucionarlos.

En todo caso, *La comunicación-mundo*, como la mayor parte de las obras individuales o colectivas de Armand Mattelart, está lejos de ser un libro estrictamente catalogable en la sección académica de comunicación. Porque su concepción, radicalmente no mediocéntrica, conduce a una visión extremadamente amplia de los problemas sociales contemporáneos, de sus causas y soluciones, con un alcance que puede definirse de político y filosófico en sus más amplias acepciones.

Hay así en este libro una reflexión auténticamente humanista de los grandes problemas de nuestro tiempo y una crítica profunda de sus grandes mitos. De la tecnología, como reto que exige respuestas globales e internacionales. De la empresa como nuevo centro de gestión de las relaciones sociales pero también como territorio de confrontación. Del intelectual como figura mayoritariamente escorada hacia los medios y el poder. Del nuevo orden mundial como escenario revisitado por los maniqueísmos, que no acabaron precisamente con la desaparición de la disyuntiva Este/Oeste...

Las conclusiones, las *soluciones* a este análisis tan cualitativo como fundamentado, tan alejado de sobreestimaciones como de infravaloraciones, no podían dejar de ser complejas, abiertas al *enigma*. Potencialidades múltiples y cruzadas, fecundadas por modernidades alternativas, impulsadas por reacciones comprobables del receptor, fomentadas por nuevas redes comunicativas y educativas... Posibilidades iluminadas por una teoría disidente, siempre marginada pero siempre presente y fructífera, que se veía impulsada por el desarrollo de una historia crítica de la comunicación y por una reflexión epistemológica que hoy se revelan como ampliamente insuficientes.

Mattelart da ejemplo en esta senda planteándose él mismo el interrogante sobre el lugar —histórico, social, geopolítico— desde el que habla el investigador. Una pregunta especialmente lúcida para un autor que, como él, ha compartido durante años la historia de la investigación en comunicación en el *Sur* (América Latina especialmente), para formar parte después de la punta de lanza de la reflexión crítica europea. Una muestra de claridad y honestidad pero también de rigor en un campo intelectual que ha de afrontar hoy sus limitaciones y condicionamientos al tiempo que sus responsabilidades.

ENRIQUE BUSTAMANTE

PRÓLOGO A LA EDICIÓN FRANCESA: EL TRIÁNGULO DE LA COMUNICACIÓN

Reconstituir la genealogía del espacio comunicación-mundo —concepto calcado de la noción de economía-mundo de Fernand Braudel—, éste es el cometido de la presente obra. Se trata, mediante un método cruzado, de analizar las modalidades de la implantación de las tecnologías y de las redes que, desde el siglo XIX, no han dejado de repudiar las fronteras de los Estados-naciones y, a la vez, de poner de manifiesto los conceptos, las doctrinas, las teorías y las controversias que han acompasado la construcción de un campo de observación científico cuyo objeto es la *comunicación internacional*.

Esta historia de la comunicación internacional y de sus representaciones es la historia de los lazos que se han tejido entre la *guerra*, el *progreso* y la *cultura*, la trayectoria de sus sucesivos reajustes, de sus flujos y de sus reflujos.

La comunicación, para lo que sirve, en primer lugar, es para hacer la guerra. Pero, fuera del periodo de las hostilidades, que suscitan la abundancia de los análisis e incluso su alistamiento al servicio de los ejércitos, la guerra se ha constituido, tradicionalmente, en zona ciega del pensamiento acerca de la comunicación. El confinamiento de la noción de comunicación en la industria del entretenimiento en tiempo de paz no es el último en hacer inaudible el discurso sobre la relación comunicación-guerra. Los manuales de guerra psicológica para uso de las fuerzas armadas dicen más sobre el tema que la mayoría de los textos en los que los futuros profesionales de la comunicación aprenden los rudimentos de su oficio.

Ahora bien, la guerra y su lógica son componentes esenciales de la historia de la comunicación internacional, de sus doctrinas y de sus teorías, así como de los usos que de ellas hayan podido hacerse. Esto se ha comprobado desde el alba del telégrafo y de la fotografía. Y la jurisprudencia sentada con motivo de la guerra de Crimea, hace cerca de ciento cuarenta años, a propósito de la *puesta en imagen de la guerra* es la primera de una larga serie de decisiones que desembocaron, en enero de 1991, en el control total de la información por parte de las autoridades militares. La primera experiencia masiva de la que la

teoría de la comunicación ha extraído sus hipótesis acerca de la gestión de la opinión de las grandes multitudes es la primera guerra mundial, un conflicto *total* que iría afectando a más y más gente. Será entonces cuando despegue la noción de *propaganda* que, luego, con ocasión del segundo conflicto, se metamorfoseará en *guerra psicológica*. No sin antes haber transitado por la doctrina del partido nacional-socialista nazi y por el *agitprop* del joven poder soviético y del *Komintern*. Extremadamente simbólico es el hecho de que, en plena guerra fría, allá por los años cincuenta, vea la luz en Estados Unidos el primer intento de construcción, al abrigo de la sociología empírica, de una disciplina denominada *comunicación internacional*.

Durante más de cuarenta años, a ambos lados del telón de acero, la lógica maniquea de esta guerra no declarada entre el Este y el Oeste no sólo proporcionará un marco de referencia para una comunicación internacional pensada en términos de *bloques*, sino también una matriz industrial para el desarrollo de las altas tecnologías de comunicación y de información. Hasta el día en que lo que se creía monolítico y establecido de una vez por todas en la historia ha enseñado sus fisuras y sus contradicciones. Por su parte, las guerras coloniales contra los movimientos de liberación obligarán a los estados mayores de los ejércitos occidentales a romper con las doctrinas de la guerra convencional y a elaborar estrategias de *acción psicológica* inspirándose en las prácticas de sus adversarios. Será necesaria la conmoción de la guerra del Golfo para recordar que la guerra psicológica y la desinformación querida y consentida distan mucho de haber desaparecido del paisaje audiovisual en la era de la ubicuidad de la comunicación transfronteriza, y también cuánto se han modernizado los viejos métodos desde el final de las guerras del sureste asiático, de tal modo que resulta cada vez más frágil el fino tabique que separa a la información de la propaganda. Sin olvidar que la naturaleza misma de la guerra ha cambiado profundamente.

La comunicación sirve para promover el progreso. Con el prodigioso auge de las tecnologías electrónicas e informáticas, la *comunicación* se ha convertido, en los años ochenta, en *el* progreso, y la vanguardia de las redes técnicas de la *sociedad de la información* se ha erigido en el rasero del crecimiento y de la democracia. A partir de los años setenta, la utopía del igualitarismo comunicacional ha inspirado a los inventores de los conceptos de *aldea global*, de *sociedad tecnocrónica* y de tantos otros que han acompañado el progresivo deslizamiento de la comunicación-actividad sectorial hacia la comuni-

cación-zócalo de la nueva sociedad. Pero, de forma un tanto paradójica, no ha sido en los grandes países industriales donde se ha instalado el primer teatro de operaciones de las *teorías de la comunicación-modernización-progreso*, sino en las zonas inseguras del planeta: en los países de lo que se ha convenido en llamar el *tercer mundo*, en el transcurso de los años cincuenta y sesenta. La comunicación-agente del cambio social se ha ofrecido allí como salida para el subdesarrollo, aportando su contribución a la *racionalización* de los comportamientos en el ámbito de la planificación familiar, de los métodos agrícolas y de la alfabetización. Hasta el día en que la concepción lineal del desarrollo/progreso, inspirada en la historia industrial de Occidente, entró en crisis, abriendo un nuevo campo de debates acerca de las condiciones de una democracia internacional en los intercambios culturales y señalando la aparición de otros actores, de otras culturas, de otras historias, de otras formas de ver, distintos de los que fueran consagrados por la experiencia histórica de los años de la tecnología.

El obligarnos a zarandear los puntos de vista etnocéntricos no es, ciertamente, la menor de las virtudes de la historia de la comunicación internacional. El debate público iniciado a comienzos de los años setenta se interrumpirá en el decenio siguiente, dejando en suspenso el tema de la gestión internacional de la desigualdad del desarrollo. Un tema al que el derrumbamiento del socialismo y la nueva agenda de la integración de las sociedades de Europa oriental y de la antigua Unión Soviética en la economía y en el mercado-mundo no le serán de ayuda para ser incluido de nuevo en el orden del día.

La comunicación también es cultura. Ahora bien, pensar en la comunicación bajo la influencia de la cultura no ha sido la principal preocupación de las teorías y de las estrategias de la comunicación internacional a lo largo de su historia, debido a la existencia de desviaciones de signo técnico y económico. La primacía de la cultura no alcanzaría su legitimación hasta muy recientemente, en el transcurso de los años ochenta, a medida que entraban en crisis los modelos centralizados de gestión cultural del Estado-nación-providencia. A medida que el mercado-mundo se convertía en un espacio de reglamentación transnacional de las relaciones entre las naciones y los pueblos. A medida que se formulaban los interrogantes críticos acerca de la seudouniversalidad de un modo de crecimiento y de desarrollo incapaz de suministrar a todos lo que había realizado para algunos. A medida que la idea de nación resultaba problemática para numerosos pueblos. ¿Cultura o culturas? Esta cuestión, en lo sucesivo, centrará

las apuestas contemporáneas en torno a la construcción del espacio-mundo. Un espacio en el que operan, a la vez, tanto las lógicas *desterritorializantes* de la desreglamentación y de la globalización de la economía-mundo como el proceso de *reterritorialización* de los espacios singulares en el transcurso del cual cada comunidad intenta dar un sentido a esta tendencia predominante que las proyecta al encuentro de *universales*.

Pensar en la comunicación a partir de lo *internacional* se presenta hoy como esencial. El conocimiento y la conciencia de lo que acontece en el espacio-mundo en formación son, en efecto, indispensables para combatir las múltiples formas que reviste la exclusión del otro, aquí y en cualquier otra parte. Acceder a dar un rodeo por esta *dimensión* de la realidad es darse la posibilidad de desatascar el sempiterno debate sobre el papel de los medios en nuestras sociedades democráticas, el cual, a fuerza de ensimismarse ante el escaparate nacional y no tomar la distancia que confiere la historia, desemboca en un círculo vicioso: el que formula la cuestión siendo, a la vez, juez y parte.

ARMAND MATTELART

PRIMERA PARTE

LA GUERRA

1. LA APARICIÓN DE LAS REDES TÉCNICAS

El dominio del espacio

El siglo XIX prepara la lenta aparición de un nuevo modo de intercambio y de circulación de bienes, mensajes y personas, así como de un nuevo modo de organización de la producción. En el transcurso de este siglo, y muy particularmente a partir de 1850, en un contexto en el que se concreta la noción de libertad de opinión, un conjunto de inventos técnicos va a permitir el desarrollo de nuevas redes de comunicación. Las formas históricas de implantación, según las cuales cada uno de estos nuevos circuitos de intercambio se insertará en las distintas sociedades, son anunciadoras de cuestiones que se prolongarán en el siglo siguiente.

A finales del siglo XVIII, durante el periodo revolucionario, se instala en Francia el primer sistema de telecomunicaciones —término que habrá de esperar hasta principios del siglo XX para ser acuñado por un ingeniero francés de Correos y Telégrafos y que será ratificado internacionalmente en 1932. El origen de este sistema, que se apunta una primera victoria sobre el tiempo y el espacio, está en el telégrafo óptico o aéreo, también llamado telégrafo de brazo, inventado por Claude Chappe. Aprobado por la Convención Nacional, el primer enlace de telegrafía aérea, que consistía en la transmisión de señales mecánicas repetidas de puesto en puesto, se instala entre París y Lille en 1793. El país en guerra necesita que sus ejércitos estén comunicados. El primer uso de este invento tendrá, pues, fines militares. Y los conservará durante mucho tiempo. Porque, cuando Chappe propone al cónsul Napoleón Bonaparte tres utilizaciones civiles del telégrafo, dos son rechazadas: la puesta a disposición de los industriales y de los comerciantes y el lanzamiento de una pequeña gaceta telegráfica. Sólo se tomará en consideración la transmisión de los resultados de la lotería (lo cual permitía limitar las astucias especulativas que jugaban con el plazo de transmisión de los resultados por correo entre la capital y las provincias). “Así es como —según observa Yves Stourdzé—, durante cincuenta años, el telégrafo óptico fue financiado por subvenciones del ministerio de la Guerra y del Interior y mediante la Lotería

Nacional. Hubo que esperar a un Estado *fuerte* para que se osara asumir el riesgo de abrir el telégrafo eléctrico al público".¹ Cincuenta años en el curso de los cuales el dispositivo francés de telegrafía logra dotarse de la red más larga del mundo, que comprende 534 estaciones de semáforos a lo largo de casi 5 000 kilómetros. A imagen de la red de carreteras, y más tarde de la red ferroviaria, está construida en estrella, a partir de París. Veintinueve ciudades tienen correspondencia directa con la capital. Dos puestos avanzados: Maguncia y Turín.

Francia había optado por el monopolio de Estado. En Inglaterra, donde el telégrafo aéreo se implanta a partir de 1797, el Almirantazgo conservó el control del sistema hasta el final de las guerras napoleónicas, para luego ceder el testigo al sector privado. En Estados Unidos, se impone, ya desde 1800, el modelo comercial. En Prusia, en cambio, donde la primera línea hará su aparición mucho más tarde, en 1832, el uso de esta técnica será de la competencia exclusiva del Estado mayor.²

El telégrafo preeléctrico participa, en la Francia nacida de la Revolución de 1789, de un proyecto conjunto de dominio del espacio. Es un elemento en un esquema unitario del territorio. Una visión coherente de este territorio nacional da forma a una regulación que intenta poner orden en el flujo de mercancías y de personas. Se suprimen las barreras interprovinciales. Se rediseña de arriba abajo el mapa administrativo. Se unifica el sistema de los impuestos y el código de jurisprudencia. Se impone la lengua francesa como lengua del Estado-nación (si bien esta unificación tendrá que esperar a final de siglo hasta formar parte de los usos). Se crea un cuerpo de *ingenieros nacionales* que reúne en la Escuela Politécnica a la ingeniería militar y a las obras públicas; se le confía la construcción de puertos, carreteras, puentes, canales y, más tarde, la de los ferrocarriles. Se implanta una serie de instrumentos indispensables para la gestión de la economía y de la demografía. De esta época datan dos normalizaciones pioneras.

La primera: desde los primeros años de la década que se inicia en 1790, la Comisión de pesas y medidas adopta el sistema métrico que

¹ Y. Stourdzé, "Généalogie des télécommunications françaises", en *Les réseaux pensants*, bajo la dirección de A. Giraud *et al.*, París, Masson, 1977.

² Para fijar los jalones históricos de la evolución del telégrafo y del teléfono, hemos recurrido a dos clásicos: A. Belloc, *La télégraphie historique depuis les temps les plus reculés jusqu'à nos jours*, París, Firmin-Didot, 1888; C. Bertho, *Télégraphes et téléphones. De Valmy au microprocesseur*, París, Le livre de poche, 1981.

pone fin a la diseminación de los pesos y medidas utilizados en el país. Habrá que esperar, no obstante, a los años de la década de 1840 para que el metro y el kilogramo se conviertan en obligatorios, puesto que la población rechazó, durante mucho tiempo, esa unificación. A finales de siglo, esta reforma francesa se habrá internacionalizado en la mayoría de los países de la Europa continental y de América Latina; Inglaterra, Estados Unidos, Rusia y Japón se negarían a aceptarla. Transcurrirán más de 150 años entre su adopción por Francia y la adhesión de Inglaterra. El metro será la medida de lo universal. En cambio, la reforma del calendario, aquella tentativa de dominar el tiempo, sería un fracaso.

Segunda innovación administrativa: en aquellos mismos años de 1790, el ministerio del Interior inaugura la primera oficina de estadísticas propiamente dicha. Es decir, la primera institución de Estado que tiene por cometido no sólo reunir y clasificar los informes y documentos remitidos al Gobierno, sino organizar directamente la recogida de datos, destinados al establecimiento de una *estadística general*. Numerosos países europeos siguen éste camino. Inglaterra lo hará en 1832. El año anterior, Bélgica había hecho lo mismo, bajo el impulso del matemático y astrónomo Adolphe Quételet. El modelo de organización de la herramienta estadística propuesto por Quételet se convertirá rápidamente en la referencia para la implantación de servicios de estadística general. Con Quételet hace su aparición un campo de estudios que depende de la *aritmética política*. Surgen las primeras sospechas acerca de las finalidades disciplinares de estos mecanismos de gestión del número. Al deducir *valores medios* de sus series estadísticas, el científico belga propone normas, un *individuo medio*, socialmente deseable para el equilibrio social, un orden moral.

El establecimiento de una *estadística general*, por iniciativa del ministro del Interior en la Francia de finales del siglo XVIII, es contemporáneo de otro proyecto lanzado por esta misma institución: la organización de una *exposición anual de productos de la industria francesa*. El objetivo de esta exposición es hacer balance de la producción nacional y de sus innovaciones técnicas y científicas con el fin de “estimular a los industriales franceses en la lucha contra la Inglaterra monárquica”. La primera exposición tuvo lugar en París en 1798. Y a continuación, hubo diez más, durante la primera mitad del siglo siguiente. Un jurado, compuesto por eminentes científicos, designados por el Gobierno, otorgó premios a las empresas, inventores, sabios e ingenieros, artesanos y obreros que se habían distinguido por la

calidad de sus productos o trabajos. La necesidad de sistematizar un orden de exposición de los productos coincidía con las preocupaciones de los expertos encargados de elaborar nomenclaturas para recoger e interpretar los datos sobre el estado y el movimiento de la industria.

Pero, para un historiador de la comunicación, la *exposición* imaginada en este periodo reviste un interés más preciso. Introduce una nueva forma de comunicación. Es una forma de representación de la ciencia, de la industria, de la investigación científica y de la innovación técnica. Por mediación de los valores simbólicos que propone a sus visitantes, este acontecimiento construye progresivamente los grandes relatos del progreso-civilización. Sin embargo, estos grandes relatos, esta *utopía progresista*, sólo conseguirán desplegarse con toda libertad cuando la exposición deje de estar restringida a los productos y realizaciones nacionales e incorpore al mundo. Serán las grandes citas en los recintos de las *exposiciones universales* de la segunda mitad del siglo XIX.

El espectro del Gabinete negro

¿Quién ha de controlar la circulación de la información, la implantación y el funcionamiento de las redes de comunicación a distancia: el Estado o el sector privado? ¿Quién está autorizado para utilizar los nuevos servicios? Estos interrogantes no se remontaban a la llegada del telégrafo de brazo. Habían acompañado la larga prehistoria de la institución postal.

El Renacimiento y la era del papel convirtieron el correo en un servicio regular. Una de las primeras iniciativas fue adoptada en 1464 por el rey de Francia Luis XI. Inspirándose en el modelo romano de organización postal —que, a su vez, había adaptado el de la Persia de Ciro el Grande (529 a.C.)— y aprovechando las enseñanzas de la red establecida a partir de 1150 por la Universidad de París para sus propias necesidades, el edicto de Luxiès instituyó los *correos mayores* en toda la extensión del territorio y sentó las bases del sistema: los relevos, eslabones esenciales de la cadena de transmisiones que constituye la vía postal. El rey de Inglaterra hará lo mismo en 1481. Los vasallos fueron autorizados a utilizar los correos del rey. Pero éste se reservó el derecho de leer las cartas que les confiaban.

Habrá que esperar más de un siglo, reinando Enrique IV, para que el Estado se encargue, de forma habitual, del transporte de la corres-

pondencia de los particulares, asumido hasta entonces por la iniciativa privada. Los nombres y las direcciones de los remitentes eran obligatoriamente anotados, tal y como lo exigían, a la vez, la seguridad del Estado y los mecanismos de pago de un servicio que sólo se abonaba en destino. A partir de entonces, la historia del antiguo régimen del correo se confundió con la progresiva unificación de los servicios en un monopolio integral del transporte de la correspondencia. Un monopolio que selló la suerte de un sistema en el que varias explotadoras —la institución universitaria, entre otras— se repartían la gestión. En la construcción de este modelo administrativo destaca un nombre: Louvois, superintendente general de Correos, entre 1668 y 1691.³ Por otra parte, si este ministro de Luis XIV ha pasado a la posteridad no ha sido tanto por haber reorganizado el sistema postal como por haber transformado radicalmente el sistema militar, al fijar los jalones de un ejército moderno (sustitución de tropas improvisadas por una milicia permanente y regular, reforma de la disciplina, organización de un cuerpo de ingenieros). Al suprimir las agencias privadas en 1635, Inglaterra se había adelantado por poco a Francia en la consagración del correo como una regalía.

En este paisaje postal dominado por el control directo del soberano había una señalada excepción: la de los territorios dependientes del Sacro Imperio Romano Germánico.⁴ Hacia 1450, el emperador de Alemania, Federico III, confía a la familia patricia de Thurn y Taxis, oriunda de Venecia, la organización de un verdadero servicio postal, a disposición de todo el que lo solicite. Este encargo fue confirmado en 1516 por Carlos V, quien, en la hora en que la Reforma se extiende hasta las más pequeñas aldeas, cuenta con el correo para, desde ese eje clave que es la ciudad de Bruselas, asegurar un vínculo permanente entre el poder central y los más distantes súbditos del imperio. Más de una gran ciudad hanseática, deseosa de asumir ella misma la gestión del transporte de la correspondencia, se rebelará a lo largo de su historia contra este privilegio. A pesar de los cambios de régimen, de las invasiones y de las guerras, los correos mayores Thurn y Taxis conservarán durante más de tres siglos el monopolio de explotación privada de lo que se convertiría en la primera red transeuropea que

³ Véase E. Vaillé, *Histoire générale des postes françaises*, París, PUF, 1947-1955, seis volúmenes.

⁴ B. Delepinne, *Histoire de la poste internationale en Belgique*, Bruselas, Presses H. Wellens & W. Godenne, 1952, p. 80.

no hiciera caso de los soberanos territoriales. Será en 1867 cuando la familia perderá su último monopolio de un servicio postal, con motivo de la fusión de Correos y Telégrafos, en la mayor parte del territorio de Alemania, dentro de una administración única. La unificación postal se adelantó entonces en tres años a la unificación política de este país en un Estado-nación.

A lo largo de la prehistoria de la modernidad postal, el temor a la conspiración —nacional o internacional— ha obsesionado a los gestores de las redes. Esta psicosis dará origen en Francia al *Gabinete negro*, ese despacho de la oficina de correos, creado bajo el reinado de Luis XIII, donde se violaba el secreto de las cartas. Los memoriales de agravios de 1789 denunciarían esta práctica como “una de las más absurdas y una de las más infames invenciones del despotismo”. Un historiador británico llegará, incluso, a decir, a propósito del desarrollo del correo en su país: “Toda persona que escriba acerca de la historia de los primeros pasos de nuestro *Intelligence Service* debería, al mismo tiempo, relatar los comienzos de nuestros servicios postales.”⁵

Esta institución del *Gabinete negro* hará estragos por todas partes y permanecerá en vigor mucho tiempo después del reconocimiento oficial del derecho del ciudadano al secreto de su correspondencia. Si bien la Revolución francesa la abolió, Napoleón la restableció un poco más tarde, ampliando el ámbito de sus actividades. Si hacemos caso de las palabras de un antiguo censor del *Gabinete negro* de los zares, visiblemente orgulloso de su oficio: “Es justo decir que en ningún lugar del mundo, ningún *Gabinete negro* ha trabajado tan bien como el de Rusia, especialmente el de San Petersburgo.”⁶ En vísperas de la Revolución de 1917, el *Gabinete negro* todavía seguía funcionando en el imperio ruso. La Rusia soviética, después de haberlo puesto en la picota, se afanará en restablecerlo con una temible eficacia.

La vanguardia telegráfica

En 1837, la pareja inglesa compuesta por William Cooke y Charles Wheatstone y un americano, Samuel Morse, ponen a punto, cada uno

⁵ F. Staff, *The Penny Post*, Londres, Lutterworth Press, 1964, p. 22.

⁶ S. Maiski, citado en Medvev, J., *Le secret de la correspondance est garanti par la loi*, París, Julliard, 1972, pág. 121.

por su lado, los primeros sistemas de telégrafo eléctrico. Ensayados en las afueras de Londres a partir de 1839, los primeros clientes son los ferrocarriles, inaugurados en 1825, los cuales todavía se comunican, de estación a estación, mediante señales manuales. La gestión es asumida por compañías privadas. En 1852, Inglaterra, dotada para entonces de la red ferroviaria más densa del mundo, cuenta con 6 500 kilómetros de líneas telegráficas. Aventaja ampliamente a Estados Unidos que, en 1844, instalan la primera línea interurbana (Washington-Baltimore). El tránsito a la explotación comercial del telégrafo se producirá a finales de la guerra de Secesión, en 1865, con la constitución de la Western Union Company, que unifica la red norteamericana.

En Francia, uno de los últimos países en adoptar el sistema Morse —al preferir una versión eléctrica del Chappe, el Foy-Bréguet— la implantación de la red telegráfica, acordada en 1845, permanece estancada durante siete años, para luego acelerarse en el transcurso de los veinte años siguientes. En el mismo lapso de tiempo, se incrementa la red del ferrocarril, que pasa de 3 010 kilómetros a 17 733 kilómetros. En 1852, se autoriza, por fin, la utilización del telégrafo por parte del público, pero la nueva reglamentación está entreverada con numerosas restricciones (en nombre del orden público y de las buenas costumbres). Persiste este miedo al complot sobre el que se injerta el temor a las especulaciones ilícitas. Habrá que esperar a 1867 para que se produzca una liberalización.

Entretanto, el empleo del telégrafo con fines estratégicos habrá tenido numerosas ocasiones para acreditar sus aptitudes. El telégrafo aéreo instalado en Argel en 1842 se había mostrado como un auxiliar decisivo en la ocupación y colonización de Argelia. Será sustituido, a partir de 1854, por las primeras líneas de telégrafo eléctrico. Pero la primera aplicación de envergadura de este sistema para los estados mayores se producirá durante la guerra de Crimea (1854-1855). En lucha contra el ejército del zar, los altos mandos francés y británico inauguraron un enlace entre el cuartel general y los diversos cuerpos de ejército de una coalición que también contaba con fuerzas expedicionarias procedentes del Piamonte y de Turquía. Los británicos, asimismo, tendieron un cable submarino en el Mar Negro para garantizar, mientras durara el conflicto, una relación permanente con París y Londres. Otra hazaña del telégrafo eléctrico la constituye la guerra de Secesión de Estados Unidos, entre 1861 y 1865. Este conflicto estimuló la construcción de las redes: 24 150 kilómetros en

cuatro años y más de 6.5 millones de telegramas.

Por añadidura, la guerra de Crimea proporcionó a las autoridades militares la ocasión de sentar las bases de una nueva jurisprudencia en materia de censura de la información en periodo de guerra. Por primera vez en la historia de los medios modernos, se censuraron las imágenes relativas al teatro de operaciones.⁷

El fotógrafo británico Roger Fenton obtuvo autorización para tirar sus clichés siempre y cuando su objetivo evitara cuidadosamente enfocar los horrores de la guerra. No asustar a las familias de los soldados: ésta fue la razón aducida por el Estado mayor. El resultado consistió en 360 placas en las que la guerra parecía una partida de campo. Esta construcción artificial contrastaba violentamente con los reportajes del periodista William Howard Russell, quien, en el *Times*, describía la batalla y la matanza de Balaklava, del 25 de octubre de 1854, en la que perecieron 400 de los 600 jinetes ingleses enviados contra los cañones rusos,⁸ lo que suscitaría una toma de conciencia sin precedentes por parte de la opinión y del Parlamento. Hasta tal punto que, en febrero de 1856, un mes antes de la firma del tratado de paz, el alto mando británico decidió poner término al libre ejercicio del periodismo. Un decreto impuso la obligatoriedad de la acreditación por las autoridades militares.

Apenas diez años más tarde, el fotógrafo Matthew B. Brady se trajo de la guerra de Secesión miles de daguerrotipos sin censura previa: tierras quemadas, casas incendiadas, familias desamparadas, cadáveres. La venta no respondió a sus esperanzas y el norteamericano perdió su fortuna en la aventura.

El *Penny Post*

Índice de las fronteras del mundo de la comunicación a distancia de aquel entonces, la Conferencia Internacional Telegráfica organizada en Roma en 1872 con el fin de regular las nuevas redes del planeta, sólo congregaba a 22 Estados: Alemania, Austria-Hungría, Francia,

⁷ G. Freund, *Photographie et société*, París, Seuil, 1974. [ed. esp.: *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, 1976].

⁸ Los escritos (1855-1856) de León Tolstoi siguen siendo uno de los testimonios más elocuentes sobre los horrores de la guerra de Crimea. (*The Sebastopol sketches*, translated by D. Mc Duff, Londres, Penguin, 1986.)

Gran Bretaña, la India británica, Italia, Rusia, Turquía, España, Bélgica, Países Bajos, las Indias orientales neerlandesas, Rumanía, Suecia, Dinamarca, Noruega, Suiza, Grecia, Portugal, Serbia, Luxemburgo y Persia. Todos estos países o regiones se habían afiliado a la Unión Telegráfica Internacional, fundada con motivo de un primer congreso celebrado en París en 1865. La transmisión es libre, pero las partes contratantes se reservan el derecho de "impedir los telegramas que amenacen la seguridad del Estado o violen las leyes del país, el orden público y la moral". Esta Unión representaba, en realidad, la primera institución internacional de la era moderna, la primera instancia internacional de reglamentación de una red técnica.

La Unión Postal Universal, por su parte, verá la luz en Berna un poco más tarde, en 1875, al amparo de la Conferencia Postal Internacional de 1874. La primera Conferencia Postal, a la que asistirían representantes de catorce naciones, se había reunido en París, en 1863. Las primeras decisiones de esta Unión consisten en armonizar las tarifas postales internacionales y en reconocer oficialmente el principio del respeto del secreto de la correspondencia. La puesta al día de la vieja institución postal era una tarea impostergable.

Inglaterra da ejemplo, en 1840, con la reforma Rowland-Hill, que lleva el nombre de su promotor, inventor también del sello de correos. La novedad consistía en que no se tenía en cuenta la distancia en el precio del transporte de las correspondencias postales y se adoptaba una tasa única de un penique (10 cts.). Entre las inmediatas repercusiones de esta medida cabe destacar que el número de cartas, que había sido de 76 millones en 1839, se elevó, el año siguiente, a 169 millones, lo que representa un aumento del 122 por ciento. Los resultados financieros, en cambio, fueron menos brillantes y el correo británico necesitó veintitrés años para superar la renta neta de 1839. Pero, según observaba el economista francés Paul Leroy-Baulieu, a finales del siglo pasado: "El bajo precio de las correspondencias hubo de ayudar al desarrollo del comercio, facilitar el auge de industrias que, bajo el régimen de las antiguas tarifas, habrían permanecido estacionarias, y, a través de mil canales indirectos, el tesoro ha recibido, con el aumento del producto de las otras tasas, sumas que quizás anulaban o que atenuaban la pérdida que sufría por la larga disminución de las recaudaciones postales." Y concluía: "La reforma postal ha formado parte, sin duda, junto con los ferrocarriles, los barcos de vapor, los telégrafos, el oro de Australia y de California, de esas causas poderosas y diversas que tan magníficamente han incrementado los

intercambios en estos treinta y cinco últimos años.⁹

En 1847, el Congreso de Estados Unidos adoptó el sello de correos y acogió varias disposiciones de la reforma británica. Al año siguiente, Francia emitió el primer sello y procedió a una reforma menos radical que la aplicada del otro lado del canal de la Mancha. La administración fijó en 20 céntimos la tasa interior para las cartas de 7.5 gramos. El aumento del tráfico postal fue mucho menor: 34 por ciento.

En el decenio de 1860, dará comienzo en casi toda Europa —en Estados Unidos, el telégrafo permanecerá bajo la férula del sector privado, y el correo, bajo la del sector público— la fusión, en una administración del Estado, de los correos y de los telégrafos: 1868, en Inglaterra, tras la compra de la red telegráfica a las compañías privadas; 1875, en Alemania; 1878, en Francia; 1889, en Italia, etc. Ya sea con cartera propia, o bien vinculado a algún ministerio, el estatuto de correos y telégrafos es de los más variados. A finales de siglo, ambos servicios están subordinados al ministerio del Interior en Noruega, en Rumania, en Rusia, en España, en Grecia y en México; al ministerio de Asuntos Exteriores en Bulgaria; mientras que otros Estados prefieren que dependan de Hacienda. Éste fue el caso de Francia, en algunas épocas, o de Suecia. Los modelos metropolitanos de organización del servicio postal se exportan. Así, Siam contrata a un experto alemán, Persia a un austríaco; Japón a un norteamericano, justo en el momento de la abolición (1871) del régimen feudal, precipitando la entrada del país en la era de las redes: la primera línea telegráfica entra en servicio en 1869-1870; la de los ferrocarriles en 1872, el año en que el emperador acomete la unificación y la modernización del ejército, y un año antes de la adopción del calendario occidental.

Con los progresos de la navegación a vapor, se remodela el transporte de las correspondencias internacionales. Sin embargo, no será sino en abril de 1838 cuando el primer barco de vapor, el *Sirius*, perteneciente a un armador irlandés de Cork, atraviese el Atlántico y entre en el puerto de Nueva York. En 1839, el Almirantazgo británico acepta las ofertas de Samuel Cunard, que cuenta con el apoyo de algunos importadores de algodón, para establecer un servicio bimensual Liverpool-Halifax-Boston. El Almirantazgo —que desea reforzar el vínculo imperial con un Canadá que se ha sublevado en 1837— con-

⁹ P. Leroy-Baulieu, en *La grande encyclopédie*, París, 1902.

cede a esta primera compañía postal del Atlántico Norte una subvención anual de 35 000 libras. En 1840, se suscribe otro contrato postal con la Royal West India Mail Steam Packet Co., para el transporte del correo con destino a las Antillas y al Brasil. Francia no entrará en la carrera de los servicios postales internacionales con barco de vapor hasta 1854, con la creación de la Compagnie Générale Maritime, antepasada de la Compagnie Générale Transatlantique. Su fundador fue Émile Péreire, sansimoniano y artífice del primer ferrocarril francés, el Paris-Saint-Germain (1837). Su primer presidente fue Adolphe d'Eichtal, también sansimoniano, y presidente del ferrocarril Paris-Saint-Germain.¹⁰

En el alba del siglo XX, el sistema de las subvenciones a las empresas de servicio marítimo postal es norma habitual en la mayoría de los países. Ninguna de las líneas que realizan este servicio está en medida de subsistir sin esta aportación del Estado, ya sea en Francia, en Estados Unidos e incluso en Inglaterra, a pesar de los poderosos recursos de su flota comercial.

El conjunto de los cambios técnicos que se producen en el modo de comunicación contribuye a alterar radicalmente el estatuto económico de la información. Al reducir los plazos, obliga a modificar los métodos de recogida, de tratamiento y de codificación. Convierte en arcaicas las reglamentaciones de las Bolsas de valores y exige la búsqueda de nuevos procedimientos de intervención en los mercados. La información se transforma en cosa de especialistas y su complejidad reclama la competencia de analistas preocupados en prever la coyuntura. ¿Cómo vivieron los hombres del negocio contemporáneo estas conmociones? La respuesta nos la da un periódico financiero (*The Sugar Cane*), de Manchester en 1888: "En los buenos tiempos de antaño, las mercancías raras veces dejaban pérdidas, salvo en época de gran pánico. Los comerciantes, incluso si especulaban ampliamente, tenían las mercancías a la vista en los almacenes y en los puertos. La prudencia, la previsión y la inteligencia tenían su recompensa. La introducción de la navegación a vapor lo ha cambiado todo y el telégrafo ha completado la revolución. La información en exclusiva, laboriosamente obtenida, que antes le proporcionaba un beneficio al negociante inteligente, es, hoy en día, propiedad pública, desde el

¹⁰ M. Barbance, *Histoire de la Compagnie générale transatlantique*, Paris, Arts et métiers graphiques, 1955.

momento en que aparece. El especulador audaz dispone de ella al mismo tiempo, por así decirlo, que sus competidores; esta es ahora la regla."¹¹

Índice de crecimiento de los flujos: según las estadísticas elaboradas por la Unión Telegráfica Internacional, el número de transmisiones telegráficas en el mundo pasó de veintinueve millones en 1868 a ciento veintiún millones en 1880. Veinte años más tarde, se alcanzaban los trescientos treinta y nueve millones. Los flujos internacionales representaban, en esa fecha, un poco más del 20 por ciento del total.

A partir de 1875, el planeta ha entrado en ese periodo que el historiador británico Eric Hobsbawm caracterizará como la "era de los imperios" (1875-1914). Con el cambio de velocidad de las mutaciones técnicas y el despegue de las metrópolis, aumenta la distancia entre el mundo desarrollado y lo que, mucho más tarde, se convertirá en el tercer mundo. En 1800, las diferencias del producto nacional bruto per cápita eran insignificantes; eran de 2 a 1 en 1880; serán de 3 a 1 en 1913 y alcanzarán 7 a 1 en 1970.¹²

La era del hilo

En 1876, Graham Bell patenta en Estados Unidos el invento del teléfono. Al año siguiente, la Bell Telephone Company emprende la explotación comercial de su aparato. En 1882, la Bell establece una primera filial en Bélgica, en Amberes. En 1885, se crea la American Telegraph and Telephone (ATT) que, progresivamente, se convertirá en la casa matriz del sistema Bell. Durante cerca de 80 años, ATT logrará conservar su cuasimonopolio privado sobre las redes de telecomunicación de Estados Unidos. Habrá que esperar a la marejada de la desreglamentación, a comienzos de los años ochenta, para asistir a su desmonopolización.

En 1881, la red norteamericana cuenta con 123 000 aparatos. En Europa, Gran Bretaña opta, al principio, por confiar la ampliación de sus líneas al sector privado, aunque, en 1881, Londres no tiene más que 1 100 abonados. El Estado no asumirá el control de todo el sistema

¹¹ *The sugar cane*, citado en M. Moreno Friginals, *El ingenio, complejo económico social cubano del azúcar*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1978.

¹² E. Hobsbawm, *The age of empire (1875-1914)*, Londres, Weidenfeld & Nicolson, 1987.

hasta 1912. En Francia, el teléfono se implanta siguiendo el *modelo administrativo* que ya ha sido aplicado al telégrafo. Pero, al igual que del otro lado del canal de la Mancha, la administración se queda rezagada. En 1888, París cuenta con 5 800 aparatos, o sea, el 70 por ciento del parque de las diez primeras ciudades francesas. Las primeras comunicaciones telefónicas internacionales se intercambian, entre París y Bruselas, en 1887. Entre Londres y París, en 1891; entre París y Suiza, en 1892. En cada ocasión, hay que firmar previamente un convenio bilateral para autorizar la transmisión. Hasta 1906 no se alcanzarán los primeros acuerdos multilaterales, firmados por 28 países, en el congreso de Berlín, que asistirá al nacimiento de la primera Unión Radiotelegráfica Internacional. No hay que olvidar que en esas fechas el espacio telefónico internacional es aún muy limitado. Hasta 1956, es decir un año antes de que se inicie la carrera de los satélites, no se tenderá el primer cable telefónico submarino trasatlántico.

En 1900, las diferencias en Europa son ya muy acusadas. Mientras Suecia presenta un teléfono por cada 115 personas y Alemania uno por cada 397, Francia, con una tasa de equipamiento de uno por cada 1 216, sólo aventaja a Italia (uno por cada 2 629) y Rusia (uno por cada 7 000). Éste retraso de Francia en relación con los otros países será una constante estructural de su dispositivo de telecomunicaciones hasta, prácticamente, la llegada de la telefonía digital, hacia 1974. (En menos de quince años, el parque telefónico se multiplicará por más de cuatro.) A finales del siglo XIX, Estados Unidos, pues, lleva clara ventaja, con un promedio de un aparato por cada 60 habitantes. Son también sus fabricantes de material telefónico los que tejen la primera red multinacional de producción y de ventas. La International Western Electric, filial de la Western Electric, propiedad, a su vez de ATT, se instala en Gran Bretaña, Bélgica, España, Francia, Países Bajos, Italia, Noruega, Polonia, Australia, China y Japón.¹⁵ (En 1925, a raíz de un proceso antitrust, cederá esta red a la International Telegraph & Telephone, ITT, fundada en 1920; no volverá a establecerse en el extranjero hasta después de 1982, al amparo, precisamente, de la desreglamentación.)

En 1901, el italiano Guglielmo Marconi explota el descubrimiento

¹⁵ N.R. Danielian, *A.T.&T.: The story of industrial conquest*, Nueva York, Vanguard Press, 1939.

sobre la propagación de las ondas electromagnéticas y, con el apoyo de compañías armadoras y de grupos de prensa, logra establecer la primera transmisión trasatlántica de telegrafía sin hilo. El Almirantazgo británico será el primero en captar el sentido estratégico de esta innovación de las comunicaciones por radio que rechazaba los límites de un planisferio que ya había sufrido profundas modificaciones con la aparición de los cables submarinos. Las patentes del inventor italiano servirán para fundar una firma británica que llevará su nombre. En Francia, en 1899, el ministerio de la Guerra encarga al capitán Ferrié, quien escribió el primer libro sobre la técnica de la radio, un estudio sobre sus aplicaciones militares, especificándole que evite los contactos con Marconi, "al servicio de una potencia extranjera". En 1907, la marina de guerra toma la primera iniciativa para reagrupar a las primeras empresas del sector.¹⁴ En la conferencia de Berlín, en 1906, 28 estados habían discutido en torno a la cuestión de la normalización de los equipos, con el fin de minimizar las interferencias entre estaciones. Las grandes potencias marítimas (Gran Bretaña, Alemania, Francia, Estados Unidos y Rusia), grandes usuarias de radiocomunicación, habían legitimado por aquel entonces una doctrina imperial según la cual la prioridad en el uso del espectro de frecuencias se atribuía al primer país en notificar a la Unión radiotelegráfica su intención de utilizar una frecuencia concreta de radio. Este pragmatismo planteará muchos problemas, unos setenta años más tarde, cuando las naciones excluidas reivindican el pleno acceso al espectro. Para entonces, la *comunidad internacional* de las comunicaciones a distancia ya no estará compuesta por 28 sino por cerca de 150 naciones.

El 18 de agosto de 1858, siete años después del tendido del cable submarino que enlaza Dover con Calais, se había establecido la primera comunicación entre Inglaterra y Estados Unidos. Sin embargo, el cable trasatlántico no será realmente operativo hasta septiembre de 1866. El primer mensaje comercial consiste en un despacho destinado al *New York Herald* en el que se transcribe íntegramente el discurso pronunciado ante el Parlamento prusiano por el emperador Guillermo, vencedor de los austríacos en Sadowa. Pero el costo resulta prohibitivo: ¡36 000 francos!

¹⁴ Véase el dossier "Entre guerre et paix", bajo la dirección de A. Lefebvre, *Interférences*, núm. 1, París, 1981.

La extensión internacional del cable irá acompañada de la rivalidad de los imperios inglés y francés que se intensificará a partir de 1869, fecha de la apertura del canal de Suez. (Entre 1851 y 1868, las redes submarinas se desarrollan esencialmente a través de los enlaces del Norte, las líneas del Mediterráneo, las de la India y el cable del golfo Pérsico). Entre 1870 y 1880, se inauguran, sucesivamente, una comunicación que parte de las costas de Inglaterra y llega hasta las Indias neerlandesas (Batavia), la red de las Antillas, la línea que va desde la India británica a Australia y a China, las redes de los mares de China y de Japón, el cable entre Suez y Aden, la comunicación entre Aden y la India británica, los cables de Nueva Zelanda, la comunicación entre la costa oriental y el sur de África, el cable entre Hong Kong y Manila. En los años de 1880, Francia establece una cascada de enlaces a lo largo de las costas de Indochina y de África negra (redes del Senegal y de la costa occidental del África). Otra dirección hacia la que se dirigen las cabeceras de red de Europa y de Estados Unidos, América Central y América del Sur: en 1874 se abre la red trasatlántica Sur (el cable Lisboa-Recife enlaza directamente Europa con Brasil, pasando por las islas de Cabo Verde y por la isla de Madeira); en 1876, la red de las costas de Chile; en 1880, la red de la costa de México; un año más tarde, la red de las costas del Pacífico, desde México hasta Perú.¹⁵ Las redes de cable que entrecruzan el globo están entonces, mayoritariamente, en manos del sector privado. Sobre una longitud total de cables de 104 000 millas, no más del 10 por ciento pertenece a las administraciones gubernamentales.

La supremacía británica en estas redes submarinas es aplastante: en 1910, el imperio, por sí sólo, concentrará la mitad, aproximadamente, del parque mundial, o sea, 260 000 kilómetros. Francia que, a diferencia de Estados Unidos y de Gran Bretaña, ha optado por una gestión estatal del cable, no controla más que 44 000 kilómetros.¹⁶

La preponderancia de las compañías británicas, que perdurará hasta el final de la primera guerra mundial, se fundamenta en un doble control de las redes internacionales: directo, a través de la propiedad; indirecto, por la vía de la censura diplomática de la que Londres dispone sobre las comunicaciones que transitan por los canales británicos. Desde el punto de vista industrial, el imperio victoriano ofrece

¹⁵ Informaciones publicadas por la Oficina Internacional de las administraciones telegráficas; *Rapport*, Berna, 1890, 3a. edición.

¹⁶ C. Bertho, *Télégraphes et téléphones*, op. cit.

tecnología, fábricas y una flota cablera, más operativas que las de sus rivales. Controla el mercado del cobre y del caucho: las cotizaciones mundiales de estas dos materias primas del cable se fijan en Londres; las empresas mineras británicas son dueñas de yacimientos y de minas de cobre. Por último, la Corona no escatima sus ayudas: científica (investigadores del Almirantazgo, servicio de cartografía) y financiera (las subvenciones que garantizan las operaciones son más elevadas que en Francia). En 1904, 22 de las 25 compañías que gestionan las redes internacionales son filiales de empresas británicas; Gran Bretaña dispone de 25 navíos que suman cerca de 70 000 toneladas, mientras que los seis barcos de la flota cablera francesa no superan las 7 000 toneladas.¹⁷

En 1898, con motivo de la crisis de Fachoda, la secuencia más comprometida del contencioso africano entre las dos potencias coloniales en el que el plan de expansión del imperio francés, de oeste a este, partiendo de Brazzaville, tropieza con el de norte a sur británico, es tal la dependencia de las redes de su rival que París tiene que pedir autorización al gobierno de Londres para utilizar el hilo y el barco del general Kitchener para comunicarse con el capitán Marchand que acaba de ocupar Fachoda. La agencia de prensa Havas, por su parte, se encuentra en una análoga situación de subordinación respecto de la agencia Reuter cuando se producen estos acontecimientos que, a juicio de los historiadores de la prensa, ven el reconocimiento del “peso de la opinión pública en las relaciones internacionales, tal como la prensa popular la refleja y la modela”.¹⁸

Primeros géneros de la cultura de masas

Muy pronto, las grandes agencias de prensa se convirtieron en asiduas usuarias de las redes de comunicación a distancia, felices como estaban de no tener que depender de las palomas mensajeras para transportar sus despachos.

La agencia Havas —antepasada de la Agence France Presse (AFP)— se funda en 1835, la alemana Wolff en 1849 y la británica Reuter en

¹⁷ Ph. Bata, “Les câbles sous-marins des origines à nos jours”, *Télécommunications*, núm. 45, París, octubre de 1982.

¹⁸ M. Palmer, *Des petits journaux aux grandes agences. Naissance du journalisme moderne*, París, Aubier, 1983, p. 194.

1851. La agencia norteamericana Associated Press (AP) inicia su historia en 1848. Pero sólo las tres europeas nacen como agencias internacionales. Con el cambio de siglo, la norteamericana se interna en esta vía. El cártel Havas, Reuter y Wolff se reparte el mercado mundial mediante un acuerdo explícito firmado en 1870. El territorio de la agencia parisina abarca más específicamente a la Europa meridional; el de la Wolff, la Europa central y septentrional. En cuanto a la británica, se configura según las líneas de fuerza del imperio. Desde sus comienzos, hace de la información comercial y financiera una de sus áreas privilegiadas. La originalidad de Havas está en combinar información y publicidad. Esta acumulación la convertirá en el precursor de los grupos *multimedia* del siglo XX. También es original la compleja historia de sus imbricaciones con el Estado. A raíz de la primera guerra mundial, Wolff dejará de ser una agencia mundial. Y de este modo, las agencias Havas y Reuter saldrán reforzadas, hasta los años treinta, en que las agencias norteamericanas AP y United Press (UP) emprenderán la caza de las noticias en el mismo terreno.¹⁹

El auge de las redes de las grandes agencias es paralelo al advenimiento de una prensa liberada de los condicionamientos de la censura. Entre 1853 y 1861, Gran Bretaña suprime los "impuestos sobre el saber" que obstaculizaban el desarrollo de una prensa de masas. Estados Unidos se había anticipado ampliamente ya que, incluso antes de 1850, hacía su aparición una prensa diaria barata con una audiencia popular.

En Francia, la legislación señala una etapa en 1881. La imprenta y la librería son libres. Se suprime el depósito previo, lo mismo que la fianza y el timbre. Los únicos delitos de prensa son la provocación al delito, la incitación a la desobediencia militar, las injurias al presidente de la República, los gritos sediciosos, las ofensas a las buenas costumbres, las difamaciones e injurias personales, la injuria hacia los jefes de Estado y agentes diplomáticos extranjeros. Se autoriza la venta ambulante y la distribución de impresos y se regula la fijación de carteles. El gerente es responsable de la publicación; su nombre ha de figurar en el periódico. Tal era, sustancialmente, el contenido de la ley francesa del 29 de julio de 1881, acogida como la gran ley en materia de libertad de prensa y considerada como la victoria de la burguesía republicana.

¹⁹ Véase J.O. Boyd y M. Palmer, *Le trafic des nouvelles. Les agences mondiales d'information*, Paris, Alain Moreau, 1981.

En 1890, *Le Petit Parisien* se jacta de ser el primer diario popular europeo en superar el millón de ejemplares de tirada.²⁰ El *New York Journal*, del norteamericano William Randolph Hearst, emblema de la prensa sensacionalista, ni siquiera alcanza esta cifra, a pesar de sus suplementos dominicales y de sus *comics*. A ambos lados del Atlántico, la competencia estimula la búsqueda de los primeros géneros de la cultura de masas. En Francia, donde *Le Petit Journal* y *Le Petit Parisien* libran una guerra encarnizada, el folletín se convierte en uno de los triunfos del periodismo popular. Introducido a partir de 1836, este género alcanzará su apogeo a mediados de la década de 1880, cuando esos periódicos lleguen a publicar dos o tres folletines a la vez, a base de grandes campañas de promoción.

En Estados Unidos, la lucha entre los suplementos dominicales del diario de Hearst y del *New York World*, de Joseph Pulitzer, asiste al nacimiento de los primeros *comics* en 1894. Será necesario esperar quince años para que se ponga a punto la primera estrategia de penetración del mercado internacional sobre la base de este tipo de producto editorial. En 1909, Hearst crea el primer *syndicate*, International News Service, agencia cuya función consiste en vender material literario a los periódicos, artículos de divulgación científica, crucigramas, historietas. En 1915, le sucede el King Feature Syndicate, uno de cuyos productos básicos es el *comic*. La reestructuración de este género en torno al *syndicate* trae como consecuencia el final de la etapa artesanal en beneficio de la división del trabajo y de la producción (la agencia se arroga los derechos del *autor*, puede retocar, suprimir y modificar, encontrar un sucesor cuando desaparece el dibujante; es decir, tiene una política editorial); una “estandarización de los materiales, procurando cierta homogeneidad de cara al mercado internacional y eliminando los aspectos críticos o agresivos que pudiesen alejar clientes en países de costumbres, religión o principios políticos distintos”.²¹

Pero es en el ámbito de la industria cinematográfica donde se prepara el primer gran proceso de internacionalización de la naciente cultura de masas. Las primeras representaciones cinematográficas tienen lugar en París y en Berlín en 1895, en Londres, en Bruselas y en Nueva York al año siguiente. Los hermanos Lumière le disputan a Edison la primacía de la invención de esta técnica. La rivalidad entre

²⁰ M. Palmer, *op. cit.*

²¹ R. Gubern, *El lenguaje de los comics*, Barcelona, Ediciones Península, 1974, p. 70.

los dos sistemas se hizo sentir especialmente en las grandes ciudades latinoamericanas que descubrieron el cine en la misma época que las grandes capitales europeas. Las primeras proyecciones públicas en América Latina tuvieron lugar, en efecto, en 1896, en Rio de Janeiro, Montevideo, Buenos Aires, México, Santiago de Chile y Ciudad de Guatemala, a las que siguieron, en 1897, La Habana y Lima. En México y Brasil, a partir de esos años, las grandes capitales provinciales asistieron a la llegada del proyector, ya fuera el de Edison o bien el de los hermanos Lumière: Guadalajara, Mérida, Puebla, Curitiba, São Paulo, Salvador de Bahía. Pero países como Bolivia y su capital La Paz hubieron de esperar a 1904 para una primera representación, y su centro minero Oruro, a 1907.²² Después del periodo de explotación en ferias o ambulante, el cine se vuelve sedentario; a partir de 1902-1903 en Estados Unidos y unos tres o cuatro años más tarde en Francia y en Alemania. En vísperas de la primera guerra mundial, los productores franceses, encabezados por Pathé Frères, fundada en 1907, seguida de Gaumont (1885) dominarán claramente el mercado europeo. Así, la red distribuidora de las sucursales de Pathé estará presente en una decena de países (Alemania, Italia, España, Suiza, Países Bajos, Portugal, Suecia, Turquía, Estados Unidos, Brasil).

Hollywood es fundada por independientes entre 1909 y 1913. En 1910, Carl Laemmle lanza a la primera *star*, Mary Pickford, inaugurando el *star system*, el sistema de las películas con estrellas. En 1915, los estudios de Hollywood producirán *El nacimiento de una nación*, de David W. Griffith. Película inaugural que llevará a Jean-Luc Godard a decir: "Las grandes cinematografías nacionales siempre han sido grandes películas de guerra, e incluso de guerra civil. Es decir, en un momento en que una nación se bate contra ella misma y ya no sabe quién es."²³ El comercio internacional de las películas no está entonces obstaculizado por ninguna medida aduanera ni por ninguna política comercial. La primera medida contraria al libre cambio será tomada en 1916, y confirmada en 1917, por Alemania que impondrá un control sobre la importación de películas extranjeras. Es la época en que Berlín comienza a idear una política estatal en materia de industria cinematográfica.²⁴

²² P. Paranagua, *Cinema na América Latina*, Porto Alegre, L. & PM, 1984.

²³ Citado en J.M. Frodon, "L'Amérique et ses démons", *Le Monde*, 7 de mayo de 1992, p. 30.

²⁴ P. Bachlin, *Histoire économique du cinéma*, París, La Nouvelle Édition, 1947.

Crear el acontecimiento, o los comienzos de la leyenda

Fue en un entorno de áspera competencia entre dos gigantes de la prensa de gran tirada donde empezó a forjarse una leyenda sobre el poder del medio de masas y, más aún, en su relación con la guerra.

Fue, en efecto, a finales del siglo XIX cuando se desarrolló la primera gran campaña de prensa con el propósito de incitar a un gobierno a intervenir militarmente en una tierra extranjera, en este caso la isla de Cuba, una de las últimas posesiones de un imperio español moribundo. El presidente W. Mc Kinley, finalmente, fue incapaz de resistir la presión de una opinión amotinada por W.R. Hearst. Los *marines* desembarcaron en 1898 —un año, desde luego, rico en acontecimientos, ya que el enfrentamiento franco-británico en Fachoda por el reparto de África, y el asunto Dreyfus, en Francia, ocupan la primera plana de la información— en la isla y, con ellos, los operadores de la Vitagraph, que filmaron por primera vez una intervención militar, titulando su reportaje *Fighting with our boys in Cuba* [Combatando con nuestros muchachos en Cuba]. Una intervención que, en opinión de numerosos historiadores, podría haberse evitado perfectamente de no haberse producido esa histeria de lógica bélica desencadenada por una prensa que no retrocedió ante ninguna mentira para provocar el desenlace fatal.²⁵ Es conocida la famosa fórmula que resume bien esta fulgurante operación. Hearst envía a La Habana a un reportero y a un célebre dibujante, Frederic Remington, quien, desde la capital cubana, telegrafía a su jefe: “Nada que señalar. Todo está en calma. No habrá guerra. Quisiera regresar.” Lo que le vale la famosa respuesta de Hearst: “Ruégole se quede. Proporcione ilustraciones, yo proporcionaré la guerra.”²⁶

Este hecho destacado —inmortalizado en una de las primeras secuencias de *Citizen Kane*, de Orson Welles (1941)— habrá influido lo suyo en la idea que se iba a tener del poder ilimitado de los medios, capaces de hacer y de deshacer el acontecimiento. E ilustra, asimismo, dos realidades inéditas: la acción de fuerza que representaba este desembarco daba la señal de salida a una larga historia de políticas de injerencia de carácter imperial, de distinta naturaleza que la de la colonial acostumbrada. Cuatro años más tarde, la compañía francesa

²⁵ G. Kennan, *American diplomacy 1900-1950*, Londres, Secker & Warburg, 1952.

²⁶ F. Williams, *The right to know*, Londres, Longmans, 1969.

que había iniciado las obras del canal de Panamá en 1881 cedía sus bienes y sus derechos a Estados Unidos, el cual ayudaba a los secesionistas de lo que no era más que una provincia de Colombia a separarse y a proclamar la independencia, mientras que el nuevo Estado-nación panameño renunciaba, en beneficio de Estados Unidos, a su soberanía sobre la zona del canal, que será inaugurado en 1914; la información de masas se convertía ya en un reto. La historia tendrá en el futuro numerosas ocasiones de trastabillarse. Por lo que se refiere a saber si, de todas formas, con o sin campaña estruendosa, hubiera tenido lugar la guerra hispano-cubano-norteamericana, la cuestión, realmente, sólo reviste interés para una interrogación prospectiva sobre el papel de los medios en nuestras sociedades si nos negamos a considerar el medio como un nuevo demiurgo o Maquiavelo, rompiendo el círculo vicioso de la causa y del efecto.

En esa región de América —y en ese entorno— se consolidan las primeras sociedades del complejo agroalimentario, de carácter multinacional. En primera línea, está el monopolio del cultivo y de la comercialización de la banana, en manos de la United Fruit Company, nacida en 1899, después de absorber a sus competidoras. Es imposible prescindir de esta empresa cuando se describe la genealogía de los ferrocarriles, de las líneas navieras, del telégrafo y del teléfono en dicha parte del mundo. Entrelazando, cuando no confundiendo, los intereses de sus negocios con los de las naciones en las que posee tierras, el *holding* frutero —que será un pionero de la implantación de la radio en el propio territorio de Estados Unidos— creará una filial, la Tropical Radio Telegraph Company, que explotará una red de estaciones telegráficas en una veintena de países del continente americano. Utiliza esta red para enlazar, entre ellos, y con el mercado, los enclaves de producción, a la vez que ofrece sus servicios telegráficos, así como los de sus ferrocarriles y de sus barcos, a los clientes exteriores, sustituyendo, supliendo o, llegado el caso, haciéndole la competencia a los servicios públicos de comunicación y de transporte de gobiernos cómplices, que no cabían en sí de gozo al ver que así se instalaba lo que aclamaban como “las vías del progreso”.²⁷

²⁷ Acerca de la historia de la United Fruit, por uno de sus antiguos empleados: T. Mc Cann, *An American company: the tragedy of United Fruit*, Nueva York, Crown, 1976. Para una historia crítica que contiene numerosos análisis del sistema de comunicación del *holding* frutero: C. Fontanellas (bajo la dirección de), *United Fruit Co.*, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1976.

El caballo de hierro

La Conferencia Internacional de Ferrocarriles ve la luz en 1882. O sea, diecisiete años después del primer acuerdo internacional sobre el telégrafo. Y sin embargo, la primera locomotora de los Stephenson, llamada *Blucher*,* había hecho su aparición en 1814 y la red ferroviaria mundial se extiende ya sobre más de 430 000 kilómetros. Pese a lo cual todavía se está a la búsqueda de la “vía normal”. Porque la normalización del ancho de vía se lleva a cabo lentamente. Incluso en Inglaterra, la norma que George Stephenson había elegido en 1825 para el ferrocarril Stockton-Darlington (4 pies y 8 pulgadas, o sea, 1 435 m) no se implantará definitivamente hasta 1892. Aun cuando el Parlamento, ya en 1846, había otorgado su preferencia a este ancho que correspondía al de los transportes por carretera de la época. En cuanto a la unificación europea de la vía, ésta no se producirá. España, en 1844, adoptó, bajo la influencia de ingenieros ingleses, un ancho de 1 674 m y Rusia escogió el de 1.52 m. Por razones estratégicas, ninguna de estas dos naciones accederá luego a emparejarse con las restantes redes europeas donde terminará triunfando la norma de Stephenson.²⁸

Cuando los representantes de los gobiernos de Alemania, Austria, Hungría, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Rusia y Suiza comienzan a concertarse en 1882, todavía se está discutiendo la armonización de las diversas legislaciones en materia de transporte de mercancías. Comoquiera que estas últimas circulan sucesivamente por varias empresas sometidas cada una de ellas a una legislación diferente, el problema consistía en determinar cuál sería aplicable en caso de pérdida o daños, cuál sería el tribunal competente y cómo se ejecutarían las decisiones.²⁹

Y es que, a diferencia del telégrafo, que prefigura la circulación en tiempo real de los flujos de información de una economía a escala del globo que representa el movimiento, las redes que traza la locomotora como máquina en movimiento reconocen la rigidez de las fronteras, las separaciones de una era en la que la “nación” es la idea motriz. Tan

* En 1829, George Stephenson construiría la famosa *Rocket* (Cohete), considerada como la precursora de las modernas locomotas de vapor.

²⁸ H. Peyret, *Histoire des chemins de fer en France et dans le monde*, París, Société d'éditions françaises et internationales, 1949.

²⁹ *Les archives diplomatiques*, París, 1988.

es así que el tren, parangón de la “revolución *dromocrática* del transporte” o de la celeridad, según la expresión de Paul Virilio, está comprometido con la construcción del Estado-nación industrial y de las burguesías nacionales.³⁰ Es bastante revelador observar cómo la primera disposición que, en Estados Unidos, limitó el principio liberal de la libertad de empresa, se aprobó en 1887 y llevaba por nombre el de Interstate Commerce Act. Estados Unidos —igual que Inglaterra y al contrario de Francia, que había optado por un sistema mixto— había confiado completamente a la iniciativa privada el cuidado de establecer las líneas, y a la libre competencia el de fijar los trazados. El objetivo de la medida federal de 1887 —a semejanza de la Sherman Antitrust Act, aprobada en la misma época— era el de reglamentar las redes ferroviarias con el fin de permitir que la industria del país pudiera dar el “gran salto hacia adelante” de la revolución industrial, forzosamente, en esta fase, nacional. (Para entonces ya circulaba, desde 1869, el primer tren transcontinental.) Dicha norma, realmente, no será puesta en entredicho hasta la Staggers Rail Act, en 1980, cuando el proceso de desreglamentación del conjunto de las redes de comunicación —por carretera, aérea, ferroviaria, medios, telecomunicaciones, y también financiera— prenderá en una economía en trance de *mundializarse*.

La *conexión internacional* del ferrocarril sólo pudo dar un salto cualitativo gracias a las nuevas estrategias imperiales, fundamentalmente en el último cuarto del siglo XIX y a principios del XX. La formación, en la India, a partir de 1845, de las tres compañías (East Indian Railway, Great Indian Peninsula Railway, Madras Railways) ya había marcado la pauta: la mayoría de las líneas habían sido concebidas con fines más estratégicos que económicos, para acortar el tiempo del transporte de las tropas. Hasta los inicios de la *mutiny*, o rebelión de los cipayos, en 1857, no se emprenderá el programa masivo de ferrocarriles, que agilizará las industrias del algodón y del yute, y conectará los centros de la industria pesada con los *Indian coal deposits* [yacimientos indios de carbón] explotados por la East Indian Railway. Pero la red de lo que un funcionario imperial denominaba “las ciclópeas fraguas de los ferrocarriles”, nunca llegará a completarse. No unirá directamente a Bengala con Birmania, que sin embargo era

³⁰ P. Virilio, “L’empire de l’entreprise”, *Traverses*, núm. 13, diciembre, 1978. Véase también, del mismo autor, *Speeds and politics*, Nueva York, Semiotext(e), 1986; y en colaboración con S. Lotringer, *Pure war*, Nueva York, Semiotext(e), 1983.

el granero de arroz de la India. El Colonial Office privará al país de esta ventana exterior para controlarlo mejor.

“El tren —decía Cecil Rhodes— es un instrumento de pacificación que resulta más barato que el cañón y llega más lejos.” Porque, tal y como lo recuerda el historiador Marc Ferro, con motivo de la publicación por la revista *Traverses* de un número monográfico sobre *redes ferroviarias*, el tren también tiene un imaginario internacional que no se confunde con las encantadoras imágenes del Oriente-Express: “Su negra humareda fue el signo mismo del progreso. Por mediación del tren, Occidente se identificó con su símbolo. En el nombre del tren, Victoria conquistó África, desde El Cabo hasta El Cairo. En nombre del tren, Alejandro y Nicolás amenazaron Asia, alcanzaron Vladivostok... El gallo republicano francés pretendió el mismo sueño: atravesar un continente. Agotado, entre Dakar y Yibuti, su esperanza fue detenida en Fachoda. A su vez, para dominar el imperio del Sol Naciente, o al menos obtener audiencia, el Tío Sam le ofreció al Mikado un pequeño tren mecánico. Impúdica, también ella, la China de Tseu-Hi se expuso a las miradas de las potencias: a cambio, pidió que un expreso tuviera parada en las puertas de Cantón. De este modo, el mundo en tres colores se sometió a los amos de la máquina humeante.”⁵¹

El modelo ferroviario —vía de penetración— se inscribe en el contexto colonial: el ejemplar trazado de las redes de ferrocarriles en África. Redes que tuvieron por misión la de enlazar los centros administrativos, ubicados, la mayoría de las veces, en la costa, con las minas del interior, o bien la de permitir el acceso hacia otros territorios que controlar y colonizar, sin contar con los nueve tipos distintos de ancho de vía que han sido instalados. Que van desde el *imperial gauge* de la era victoriana (tres pies y seis pulgadas, o 1.067 m) hasta ese ancho casi exclusivo de las regiones de las minas en Suráfrica (1.435 m). Algunos países, colonizados sucesivamente por dos potencias distintas, incluso han heredado un sistema híbrido. Es el caso de la antigua Tanganyika (la actual Tanzania) ocupada por los alemanes —cuyo ancho de vía era de un metro— y los británicos.

Esta disimetría de los sistemas de ferrocarril también se producía en las naciones soberanas de América Latina. El caso de Argentina resulta ejemplar. Contaba con tres tipos de ancho. El primero (1.674 m),

⁵¹ M. Ferro, “Images de l’histoire”, *Traverses, Ibid.*, p. 52.

mayoritario, correspondiente a la norma escogida por los ingenieros ingleses que habían importado material ya utilizado en la guerra de Crimea. El segundo (1 m), el de las compañías francesas; y el tercero, que no cubría más de una décima parte de la red, conforme a la norma de Stephenson. Este caso ilustra a las claras la historia de un ferrocarril íntimamente vinculado a la construcción de la hegemonía del capital británico en la región, cuando menos hasta la primera guerra mundial. También lo prueba la topografía de los primeros trazados de las líneas de ferrocarril en países como Chile, especialmente, que conectaban los puertos con las minas inglesas de nitrato y de cobre. Y como una red de comunicación nunca viene sola, este predominio ya observado en relación con el cable submarino, estaría acompañado de otro: el de los telégrafos y los teléfonos, también controlados por los británicos. Brasil es otra muestra: en el umbral del siglo XX, no se contaban menos de cinco redes ferroviarias independientes. Cada red regional se desplegaba en forma de abanico centrado en un puerto y abierto hacia el interior. El modelo regional no interconectado —con una fuerte concentración en el polo constituido por los estados de Río de Janeiro-São Paulo-Minas Gerais— también se aplicaba al telégrafo y al teléfono. (Volveremos a encontrarlo más tarde, en la radio y en los comienzos de la televisión. De hecho, habrá que esperar a la promulgación —bajo la presión del ejército— del primer código de telecomunicación, en 1962, y a la nacionalización de las compañías telefónicas extranjeras para que la *comunicación* comience a convertirse en sinónimo de *integración nacional*.³²)

En 1870, la participación de Europa en la red mundial era de un 50 por ciento, aproximadamente; América le seguía de cerca. Quince años más tarde, América, con 265 000 km, precedía a Europa (202 000), Asia (24 000), Oceanía (14 000) y África (en torno a 7 000).

Para entonces, el tren ya había trastocado completamente los datos de la estrategia. Utilizado por vez primera en una campaña militar (en Schleswig-Holstein), en 1848, y luego en la guerra de Crimea (1854-1856) y en la campaña de Italia, conducida por el emperador Napoleón III (1859), terminó de demostrar sus aptitudes durante la guerra de Secesión. En esta guerra, que también asistió al nacimiento de artefactos como el torpedo, el general nordista Mac Clellan, por

³² A. Mattelart y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática*, Barcelona-Buenos Aires, Paidós, 1982. México, ILET, 1983.

primera vez en la historia de la estrategia, hizo que entrara en acción un cuerpo especializado en la construcción y destrucción de vías férreas, así como en el aprovechamiento en campaña de este *caballo de hierro*, verdadero antepasado del tanque.

A su vez, entre 1865 y 1875, los estados mayores de los ejércitos alemán, británico y francés se dotarán de un cuerpo de ingenieros de ferrocarriles. Esta nueva concepción cinemática de la logística, o “arte de mover a los ejércitos”, hará que el general prusiano Von Moltke, creador, en 1866, con ocasión de la guerra austro-prusiana, de la primera “oficina de líneas de comunicación”, llegue a decir que “prefería la construcción de ferrocarriles a la de fortificaciones”.³³

A diferencia de la red en estrella —centrada en la capital— de los ferrocarriles franceses, el modelo que prevalecía en la Alemania imperial no sólo comprendía vías radiales en todas las direcciones a partir de Berlín, sino también un sistema de líneas concéntricas que circundaban el imperio, de forma que pudieran mantenerse las comunicaciones entre las grandes ciudades aun en caso de corte de las vías en periodo de guerra.

Esta arquitectura circular había madurado lentamente. Ya en 1834, el economista Friedrich List, promotor del *Zollverein*, la unión aduanera y económica de las Alemaniás en el entorno prusiano, afirmaba que “el sistema de los ferrocarriles y la unión aduanera eran hermanos siameses”. Tras la unificación política alemana (1870), el canciller Bismarck, aconsejado por Von Moltke, impulsó un movimiento de unificación de las redes y rompió los particularismos regionales al nacionalizar las grandes líneas y organizarlas según un principio militar. Una idea que Von Moltke agitaba desde 1840, época de sus primeros análisis estratégicos sobre el ferrocarril.

La guerra franco-prusiana (1870) había demostrado sobre el terreno la superior organización alemana en los desplazamientos rápidos de grandes masas armadas. La guerra de los Boers (1899-190) y la guerra ruso-japonesa (1904-1905) prefigurarán los métodos que serán utilizados por los estados mayores en campaña durante la primera guerra mundial.

³³ P. Virilio, *art. cit.*

El cronómetro

El *modelo ferroviario* —según ha señalado Paul Virilio— es, por encima de todo, un modelo de administración del tiempo. Como lo demuestran estas palabras de M. Audibert, ingeniero politécnico francés encargado de la explotación ferroviaria en aquellos años de la racionalización de las redes: “Si todos nosotros conseguimos, en toda la extensión de nuestras redes, respetar la hora al segundo, habremos dotado a la humanidad del instrumento más eficaz para la construcción de un mundo nuevo.”³⁴

Esta mística del control del tiempo, aliada a la de la industria pesada, es también la del ingeniero norteamericano Frederick Winslow Taylor (1856-1915) que en el entorno de 1880 empieza a acosar a la “sistemática holgazanería” de los obreros y a aplicar su “sistema científico” de organización del trabajo en las grandes acerías. Es curioso observar que en 1880 es cuando aparece en Francia *Le droit à la paresse*, del antillano Paul Lafargue, yerno de Karl Marx.³⁵ Esta apología del goce, mordaz e irónico alegato en favor del *derecho al ocio*, será, dentro de la literatura socialista anterior a la Gran Guerra, y después del *Manifiesto Comunista*, el texto más traducido, en lenguas que van desde el ruso al yiddish.

Al descomponer los movimientos del “animal humano”, a la vez que pone a punto nuevas máquinas-herramientas, Taylor fragmenta toda actividad en operaciones elementales y automáticas. La idea de Taylor consiste en que el obrero supere el rendimiento presuntamente normal, penalizándolo si no alcanza este rendimiento, y recompensándolo ampliamente cuando lo supera. Es el principio de las tarifas diferenciales Taylor. Un cronometraje permite determinar científicamente el tiempo básico de fabricación de una pieza. Al reducir el número de personas que realizan un trabajo real y, al aumentar sustancialmente el de los vigilantes o inspectores, de los cronometra-

³⁴ Citado en *ibid.* Estas manifestaciones del ingeniero francés acerca de la gestión del tiempo podrán generalizarse. Véanse, por ejemplo, los análisis del historiador A.D. Chandler sobre el vínculo entre la formación de la filosofía de la dirección y la implantación del sistema ferroviario en Estados Unidos (A.D. Chandler, *The visible hand: The managerial revolution in American business*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1977).

³⁵ P. Lafargue, *Le droit à la paresse*, París, Maspero, 1976 [ed. esp.: *El derecho a la pereza. La religión del capital*, Madrid, Fundamentos].

dores o jefes de ritmo, de los contables y otros gestores del tiempo de los trabajadores sometidos al sistema, el inventor de la primera doctrina gerencial propone un esquema de comunicación interna. “En el pasado —escribe—, el hombre lo era todo; en lo sucesivo, el todo será el sistema... La formación individual de cada obrero exige la construcción de una oficina especial para el ingeniero y los empleados encargados de este servicio. En esta oficina, el trabajo de cada obrero se prepara enteramente con antelación, y los empleados siguen los diagramas y los planes de utilización de cada uno de los hombres, disponiéndolos como piezas en un tablero, gracias a un sistema de teléfonos y de mensajeros organizado a tal efecto.”³⁶

Estas ideas se desarrollan en un contexto en el que la organización del trabajo suscita, por parte de los teóricos, los proyectos más audaces en cuanto al uso que puede hacerse de las nuevas herramientas de comunicación. Así, en su obra *Motion study*, el norteamericano Frank Bunker Gilbreth, especialista en el estudio de los micromovimientos, aconseja a los “empresarios inteligentes” el uso, en sus talleres, del fonógrafo y de la música para luchar contra el tedio y la monotonía de las tareas.

La concepción de la separación de las “tareas” y del obrero como “motor humano” será fustigada por el anarco-sindicalista francés Émile Pouget (1860-1931) en su opúsculo titulado *L'organisaion du surmenage. Le système Taylor*, publicado en 1914 con motivo de la huelga de los obreros de las factorías Renault contra el sistema del ingeniero norteamericano.³⁷ Reivindicaciones que se esfumarán por imperativo de la movilización de la producción con fines bélicos.

Simultáneamente a la introducción del cronómetro como instrumento de medida de los gestos del obrero en el trabajo, penetra la herramienta de control de sus desplazamientos. Se trata de la máquina de fichar, cuya función aparece certeramente descrita en un anuncio publicado en el *Almanach Didot-Bottin* de 1901: “Aparatos para controlar a los obreros, patentados en Alemania y en el extranjero. ¡Última

³⁶ F.W. Taylor, *Principles and methods of scientific management*, Nueva York, Harper & Bros, 1911. Esta obra había sido precedida de varios artículos —“Shop management” (1903), entre otros— publicados en *Transactions*, órgano de la American Society of Mechanical Engineers [ed. en esp.: *Management científico*, Barcelona, Ediciones Orbis, 1986, col. Biblioteca de la Empresa].

³⁷ E. Pouget, *L'organisation du surmenage: le système Taylor*, París, Librairie des sciences politiques et sociales, M. Rivière, 1914.

novedad! ¡Nuevo principio! El medio más rápido, más seguro, más sencillo, para controlar las idas y venidas del obrero, y que resulta invisible para éste.”

Números, objetivos y perfiles

La preocupación por la gestión de los grandes números empieza a suscitar la necesidad del tratamiento de la información. Con ocasión del censo de 1890 el gobierno federal de Estados Unidos introduce la máquina de tarjetas perforadas, inventada diez años antes por el estadístico norteamericano Hermann Hollerith (1860-1929), con un procedimiento puesto a punto por Joseph-Marie Jacquard para su telar. Esta primera máquina para el tratamiento de la información será industrializada a partir de 1896 por la Hollerith Tabulating Machines Corp. que, en 1924, se convertirá en la firma IBM (International Business Machines).

En el campo de los medios, esta preocupación por la medición y el cálculo es, en aquella época, todavía bastante embrionaria. Si bien es verdad que la primera agencia norteamericana de publicidad de la era moderna nació en 1840 en Filadelfia, el concepto de *objetivo* sólo comenzará a construirse hacia 1865. Su origen se localiza en la agencia J. Walter Thompson que permanecerá en la vanguardia a la hora de diseñar los perfiles del consumidor, en el transcurso del siglo siguiente. La primera reflexión sobre el *objetivo* tiene lugar en los años del decenio de 1870, con ocasión de la introducción de la publicidad en las revistas femeninas (*Godey Ladies Book* y *Peterson's Magazine*), primeros periódicos que aspiran a construir un público masivo. A través de la mujer, el mensaje publicitario persigue lograr el acceso a toda la familia.³⁸ También es uno de los primeros campos de experimentación de la imagen fotográfica en color. Habrá que esperar a los años veinte para ver cómo se realiza, bajo la égida del fordismo, la “racionalización” de la segmentación de los consumidores. Entretanto, J. Walter Thompson ya habrá instalado una oficina en Londres (1899). Es el primer cimiento de una red de agencias que esperará, también ella, el final de los años veinte para internacionalizarse a través del mundo,

³⁸ 1909 *JWT Blue Book, 1909-1910*, Reproducción facsimilar de la edición original, con ocasión del centenario de la agencia, en *Advertising Age*, 7 de diciembre de 1964.

siguiendo a la General Motors, su primer cliente multinacional.

Por último, hay que señalar que, durante los dos últimos decenios del siglo XIX, la medición y la necesidad de clasificación obsesionan también a los responsables del sistema judicial y penitenciario.

En 1885, tiene lugar en Roma el primer congreso de antropología criminal, o "ciencia del estudio del delincuente", que significa el punto de partida de numerosas asociaciones nacionales de esta especialidad y el establecimiento de un vínculo internacional entre ellas. Este congreso, inaugurado por el profesor Cesare Lombroso, médico de profesión y autor de *L'uomo delinquente* (1876), había sido precedido por el primer congreso penitenciario, organizado en Londres en 1882; le seguirá el primer congreso de la Unión Internacional de Derecho Penal, que tendrá lugar en Bruselas en 1889. En ese año se reunirá en París, con motivo de la exposición universal, el segundo congreso de antropología criminal. Esta nueva ciencia de la antropología criminal, inspirada en la filosofía positivista, es eminentemente operativa. Define y clasifica al delincuente como individuo anormal y peligroso, fundamentalmente psicópata, "enfermo mental". Es la época en la que se desarrollan los estudios sobre los anarquistas, "sujetos antisociales" por excelencia, imagen extrema de cuantos atentan contra el orden establecido. También es la época en la que la noción de "raza" como criterio de evaluación de la "peligrosidad" o de la "inteligencia" del "individuo extranjero" deja transparentar su profunda ambigüedad.

La antropometría se convierte en auxiliar de la policía. Presta su ayuda a la determinación de la identidad individual. El método de identificación de los delincuentes, conocido como *bertillonage*, puesto a punto por el antropometrista francés Alphonse Bertillon (1853-1914) se adopta oficialmente en Francia en 1890. Es el comienzo de la foto de identidad judicial, con un retrato de frente y de perfil, combinada con las medidas corporales. Desde 1871, año de la insurrección de la Comuna y de la brutal represión de la que fue objeto, el poder no había dejado de demostrar su preocupación por la utilización de la fotografía con fines policíacos.

Desde una misma perspectiva de criminología clínica, el funcionario de la policía argentina Juan Vucetich pone a punto en los años de 1890 un método de identificación dactiloscópica que compite internacionalmente con la de Bertillon.³⁹ Nada tiene de extraño que

³⁹ Véase L. Reyna Almandos, *Dactiloscopia argentina. Su historia e influencia en la*

Argentina manifieste tales preocupaciones en este campo. A semejanza de los países del continente americano con fuerte inmigración, las autoridades públicas se esfuerzan por controlar mejor la entrada de “delincuentes comunes” que huyen de la justicia de sus países de origen y, por encima de todo, la de los “elementos que llegan de Europa contaminados por las ideas peligrosas y disolventes”. En sus congresos internacionales, los especialistas latinoamericanos en antropología criminal no se contentan sólo con comparar los respectivos méritos de los métodos de Bertillon y de Vucetich; llegan incluso a proponer la creación de “gabinetes de identificación intercontinentales” para garantizar un mejor control de los flujos de inmigración. Mientras que en Londres, en esos mismos años, sir Francis Galton, más conocido por ser uno de los pioneros de la eugenesia, publica, él también, su propio sistema de identificación dactiloscópica.

Metáforas del progreso

Durante la segunda mitad del siglo XIX, nuevos actores y formas de organización hacen su entrada en el escenario internacional. Ya lo hemos visto, puesto que, en torno al telégrafo eléctrico, en 1865, nació la primera organización internacional de la era moderna.

A partir de 1870 se multiplicarán las uniones administrativas y los convenios entre estados. Sólo nacerán 20 en el periodo 1870-1880; 31 verán la luz entre 1880 y 1890; 61 entre 1890 y 1900; y 108 entre 1900 y 1904.⁴⁰ Estos convenios y uniones afectan a los ámbitos más diversos: Unión Postal Universal, Cruz Roja (1874), Convenio suscrito por veinticinco naciones sobre la “hora universal”, fijada con relación al meridiano de Greenwich (1884), Convenio sobre Derecho Internacional Privado, referido, principalmente, a la definición de la formas de ayuda legal en las relaciones interestatales (1896), etc. Este nuevo tipo de organización inaugura la nueva era de la internacionalización legal y técnica. Codificación y nomenclaturas están en el orden del día.

legislación, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 1932. Véase, igualmente, R. del Olmo, “El surgimiento de la criminología en América Latina”, en *América Latina y su criminología*, México, Siglo XXI, 1987.

⁴⁰ Th Schieder, “Political and social developments in Europe”, *The New Cambridge Modern History*, vol. XI, pp. 253-254. Véase también la obra pionera de W. Sombart, *Der moderne Kapitalismus*, 1902.

La comunicación tiene mucho que ver en la aparición de estos nuevos espacios de mediación internacional: está íntimamente asociada al simbolismo del “acercamiento entre los pueblos”. A lo largo de todos estos decenios, la comunicación compartirá esta mitología de la “concordia general” con otras nuevas formas de relaciones internacionales: las exposiciones universales. Éstas y aquella se apoyarán en una acción sinérgica.

1851: la primera exposición universal, *the Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations*, que tiene lugar en el Crystal Palace de Londres, inaugura el primer enlace telegráfico Inglaterra-Francia. 1876: la exposición de Filadelfia revela el teléfono de Graham Bell. 1893: la World's Columbian Exposition de Chicago se inicia con la inauguración de la primera línea telefónica Chicago-Nueva York. He aquí algunos ejemplos, entre otros, que demuestran cómo los inventos de la comunicación no han sido los últimos, no sólo en materializar, sino también en idealizar, una noción del progreso, de la civilización, de lo universal y del universalismo. Porque las exposiciones están hechas “para dar la medida, el grado de civilización y de progreso alcanzados por las diversas naciones”.⁴¹ En las ferias internacionales de la Edad Media (Beaucaire, Frankfurt, Leipzig, Lyon, Nijni-Novgorod), los objetos expuestos estaban destinados a la venta inmediata. En las exposiciones universales, se exponen las máquinas que sirven para hacer estos objetos y los medios de producción que se emplean para fabricarlos. “Están hechas para dar una idea del desarrollo de la industria, del comercio y de las artes en los diferentes países.”⁴²

Autopromovidas como las “asambleas pacíficas del progreso”, no escapan a la tensión permanente —que caracteriza a la realidad mundial de la época— entre el deseo de concordia general y la pulsión belicista. ¡En la exposición de 1851, los telégrafos eléctricos de la firma Siemens se codean con los cañones de Krupp en la sección ocupada por el Zollverein! Y veinticinco años más tarde, en la exposición de Filadelfia que celebra el centenario de la independencia de Estados Unidos, un informe oficial no duda en destacar, también en relación con la sección alemana: “Se tiene la sensación de estar dominado por un sentimiento penoso cuando, al recorrer la exposición, no se encuentran más que regimientos enteros de Alemania, de empera-

⁴¹ G. Gérault, *Les expositions universelles envisagées au point de vue de leurs résultats économiques*, Paris, Librairie Société du recueil général des lois et des arrêts, 1902, p. 23.

⁴² *Ibid.*

dor, de príncipe heredero, de Bismarck, de Moltke, de Roon, en porcelana, en *biscuit*, en bronce, en cinc, en terracota, en cerámica, pintados, bordados, esculpidos, impresos, tejidos, etc... En el sector de las máquinas, los 7/8 del espacio están ocupados por los cañones Krupp, las máquinas de matar (*killing machines*, como las llaman los norteamericanos) que parecen una amenaza brutal entre las pacíficas exposiciones de otras naciones."⁴³ Y el novelista Émile Zola no tiene palabras bastante duras para fustigar la "fiesta imperial", esa "mentira de cuento de hadas" que fue la exposición de 1867 en un París "ahíto de Majestades y de Altezas" donde "la multitud que se atropellaba en la exposición dispensaba una popular acogida a los cañones Krupp, enormes y lóbregos, que Alemania había expuesto".⁴⁴

Después de Londres (1851), las mayores exposiciones se desarrollaron en París (1855, 1867, 1878, 1889, 1900), nuevamente Londres (1862), Viena (1873), Filadelfia (1876) y Chicago (1893). Otras tantas fechas que jalonan una carrera de marcas. Los, aproximadamente, 14 000 expositores del Palacio de Cristal atraen a seis millones de visitantes; los 83 000 expositores de la exposición de 1900, en París, cerca de 51 millones. La exposición de París de 1889, año del centenario de la Revolución, se extiende sobre cien hectáreas; la exposición de Chicago, que conmemora el cuarto centenario de la expedición de Cristóbal Colón, es cinco veces más grande, pero sólo atrae a 27 millones de visitantes.

El gigantismo de la World's Colombian Exposition de Chicago estaba a la altura de los envites políticos. La joven América, reinterpretando la gesta de Colón, se proponía sincronizar los relojes del orden internacional con la hora del panamericanismo. La estrategia panamericana pretendía "en parte, cerrar el paso a los británicos (cuyas inversiones en Sudamérica superaban las de Estados Unidos), a los franceses (considerados como la principal amenaza hasta el fracaso, en 1889, de su proyecto de canal de Panamá) y, en menor medida, a los alemanes y a los italianos".⁴⁵ En 1889, el secretario de Estado Blaine había convocado a los países latinoamericanos a una primera conferencia internacional en Washington. Sus objetivos: el

⁴³ F. Maquaire et al., *Rapport des délégués mécaniciens en précision à l'Exposition universelle de Philadelphie (1876)*, París, Imprimerie nationale, 1879, p. 21.

⁴⁴ E. Zola, *L'argent*, París, 1891 [ed. esp.: *El dinero*, Barcelona, Ed. Nauta, 1966].

⁴⁵ M.R. Trouillot, "Good day Columbus: Silences, power and public history", *Public Culture*, Filadelfia, vol.3, núm. 1, otoño de 1990, p. 15.

fomento de la paz continental, la obtención de acuerdos aduaneros y comerciales, y la formulación de un plan de arbitraje para resolver los litigios. Los resultados de la reunión no estuvieron a la altura de las esperanzas de Washington. El logro más importante fue la creación de la Oficina Comercial de las Repúblicas Americanas (que, con motivo de su cuarta conferencia —Buenos Aires, 1910— se transformaría en la Unión Panamericana).

En el último cuarto del siglo XIX prolifera la forma de comunicación “exposición internacional”. Sin alcanzar la envergadura de las grandes exposiciones universales anteriormente citadas, son muchas las ciudades que organizan tales acontecimientos. Y así, sólo entre 1879 y 1889, se celebraron en el mundo no menos de veinticinco: Sidney (1879), Melbourne (1880), Bombay (1887), Barcelona (1886), Edimburgo (1886), etc. A esta larga lista hay que añadir la primera gran exposición especializada: la exposición internacional de electricidad de París (1881). En la década precedente, algunas capitales latinoamericanas también habían organizado exposiciones: Lima (1872), Bogotá (1872), Santiago de Chile (1875). La primera exposición internacional en suelo africano fue organizada en el Cabo de Buena Esperanza, en Grahamstown, en 1898.

La retórica cosmopolita de la fraternidad universal y de la fiesta de los pueblos apenas si puede ocultar que la exposición universal es un lugar de confrontación de nacionalismos y de producción de un discurso público —político y científico— que consagra la noción de “civilización occidental” como faro del progreso para los otros pueblos. El profesor Michel Chevalier, ponente de la exposición de París de 1867, escribe, de buenas a primeras: “La civilización ha desplazado su principal hogar. Después de la India y de Egipto, Caldea y Grecia; después de Grecia, Roma; después de Roma, la gran Triada de la Europa moderna: Francia, Inglaterra, Alemania. En estas últimas regiones es donde las fuerzas del espíritu humano han alcanzado su mayor desarrollo y donde la moral, la ciencia y la industria han revestido una fórmula superior a todo lo que se había visto hasta entonces... En las comarcas que habían sido relegadas a un lugar inferior, el genio de Europa abre los territorios mediante comunicaciones perfeccionadas.”⁴⁶ Y precisaba: “Empleo el término civilización

⁴⁶ *Exposition universelle de 1867 à Paris. Rapports du jury international publiés sous la direction de M. Chevalier*, Paris, Imprimerie administrative de Paul Dupont, 1868, p. CDXC.

occidental en vez de civilización europea, a causa de Estados Unidos, que no pueden ser separados de aquella, porque practican las mismas artes siguiendo los mismos procedimientos y porque, de una forma más general, viven sobre el mismo solar de ideas religiosas, morales, sociales, políticas y científicas."⁴⁷

Ya en 1874, Friedrich Nietzsche detectaba tras esas solemnes ceremonias del universalismo la morbosidad del instinto expansionista europeo. "Del mismo modo que el romano de la época imperial dejaba de sentirse romano al considerar que la tierra entera estaba sometida a su dominio, del mismo modo que se perdía en la realidad extranjera invasora y en el carnaval cosmopolita de los dioses, de las costumbres y de las artes, así el hombre moderno hace que sus artistas, los historiadores, le ofrezcan continuamente un festival de exposición universal; se ha convertido en el espectador ávido de goce, e itinerante, que ha alcanzado un estado en el que ni siquiera grandes guerras y grandes revoluciones pueden cambiar gran cosa, aunque sólo fuera por un instante. La guerra, apenas si ha terminado, cuando ya ha sido transformada, cien mil veces, en papel impreso, y ofrecida al hastiado paladar de los aficionados a la historia como la más nueva de las especias."⁴⁸

Un cuarto de siglo más tarde, John Atkinson Hobson, uno de los primeros analistas del imperialismo moderno, denunciaba todavía más claramente a las exposiciones universales: "Es del todo evidente que el placer del espectáculo representa un factor muy importante del imperialismo. La dramatización falsificadora de la guerra y de toda la política de expansión imperial, necesaria para avivar esta pasión popular, no constituye el menor de los elementos del arte de los verdaderos organizadores de las aventuras imperialistas."⁴⁹

Lo que está fuera de discusión es que el nuevo escenario de los intercambios internacionales, de los que dan fe los efímeros escapa-

⁴⁷ *Ibid.*, p. vi.

⁴⁸ F. Nietzsche, *Considérations inactuelles II*. Paris, Aubier-Montaigne, 1964, p. 269.

⁴⁹ J.A. Hobson, *Imperialism*, Londres, Nisbet, 1902. Esta cita, así como la anterior, están sacadas de W. Plum, *Les expositions universelles au 19^{ème} siècle, spectacles du changement socio-culturel*, Bonn, Friedrich-Ebert Stiftung, 1977. Traducido del alemán por P. Gallissaires.

En relación con el *perfil nacional* en las exposiciones, véase: P. Greenhalgh, *Ephemeral vistas. The expositions universelles, great exhibitions and world's fairs, 1851-1939*, Manchester, Manchester University Press, 1988.

rates de las exposiciones universales, ya desde finales del siglo pasado, ha modificado profundamente las representaciones del globo y, a la vez, las realidades vividas de la relación nacional/internacional. La intrincada red de comunicaciones, los servicios bancarios y los seguros, los grandes flujos migratorios trasatlánticos, la expansión del comercio multilateral gracias a la nueva división internacional del trabajo, sugieren la idea de "interdependencia" y de "sistema de interdependencia". Conforme la describe el historiador Douglas Mc Kie: "Las tácitas suposiciones sobre las que estaba basado el sistema de interdependencia, se referían tanto a las relaciones de unos países con otros como a las de los gobiernos con sus pueblos. La separación de la economía y de la política, reflejada en lo limitado del área de especialización económica internacional en la que se entrometían los políticos, dependía en gran parte de la estructura social y de las presiones sociales en el interior de sus países... La concepción de un orden *legal* o *moral* tras este intrincado modelo de interdependencia fue cuestionada de forma más pormenorizada antes de 1914, en época de recesión empresarial, como por ejemplo en los años 1907-1908, cuando se produjeron fuertes caídas en el volumen de la actividad económica y del empleo."⁵⁰

La búsqueda de ese nuevo orden internacional se lleva a cabo en un mundo en el que la estructura de las relaciones interestatales todavía está fundamentalmente determinada por las políticas del miedo de las grandes potencias. En aquella época, la tensión entre las lógicas de concertación y las lógicas de la seguridad/inseguridad es demasiado palpable para otorgar credibilidad a las primeras tentativas de construcción de un nuevo sistema de regulación de las relaciones internacionales. Tales como la primera Conferencia de Paz de La Haya, de 1899, para limitar la carrera de armamentos y la Conferencia de Algeciras de 1906 para resolver las disputas coloniales. Habrá que esperar hasta mucho más tarde para que la creación de un Tribunal permanente de arbitraje en la Conferencia de 1899 sea considerada como una obra pionera. Por lo pronto continuará la carrera de armamentos y las dos convenciones relativas a las reglas de la guerra, firmadas durante esta primera conferencia mundial de la paz, tendrán poco peso frente a la violencia de la primera guerra mundial.

⁵⁰ D. Mc Kie, "The world economy. Interdependence and planning". *The New Cambridge Modern History*, vol. 12, cap. 3, p. 43.

¿Cómo ha dado cuenta la teoría, a lo largo del siglo XIX y a principios del XX, del auge de las redes técnicas de comunicación, así como de la implantación de los mecanismos de la opinión de masas? Ésta es la cuestión que se aborda en el próximo capítulo.

2. LA ERA DE LAS MULTITUDES

La promesa de un nuevo mundo moral

“Nada podemos entender de la era moderna si no percibimos de qué forma la revolución en la comunicación ha creado un nuevo mundo para nosotros.”¹ Trivial, sí. Si no fuera porque esta observación se hizo en 1901. Faltaban todavía unos diez años para el nacimiento de Marshall McLuhan y muy pocos imaginaban el porvenir que las redes técnicas reservaban a la sociedad industrial, aún en fase de construcción. Su autor se llama Charles Horton Cooley (1864-1929) y está considerado como uno de los fundadores de la moderna sociología norteamericana.

La comunicación es el mecanismo mediante el que se organiza la sociedad, el mecanismo —seguía diciendo— gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas. Este mecanismo es doble: la comunicación física o material, que se refiere al transporte y participa en la organización física de la sociedad, y la comunicación psíquica, verdadero agente de la organización social de la sociedad, que comprende los símbolos y todos los dispositivos que permiten su conservación y su transmisión. El campo de la comunicación lo mismo es la expresión del rostro, la actitud, los gestos, el tono de la voz, las palabras, el escrito, que la imprenta, los ferrocarriles, el telégrafo, el teléfono, en resumen, todo cuanto puede ser el resultado del dominio del espacio y del tiempo.² Este “nuevo mundo de la comunicación” trae consigo un cambio fundamental de las mentalidades: ampliación de la perspectiva mental (*enlargement*) y puesta en movimiento del espíritu (*mental animation*) como resultado de la frecuente exposición a la novedad. Si ocurre así, es porque el uso y la frecuentación de los nuevos medios de comunicación cumplen cuatro funciones: la expresividad, o la variedad de ideas y de sentimientos que son capaces de transportar; la permanencia del recuerdo, o la victoria sobre el tiempo;

¹ C.H. Cooley, *Social organisation*, Nueva York, Charles Scribner's Sons, 1901, p. 65.

² *Ibid.*, p. 61. Véase también del mismo autor: *Sociological theory and social research*, Nueva York, Henry Holt and Co., 1930 (con una introducción de R. Cooley Angell).

la rapidez, o el espacio dominado; la difusión, o el acceso a todas las clases de hombres. Pero esta innovación tiene su contrapartida. Nuevos peligros acechan a los individuos sometidos a este aumento de la "intensidad de la vida", producto de la acrecentada circulación de las ideas y de las imágenes: la superficialidad y la tensión causada por la dificultad para comprender y asimilar todo lo que es nuevo. Existe, pues, el riesgo de una ruptura de personalidad: depresión, suicidio o locura.

No obstante, Cooley no descuida la observación de lo que denomina los "grupos primarios", aquellos en los que, como en la familia, el grupo de los jóvenes o el barrio, se desarrollan relaciones cara a cara, de asociación y de cooperación. Estas relaciones siguen siendo esenciales, porque ahí es donde se forma, mediante el proceso de comunicación, la "naturaleza humana", "esos sentimientos y esos impulsos, tales como el amor, el resentimiento, la ambición, la vanidad, el culto al héroe y la sensibilidad a lo que, socialmente, es verdadero o falso". En pocas palabras, todo lo que hace posible la "simpatía", ese "contacto imaginario con el espíritu de los otros", esta "comunidad" o reparto con el otro.³ El sociólogo norteamericano manifiesta su inquietud por la vulnerabilidad de estos grupos primarios frente a la creciente urbanización. Pero también medirá las aptitudes del barrio y de la familia para adaptarse y redefinirse frente a las nuevas condiciones del anonimato moderno.

Decididamente optimista, pese a las tensiones y a las ambiciones que subyacen en los modernos medios de comunicación, este espíritu reformador veía en las "nuevas comunicaciones" el instrumento para alcanzar una era de progreso moral. Advenimiento a escala mundial de un sentimiento común de pertenencia a la humanidad, extensión infinita de la justicia, la comunicación había de destruir el orden social antiguo y construir un nuevo orden donde los hombres pudieran fomentar los contactos de la "simpatía".

Es preciso recordar el origen de las teorías sustentadas por este hombre. Antes de elaborar sus primeras hipótesis sobre el sentido que había de atribuirse al nuevo modo de organización social por la vía de la comunicación, Cooley había efectuado dos estudios: uno para la

³ Acerca de la obra de C.H. Cooley, véase: L.A. Coser, *Masters of sociological thought*, Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich, 1971; L. Belman, "The idea of communication in the work of Charles Horton Cooley", en *The Journal of Communication Inquiry*, vol. 1, núm. 2, primavera de 1975.

entonces recién constituida Comisión encargada de reglamentar los ferrocarriles Interstate Commerce Act; el otro para la Oficina federal del censo. El primero versaba sobre la investigación de métodos de gestión para evitar los accidentes; el segundo sobre el significado social de los tranvías. Su primera obra, publicada en 1894, llevaba por título *The theory of transportation* (La teoría del transporte).⁴ En realidad, era su tesis doctoral, defendida ante un tribunal de la Universidad de Michigan, que, en aquella época, contaba entre sus ilustres profesores con otras dos figuras señeras de los círculos académicos norteamericanos: el filósofo social John Dewey y el psicólogo social George Herbert Mead. En la historia de las ciencias sociales de Estados Unidos, se asocia a los tres, que compartían la esperanza de ver cómo la comunicación contribuiría a la renovación de la democracia, como representantes de la tradición crítica reformadora.

Este intento inicial de recortar un campo sociológico tiene, al menos, dos intereses prospectivos. De entrada, cuando Cooley formula la distinción entre comunicación física y psíquica, insinúa la dificultad de articular los diversos niveles del análisis. Sus tanteos auguran los distanciamientos entre los dos polos, los cuales se reiterarán, en repetidas ocasiones, a lo largo de la historia de las teorías de la comunicación en la era técnica. Distanciamiento que el propio Marx había intentado resolver en su teoría global de la sociedad, al proponer la dicotomía infraestructura (económica)/superestructura (ideológica). Visión de una realidad piramidal desglosada en escalones o en instancias, cuya interpretación, incluso, será una fuente permanente de disputas entre sus seguidores y retrasará, por mucho tiempo, el análisis de la cultura y de las prácticas simbólicas. La bipolaridad de la reflexión sobre la comunicación, que unas veces privilegiará lo simbólico, y otras lo material, pero casi nunca ambos a la vez, será un rasgo recurrente. La tensión irá en aumento a medida que se alejen, unas de otras, las concepciones que aíslan a la comunicación dentro de la esfera del comercio entre psicologías individuales, y aquellas otras que se niegan a considerar al sujeto individual fuera de sus relaciones sociales; mientras que para Cooley, la sociología sólo merecía su nombre si intentaba definirse como el estudio de las “relaciones personales, en sus aspectos primarios y, a la vez, en sus aspectos secundarios, como los grupos, las instituciones y los procesos”.

⁴ L. Behman, *ibid.*

Segundo interés: dejar entrever hasta qué punto la comunicación, desde sus balbucesos técnicos, ha sido la depositaria de las esperanzas de la revolución social. La aportación de Cooley representa una de las primeras manifestaciones teóricas de este imaginario del milenarismo comunicacional. Dotada de una función redentora, la comunicación entraña la promesa de una nueva comunión, de una nueva comunidad. No es de extrañar, cuando es sabido que una obra publicada en 1852, con el título de *The silent revolution* pronosticaba ya, para la humanidad del futuro, una nueva armonía social que sería alcanzada gracias a "una red perfecta de filamentos eléctricos".⁵ Este milenarismo vertebrará en el futuro numerosos discursos sobre las nuevas "ágoras informacionales". Es pues, también, como la tentación del análisis bipolar señalada más arriba, constitutivo de la historia de la comunicación, de sus teorías, de sus doctrinas y de sus usos.

La Asociación universal

Los discípulos del filósofo y economista, precursor de la ciencia social positivista, Claude Henri Saint-Simon (1760-1825), han desempeñado, en el transcurso del siglo XIX, un papel esencial en la aparición del determinismo salvador de las técnicas de comunicación. La doctrina de quien había de dejar una profunda huella en Auguste Comte se convierte en un factor clave, toda vez que entre sus discípulos se reclutaron desde inventores de la utopía comunicacional hasta grandes constructores de medios de comunicación. En Francia, en efecto, fueron pioneros del ferrocarril y de las líneas marítimas a vapor trasatlánticas, y estuvieron estrechamente vinculados a las grandes aventuras de la perforación de los canales de Suez y de Panamá que trastocaron la cartografía del globo. Fueron, sin duda, los primeros en formalizar la noción de "red" para dar cuenta de la ruptura producida por las nuevas técnicas de intercambio y de circulación de las mercancías, de los mensajes y de los hombres.

Desde el origen del ferrocarril, los sansimonianos sopesaron las consecuencias morales y sociales de la llegada de esta nueva red técnica. Desde un punto de vista internacional, la obra *Le Système de*

⁵ J. Carey y J. Quirk, "The history of the future", en *Communications technology and social policy*, bajo la dirección de G. Gerbner *et al.*, Nueva York, John Wiley & Sons, 1973.

la Méditerranée (1832), del sansimoniano Michel Chevalier, quien llegó a ser presidente del jurado internacional de la exposición universal de 1867, sigue siendo la más atrevida. Se muestra convencido de que "el ferrocarril es el símbolo de la Asociación universal". Viendo en él un medio para reconciliar a Oriente y Occidente en torno al Mediterráneo, diseña la red imaginaria por la que habrá de transitar este nuevo lazo de unión universal para cumplir sus promesas. Al trazar su proyecto de "Confederación europea" por la vía del riel, el autor nos conduce sucesivamente por España, Francia, Italia, Alemania, Turquía europea, Rusia, Asia y África y, con las botas de siete leguas de las redes, salta desde el Bósforo hasta el golfo Pérsico, del golfo Pérsico al mar Caspio, de la isla Elefantina a Alejandría, etc. A propósito del impacto que, según él, podría tener el ferrocarril en Rusia, escribe: "Si existe un país en el que los ferrocarriles han de ejercer una influencia sobre la civilización, ése es Rusia. Todo dormita entre los habitantes de ese país, que se mueren tras haber vegetado, más que vivido, sin haberse alejado, más allá de donde alcanza la vista, de la choza que ocupaban sus antepasados, semejantes a los moluscos cuya concha se pega a la roca. En el orden político, el medio más eficaz para despertarlos de su somnolencia consistirá en colocar cerca de ellos los ejemplos de un movimiento extraordinario, en excitarlos mediante el espectáculo de una prodigiosa velocidad, y en invitarlos a seguir la corriente que circulará ante su puerta."⁶

Pero el destino de la mayoría de los discípulos de Saint-Simon también puso de manifiesto cuán corta es la distancia que separa ciertas utopías comunicacionales del pragmatismo cuando sus creadores acceden al poder. Convertidos a los negocios o consejeros del Príncipe, los sansimonianos se distanciaron poco a poco de su ideal de juventud, el socialismo, para transformarse en ardientes defensores del libre cambio y del industrialismo. El apóstol de la "Asociación universal", Michel Chevalier (1806-1879), convertido en profesor de economía política en la Universidad de París y consejero del emperador Napoleón III, será, en los años de 1860, el ideólogo del "Panlatinismo". Esta doctrina, concebida como una respuesta del Estado imperial al Panamericanismo del gobierno de Washington, legitimará la intervención (1862-1867) de las tropas francesas en México para

⁶ M. Chevalier, *Le système de la Méditerranée*, Paris, le Globe, p. 47. Acerca de la noción de red, véase P. Musso, "Aux origines du concept moderne: corps et réseau dans la philosophie de Saint-Simon", *Quaderni*, núm. 3, Paris, 1988.

defender al emperador Fernando José Maximiliano —que morirá, fusilado, en 1867— instalado en el trono mexicano por Napoleón III. A semejanza de la intervención de Bonaparte en Egipto (1798), el ejército expedicionario iba acompañado de un cuerpo de científicos y de ingenieros, “nuestros bárbaros civilizadores” como los llama, en 1862, el presidente de la República mexicana, Benito Juárez.

No es menos cierto que, aun alejado de las utopías generosas de los primeros tiempos, el sansimonismo ha dejado su impronta en el proyecto de construcción de una “ciencia social”. Esta ciencia social ha de fundarse en los mismos principios positivos y objetivos que la ciencia física y ha de aplicar sus métodos; debe ser, a la vez, “ciencia de observación” y “ciencia de organización”. Al publicar en 1821 el primer volumen de su *Système industriel*, Saint-Simon había sentado las bases, mediante el concepto de “sistema”, de esta “nueva ciencia del hombre”. El concepto debía expresar esta búsqueda de modelos explicativos de la totalidad social desde una perspectiva instrumental: ¿cómo tiene que “organizarse la explotación del globo por la industria?”, ¿cómo pensar y actuar para que pueda desplegarse la “ley del progreso”, esta ley fundamental del desarrollo histórico de la humanidad? Saint-Simon pensaba que sólo una doctrina social que propone una concepción general de la sociedad, la organiza y la hace inteligible, podía lograr que esta última pasara del “estado crítico” al “estado orgánico”. En el estado crítico, cesa toda unidad de pensamiento y de acción entre los hombres, y la sociedad no es más que una aglomeración de individuos aislados y competidores, de intereses personales. En el estado orgánico, todas las actividades se ordenan en torno a una definición de la finalidad de la acción social: la sociedad se convierte en una.

El organismo social

¿Cuál es la naturaleza de la incipiente sociedad industrial? ¿Cuál es el significado del cambio social? Este enigma, que el norteamericano C.H. Cooley intenta resolver a partir de la “comunicación”, había tratado de solucionarlo el francés Auguste Comte (1798-1857), antes incluso de que la industrialización se produjera realmente en Francia, durante los años de la década de 1830, en los que había reflexionado sobre la “dinámica social” y el advenimiento de la sociedad industrial.

Su reflexión se basa en la idea de que la organización social sólo consigue encontrar armonía y estabilidad gracias a la división del

trabajo. Cuanto más crece una sociedad, más se diferencian sus distintas partes. Esta división de las funciones, realizadas por órganos cada vez más diferenciados, aunque interconectados, unidos en cuanto a los objetivos, pero diversificados respecto de los medios empleados, es la regla de oro de la estabilidad de la sociedad a la vez que una fuente de desorganización. En esta sociedad considerada como "sistema" —el todo es más que la suma de las partes— en la que el equilibrio social es la resultante de la individualidad del trabajo y de la cooperación en el esfuerzo, el peligro es la excesiva división de las tareas, la exageración en la especialización.⁷ Estas hipótesis inscritas en una concepción orgánica de la sociedad, son las que proporcionarán un marco de referencias insoslayable para el debate sobre la sociedad industrial como "sociedad de masas" y, más concretamente, sobre el lugar de la comunicación de masas en su capacidad para garantizar entre los individuos vínculos que permitan mantener un sistema integrado y estable de control social.

Esta concepción de las leyes de la evolución y del orden social como organismo tendrá su prolongación en el británico Herbert Spencer (1820-1903), quien llevará hasta sus últimas consecuencias nociones como las de crecimiento, estructuras, funciones o sistemas de órganos, al llevar más lejos la compleja analogía entre la sociedad y el organismo. A diferencia de A. Comte, más bien partidario de la necesidad de una cierta planificación del cambio, H. Spencer⁸ aparecerá como un militante del *laisser-faire*, acercándose mucho en esto a la búsqueda de legitimación de esta burguesía en ascenso, a los mandos del proceso de industrialización en su país. Con Spencer, próximo a Charles Darwin, se despliega en toda su amplitud la tendencia de la sociología del organismo social a dedicarle la mejor parte al organicismo o a la "biologización" de lo social. La idea de la comunicación como principio de regulación de los desequilibrios del orden social, comenzó a formularse, hacia finales del siglo XIX, bajo los auspicios de esta tradición sociológica positiva.⁹ La sociología funcionalista de la comu-

⁷ A. Comte, *Cours de philosophie positive*, París, 1830-1842 [ed. esp.: *Curso de filosofía positiva*, Madrid, Ed. Magisterio Español, 1987, 2a. ed.].

⁸ H. Spencer, *The principles of sociology*, Nueva York, D. Appleton & Co., 1898. El autor redactó los cuatro volúmenes de esta obra entre 1876 y 1896.

⁹ Véanse los análisis de M.L. De Fleur, *Theories of mass communications*, Nueva York, D. McKay Co., 1966 [ed. esp.: *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1986, 2a. ed.].

nicación de masas completará esa matriz conceptual en el siglo siguiente, cuando la “religión del progreso”, tan apreciada por los primeros positivistas, se metamorfosee, tras muchos avatares, en “religión de la comunicación”.

Lo cierto es que, en los últimos años del siglo XIX, donde más se hará sentir la influencia de Darwin y de Spencer será en dos ámbitos que, por una razón o por otra, guardan relación con cierta reflexión sobre la información y la comunicación.

El primero es el de la sociología del ocio, con Thorstein Veblen y su obra maestra, *Theory of the leisure class*, publicada en 1899.¹⁰ El autor —muy influido, a su vez, por el pragmatismo norteamericano— desarrolla en ella su teoría del consumo ostentoso; la búsqueda meticulosa de la calidad en la alimentación, las bebidas, el hábitat, los servicios, los adornos, la ropa y las diversiones no aspira tanto a satisfacer verdaderas necesidades como a elevar o a expresar el estatus social, a mantener un prestigio social. La sociología funcionalista del siglo XX verá en esta teoría una contribución decisiva a la formulación del concepto de “función latente”, una función que, por oposición a la “función manifiesta”, confesada, no es ni querida ni, generalmente, reconocida, en sus consecuencias sociales y psicológicas.¹¹ La escuela crítica, por su parte, interpretará la tesis vebleniana como la primera expresión paradójica de una sociología de la cultura que combina el positivismo y la iniciativa desmitificadora. Thorstein Veblen, próximo al ideal rousseauiano del primitivo, denuncia, en efecto, la barbarie de los tiempos modernos, la “civilización bárbara”, el carácter bárbaro de la cultura. Una cultura devorada por la ostentación, la publicidad. Pero, al mismo tiempo, ese desdeñador de la cultura, a la que analiza en sus fenómenos más triviales —desde el árbitro deportivo hasta el césped o el bastón, pasando por la decoración de los interiores del siglo XIX— no propone otra salida a los individuos que no sea la actitud de asentimiento ante lo meramente existente. Su concepto básico es la “adaptación”, la acomodación al nuevo mundo darwiniano selectivo de la producción y de la técnica industrial. La ciencia, concebida como la aplicación universal del principio de causalidad, por oposición a las

¹⁰ T. Veblen, *The theory of the leisure class*, Nueva York, Modern Library, 1943 (primera edición en 1899) [ed. esp.: *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE, 1966].

¹¹ R.K. Merton, “Manifest and latent functions: Toward a codification of functional analysis in sociology”, en *Social theory and social structure*, Glencoe, Ill., The Free Press, 1951, 2a. edición.

formas animistas arcaicas del pensamiento, es el instrumento del progreso. Las nuevas formas de "vida" a las que conviene adaptarse remiten incansablemente, en el caso de Veblen, a la esfera del consumo económico.¹²

El espacio de vida

Las ideas en boga, lanzadas por la ciencia del organismo social, también dejarán huellas en los primeros análisis de la moderna geopolítica que comienza a reflexionar sobre la nueva dimensión de los espacios de intercambios internacionales. Su precursor será el alemán Friedrich Ratzel, autor de un voluminoso tratado sobre la "geografía política", publicado en 1897.¹³ De sus investigaciones brotan nuevos conceptos espaciales, tales como la representación espacial (*Raumvorstellung*), el espacio de vida (*Lebensraum*), la concentración (*Zusammenfassung*), las fronteras (*Grenzen*) y la potencia mundial (*Weltmacht*). Por medio de la noción de "circulación" será uno de los pocos en sospechar el papel estructurante de las nuevas redes de telecomunicación a las que consagra un capítulo en su tratado.

"El espacio (*der raum*) es el poder", sentencia Ratzel, en su doctrina, que, más tarde, en 1916, será continuada por el geopolítico sueco Rudolph Kjellen, autor de *The State as life form*. Ambos procuran sentar las bases de una estrategia política acerca del análisis de la posición geográfica del país. La posición (*die Lage*) es —tras el de espacio— el segundo concepto clave de su enfoque. El espacio o territorio, es responsabilidad del Estado, organismo imperfecto cuyo desarrollo está regido por normas que regulan las funciones de gestación, nacimiento, crecimiento y consolidación. Para crecer, el Estado necesita el espacio necesario (*Lebensraum*).

En esta concepción del Estado, como ser dotado de vida, la *circulación* resulta ser un factor esencial: vitaliza el territorio, canaliza las presiones, orienta las reacciones de defensa, da un significado concre-

¹² T. Adorno, "Veblen's attack on culture (1941)", en *Prisms*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1981.

¹³ F. Ratzel, *Politische Geographie*, Munich, Oldenburg, 1897. Para una exégesis, véase A.L. Sanguin, "En relisant Ratzel", *Annales de Géographie*, septiembre-octubre, 1990, núm. 555; G. Mercier, "Le concept de propriété dans la géographie politique de Ratzel", *ibid.*

to a la extensión, a la forma y a la posición. Vincula los espacios políticos internos o externos. Esta primera exploración del concepto de espacio coincide con lo que el geógrafo francés Roger Brunet identifica como la *ideología espacialista*, cuya correlación con el biologicismo le parece evidente. Ambos han resultado ser fuente fecunda de legitimidad del expansionismo, como lo demuestra, por otra parte, el uso que, en la historia posterior, se hizo de la noción de *espacio de vida* o de aquella otra, más sutil, de *fronteras naturales*: el espacio vital como una forma de las leyes del territorio animal, que justifica la guerra, las conquistas, las usurpaciones; el espacio *natural* para el necesario control de los recursos y de los aprovisionamientos, que legitima los esfuerzos para gestionar directamente los espacios de los que se *depende*, ya sean pozos de petróleo, minas de cobre o yacimientos de uranio.¹⁴

La última década del siglo XIX asiste, pues, a la formación de la moderna doctrina imperial. No es ocioso recordar la importancia que tuvo en la elaboración de la geografía política de Ratzel, su lectura de la obra del capitán Alfred Thayer Mahan (1840-1914), *The influence of sea power upon history* (1890). Escrito en los años en los que la construcción naval y la política de la *big navy* expresan el desarrollo del poder industrial de Estados Unidos, el libro de este oficial de la marina norteamericana había sido precedido por otros dos trabajos que también había incluido en el orden del día la necesidad de la expansión internacional de la joven potencia norteamericana: *Our country* (1885) de Josiah Strong y *Manifest destiny* (1885) de John Fiske. Mahan escribía, sin rodeos: "Detenidos en el sur por los derechos de una raza totalmente ajena a nosotros, y en el norte por un grupo de los Estados con tradiciones similares a las de nuestros hombres, y cuya libertad para elegir su propia asociación respetamos, hemos llegado al mar. Durante nuestra infancia sólo hemos bordeado el Atlántico, mientras que en nuestra juventud hemos desplazado nuestras fronteras hasta el Golfo de México. Hoy en día, la madurez nos mira en el Pacífico. ¿Tenemos derecho o no a pregonar el progreso en cualquier dirección?." ¹⁵

La respuesta no se hará esperar. Será proporcionada por los

¹⁴ R. Brunet, "Usage de l'espace", *Non!*, París, julio-agosto, 1981.

¹⁵ A.T. Mahan, "The influence of sea power upon history (1890)", citado en *American imperialism and the Philippine insurrection. Selection from Congressional Hearings (1902)*, editado por H.F. Graff, Boston, Little, Brown & Co., 1969, p. ix.

acontecimientos de 1898: la llegada de los barcos de la marina norteamericana a aguas filipinas, el desembarco de los *marines* en Cuba y la anexión de Puerto Rico y de Guam. Y es que la idea estratégica de Mahan era la siguiente: "El correcto uso y control del mar no es más que un eslabón en la cadena de intercambio mediante la cual se acumula riqueza; pero es el eslabón central, que se engarza con la contribución de otras naciones en provecho de aquella que la sujeta y que, según la historia parece querer confirmar; es, con toda seguridad, la que más riquezas consigue."¹⁶

En 1902, el capitán Mahan era elegido presidente de la American Historical Association, un honor que hasta entonces jamás había recibido otro hombre de uniforme.

Esta geografía de la potencia mundial que desarrollan Mahan, Ratzel y Kjellen, contrastaba, en aquella época, con esa otra geografía pionera que había empezado a pensar en el globo bajo la batuta del francés Elisée Reclus, desterrado de Francia en 1872 por haber tomado partido por la Comuna. Los diecinueve volúmenes de su *Nouvelle Géographie universelle* se publicarán entre 1875 y 1894. A diferencia de la gran mayoría de sus contemporáneos de las *socièdes-faros del progreso y de la civilización*, en las que los geógrafos desempeñan, en esa época, un papel nada desdeñable en la preparación de la expansión europea, Reclus (1830-1905), con motivo de la realización de este atlas, había entablado relaciones más igualitarias con los círculos científicos de los países que, mucho más tarde, serán llamados *en vías de desarrollo*. Se había apoyado en una vasta red de investigadores-geógrafos locales y había incorporado su saber a esta nueva visión del planeta, cuyas profundas desigualdades reconocía. Así ocurrió, concretamente, con los tres volúmenes dedicados a América Latina donde Reclus había iniciado su carrera, realizando un estudio sobre la región de Santa Marta (Colombia).

Como conclusión de su *Géographie universelle*, el geógrafo francés escribía, en 1894: "He querido vivir mis relatos, enseñando los rasgos que caracterizan a cada país, señalando, para cada grupo de la humanidad, el genio que le es propio. Yo diría que en todas partes me he sentido en mi propia casa, en mi país, con mis hermanos los hombres. No creo haberme dejado arrastrar por otro sentimiento que no fuera el de la simpatía y el respeto hacia los habitantes de la gran

¹⁶ *Ibid.*, p. VIII.

patria. ¿Acaso merecería la pena odiarse el uno al otro, sobre esta bola que gira tan rápido en el espacio, grano de arena en medio de la inmensidad? Pero, al situarme en este punto de vista de la solidaridad humana, me parece que mi obra no está acabada.”¹⁷

De hecho, Reclus permanece fiel a todos los grandes temas y creencias del movimiento anarquista del que fue, junto con el príncipe ruso Piotr Kropotkin (1842-1921), su compañero de militancia, uno de los teóricos. La solidaridad humana, la fraternidad universal, lo que Kropotkin llamaba el *principio natural de ayuda mutua* que, según él, era más fuerte que el principio darwiniano de la lucha por la vida. Aun cuando Reclus, en sus obras, se muestra atento a la observación de las nuevas redes de comunicación, Kropotkin irá mucho más allá en su visión acerca del impacto de estas técnicas: verá en la electricidad un medio para reconstituir las comunidades perdidas. En este punto, prefigura una corriente de pensamiento sobre la civilización de la técnica.

¿La masa contra la comunidad?

Otros padres fundadores de la ciencia social aportarán, a la vuelta del siglo, su luz sobre la especificidad del cambio que se está produciendo, y dejarán, ellos también, un legado de conceptos claves que ayudarán, a continuación, a estructurar el campo de la sociología de la comunicación de masas.

Así, el alemán Ferdinand Tönnies hará avanzar el debate sobre la sociedad de masas, al proponer la distinción entre dos construcciones teóricas que representan, respectivamente, a la sociedad que Europa estaba abandonando y a aquella en la que estaba entrando: *Gemeinschaft* y *Gesellschaft*, o *comunidad* y *sociedad*. La primera es de naturaleza afectiva y existencial. Se caracteriza por unas relaciones sociales informales. La segunda corresponde de lejos a esa complejidad vislumbrada por A. Comte a través de su noción de división del trabajo. Su naturaleza es racional: está construida sobre un vínculo contractual,

¹⁷ E. Reclus, *Nouvelle Géographie universelle*, París, Librairie Hachette, 1894, vol. XIX, pp. 794-795. Véase también M. Fleming, *The geography of freedom: The odyssey of Élisée Reclus*, Introducción de G. Woodcock, Montreal-Nueva York, Black Rose Books, 1985. Acerca de P. Kropotkin, véase más concretamente: *Mutual aid*, Introducción de G. Woodcock, Montreal-Nueva York, Black Rose Books, 1984.

voluntariamente aceptado por los sujetos; cada una de las partes se compromete a ciertas obligaciones y acepta las sanciones si no se observan las cláusulas del contrato. El individuo ha de enfrentarse con un sistema impersonal, anónimo y competitivo.¹⁸ Para F. Tönnies, estos dos polos no se excluían y la sociedad de masas, urbanizada e industrializada, no implicaba el final de los *grupos primarios*, sino su replanteamiento. Más que estructuras e instituciones, los dos polos expresaban dos dimensiones de la acción social. F. Tönnies se guarda mucho, en todo caso, de atribuir un signo positivo a uno u otro.

Esta herramienta heurística elaborada por F. Tönnies ha dado lugar a numerosas interpretaciones contradictorias, hasta el punto, en ocasiones, de hacer olvidar lo que había inspirado. Lo cual podrá comprobarse, mucho más tarde, cuando, por ejemplo, la sociología de la comunicación de masas tenga que enfrentarse, tras la segunda guerra mundial, con las relaciones interculturales entre las sociedades llamadas desarrolladas o modernas y las sociedades llamadas tradicionales.

El sociólogo alemán, a semejanza de otros contemporáneos suyos, como el norteamericano Charles H. Cooley, sus compatriotas Georg Simmel y Max Weber, o el francés Émile Durkheim, insistió en la ambivalencia del cambio, en el carácter contradictorio de este nuevo mundo, capaz tanto de aportar más libertad y pluralismo como de engendrar más deshumanización, de aportar más anonimato y fragmentación como de engendrar más opresión estatal y más burocracia. Pensaban que los hombres debían afrontar el creciente proceso de diferenciación social y la implantación de nuevas relaciones sociales en esta moderna sociedad cosmopolita. Creían que, incluso si estaba en marcha un proceso de homogeneización, la *teoría del nivel cero*, como la llamaba Cooley, carecía de base. En otros términos, se oponían a esa idea según la cual el pluralismo y la búsqueda de la igualdad traían forzosamente consigo una nivelación por abajo, el triunfo del *mínimo denominador común*.

¹⁸ F. Tönnies, *Community and Society*, traducido por C.P. Loomis, The Michigan State University Press, 1957. (Edición original en alemán: *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Stuttgart, 1887.)

El temor a las multitudes

Son los *psicopatólogos* los que defendían esta idea de la degeneración de la sociedad, trocando la ambivalencia por una visión binaria en la que el polo *sociedad de masas* era ataviado con todas las taras.

Allí donde un sociólogo como Simmel veía un complejo tejido de relaciones múltiples y el resultado de continas interacciones entre individuos, allí donde concebía lo social y la sociedad como producción, como proceso, el filósofo y psicopatólogo Gustave Le Bon, autor de una obra esencial, publicada en 1895, con el título de *Psychologie des foules*, vio una *multitud delirante, contagio mental*: la sociedad de masas producía “autómatas que su voluntad ya no guía”.¹⁹ Enemigo irreductible del principio de igualdad y valedor de la nación-patrimonio frente al cosmopolitismo, el creador de la psicopatología interpreta el ascenso de la *sociedad de masas* y de las *clases peligrosas*, esa intrusión de las masas en la ciudad, como una amenaza suicida para las élites y los pudientes. Si uno no quiere resignarse a ser sumergido por la marea de las violencias incontroladas, es urgente canalizarla “como el ingeniero domina un torrente”; mientras que Georg Simmel se interesa por el proceso perpetuo de producción de lo social, la *sociación*, como la llamará, e interviene directamente en el debate sobre la *cuestión de las mujeres* y el ascenso del movimiento de las mujeres en la Alemania imperial, vinculando el tema de la modernidad con el tema de la feminidad.²⁰ Le Bon no encuentra nada mejor que hacer que fustigar la exageración de los sentimientos de las multitudes “que también se observan en los seres que pertenecen a formas inferiores de evolución, tales como la mujer, el salvaje y los niños”.

El miedo aristocrático al aumento de poder de la plebe, en su fase moderna, había tenido un antecedente de talla en las teorías del pastor inglés Thomas R. Malthus, autor del *Essay on the principle of population* (1798).²¹ En esta obra que, en su origen, fue concebida como una

¹⁹ G. Le Bon, *psychologie des foules*, Paris, Alcan, 1895 [ed. esp.: Psicología de las multitudes, Buenos Aires, Albatros, 1978]. Véase también S. Barrows, *Distorting mirrors, visions of the crowd in the late nineteenth century France*, Nueva York, Yale University Press, 1981; S. Moscovici, *The age of the crowd. A historical treatise on mass psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1985, trad. del francés.

²⁰ Véase el *dossier* dedicado a G. Simmel por *Les cahiers du Grif*, Paris, Éditions Tierce, núm. 40, primavera de 1989.

²¹ Thomas Robert Malthus, *An essay on the principle of population* (1798), Londres,

respuesta a un escrito del socialista anarquizante William Godwin —del mismo modo que Le Bon redactó muchos de sus trabajos contradiciendo abiertamente a sus contemporáneos socialistas— Malthus imputa a las *leyes de la naturaleza* la miseria y la desgracia de las clases inferiores del pueblo, a las que les propone, como única salida de su estado de pobreza, la reducción de su fecundidad.²² Malthus, que murió en 1834, se identificaba claramente con los intereses de los terratenientes (*landlords*) proteccionistas, quienes, a partir del compromiso de 1689, fruto de la *gran revolución*, gobernaban con la minoría burguesa. No percibía o se negaba a admitir el auge irresistible de esta nueva burguesía de extracción manufacturera que se instalará en el poder en 1846, con motivo de la derogación de la ley sobre los cereales (*corn laws*) y del triunfo del libre cambio. Proceso en el que, precisamente, fijará Spencer las raíces de su concepción de la sociología del organismo social. Esta aproximación, voluntariamente furtiva, es importante para comprender lo que ocurrirá más tarde cuando, después de la segunda guerra mundial, en su enfoque de la miseria de los pueblos, y no sólo ya de las capas populares de la revolución industrial, sociología de la comunicación y sociología de la población se apoyen mutua y muy estrechamente. Además, por algo sería que el padre de la sociología estructural-funcional de Estados Unidos, Talcott Parsons, pensaba que Malthus había prefigurado esta escuela sociológica porque había sido el primero en formular una teoría de la función reguladora de las instituciones, del equilibrio social.²³

El debate en el que se proyectan, durante la década de 1890, las ideas de Le Bon, gira en torno al estatuto mismo de la opinión pública en una Francia que acaba de consagrar el libre ejercicio de la libertad de prensa, dando así sus primeros pasos en la *democracia de masas*. Prensa de gran tirada, aparición de nuevas organizaciones políticas de

Dent/Everyman's Library, 1973 [entre las diversas versiones en castellano, puede consultarse la de Alianza Editorial, *Primer ensayo sobre la población* en su colección "El libro de bolsillo", núm. 15, cuya primera edición, hecha en Madrid, y prologada por Keynes, se remonta a 1966].

²² A. Mattelart, "Une lecture idéologique de l'Essai sur le principe de population", *L'homme et la société*, núm. 15, París, enero-marzo 1970 [ed. esp.: "Prefiguración de la ideología burguesa: Lectura ideológica de una obra de Malthus", *El Trimestre Económico*, México, enero-marzo de 1971, vol. xxxviii (1), núm. 149].

²³ T. Parsons, *The structure of social action*, Nueva York, Mc Graw Hill, 1937 [ed. esp.: *La estructura de la acción social* (obra completa), Barcelona, Guadarrama].

solidaridad social, gestación de una opinión pública moderna, pero también un banco de ensayo: el asunto Dreyfus. Este acontecimiento político-judicial que desembocó en la condena a la pena de deportación del capitán francés, de origen judío, Alfred Dreyfus, acusado injustamente de espionaje, a raíz de una campaña de histeria antisemita, dividió al país en dos campos. La Liga de los Derechos del Hombre, fundada por intelectuales republicanos, asumió la defensa de Dreyfus, convertido en símbolo y pretexto y se enfrentó a la Liga de la Patria Francesa que se decantaría en favor del Ejército y de la Iglesia. Esta controversia señala, sobre todo, la aparición en Francia de la clase intelectual como actora del espacio público. Una clase intelectual que, en las décadas siguientes, se declarará mayoritariamente de izquierdas. En ese contexto de efervescencia política es en el que Gabriel Tarde, precursor de la psicología social —rechazada por la sociología de Durkheim que, preocupado por preservar su autonomía le reprocha su inclinación hacia el psicologismo— opone a la concepción de la multitud-populacho sujeta a la *sugestión criminal* sus primeras hipótesis sobre la relación entre los medios y la formación de la opinión.²⁴

Tarde se desmarca trabajando la noción de *público(s)* proclive(s) a la *imitación*. La imitación, dice, es la regla de la sociabilidad, pero también existe la oposición. Entre una y otra se juega la posibilidad de la *invención*, de la difusión en la sociedad de las *nuevas ideas*. La aparición de la prensa y la sensación de actualidad que proporciona han ampliado el grupo de los actores en la formación de la opinión pública. Contrariamente a lo que apunta Le Bon, la era de las masas reunidas en multitudes e infundiendo su delirio en todo el cuerpo social ya pertenece al pasado. He aquí que se perfila la era de los públicos. Los públicos son los *grupos sociales del futuro*. La multitud es un fenómeno primitivo determinado por la “acción de la mirada de los otros”; los públicos son un fenómeno cultural, civilizado, determinado por el “pensamiento sobre la mirada de los otros”. Sólo se puede formar parte de una multitud a la vez; en cambio, se puede pertenecer a varios públicos, esas muchedumbres fragmentadas y dispersas, pero *mentalmente unidas*. Toda la diferencia que separa la intolerancia de la

²⁴ G. Tarde, *Études de psychologie sociale*, Girard et Brière, París, 1898; *Les lois de l'imitation sociale*, París, Alcan, 1895 —2a. edición— (editada originariamente en 1890, aunque muchos de sus capítulos habían sido publicados en forma de artículos, entre 1882 y 1888); *L'opinion et la foule*, París, Alcan, 1901 [ed. esp.: *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus Comunicación, 1986, trad. de la 2a. edición francesa (1904)].

tolerancia se reduce a eso. Mientras que Tarde plantea el problema de las condiciones de la existencia de la nueva democracia de masas, que vincula al nuevo medio de comunicación de masas, Le Bon fija el colectivo en ese estado de multitudes "impulsivas, irritables, impedidas de razón y de espíritu crítico, impulsadas por su sobrante emocional".

La teoría de Gabriel Tarde no creará escuela en Francia donde el estatuto de la psicología social —combatida por una sociología hegemónica— se ha quedado cojo, sin mandos institucionales. En cambio, contribuirá a construir el zócalo de los estudios sobre las actitudes y la opinión pública en Estados Unidos.²⁵ En cuanto a las tesis del antidreyfusiano Le Bon, serán ampliamente difundidas en los círculos militares en vísperas de la primera guerra, y más concretamente en la escuela de guerra de los ejércitos franceses. Su *Psychologie des foules* será durante mucho tiempo el libro de cabecera de numerosos jefes de guerra, de todas las tendencias y de todas las nacionalidades,²⁶ y eso, mucho más allá de la primera guerra mundial. El psicopatólogo llevará a cabo la hazaña de servir, a la vez, de referencia para el mariscal Foch, el general De Gaulle y para Adolf Hitler que incluso llegará a plagiarlo en *Mein Kampf*.

Internacionalización de los intercambios y de los conceptos

En la elaboración de claves de análisis, internacionalmente compartidas, las exposiciones universales han ocupado un lugar importante. Más allá del espíritu del tiempo imperial que las inspiran, han desempeñado una función histórica de mediación.

Su papel en cuanto a lugar del intercambio internacional se ha cumplido sobre todo a través de los múltiples encuentros, coloquios, ciclos de conferencias y congresos que han tenido lugar con motivo de estos acontecimientos. Muy especialmente a partir de 1878, cuando, en la exposición de París, los organizadores deciden institucionalizar este tipo de encuentros.

²⁵ K. Lang y G.E. Lang, "The 'new' rhetoric of mass communication research: A longer view", *Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3, verano de 1983.

²⁶ R.A. Nye, *The origins of crowd psychology: Gustave Le Bon and the crisis of mass democracy in the Third Republic*, Londres, Sage, 1975. Véase también la tesis de J. Van Ginneken, *Crowds: Psychology and politics 1871-1899*, Amsterdam, Universidad de Amsterdam, 1989.

La exposición es, para empezar, un lugar de concertación en la búsqueda de normas legales y técnicas con validez internacional. Es así como la exposición de Londres de 1851, al hacer patente la dificultad para medir y comparar los productos, suscita la convocatoria del primer congreso internacional de estadística. Sus trabajos desembocan, en 1875, en la creación de la Oficina Internacional de Pesas y Medidas y, diez años más tarde, en la fundación del Instituto Internacional de Estadística. En la exposición de Viena, en 1873, el congreso sobre la propiedad industrial propone el primer convenio internacional de patentes. En la exposición de París de 1878, se organiza, bajo la presidencia de Victor Hugo, el Congreso de la propiedad literaria. Ocho años más tarde, se crea la Unión Internacional de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas. Diez estados firman un convenio. Durante la exposición internacional de la electricidad de París, en 1881, se propone el *ampèrio* como unidad base del lenguaje eléctrico universal. A diferencia de las exposiciones no especializadas en las que, por lo general, participa la mayoría de las naciones soberanas, sólo estarán representadas dieciséis naciones para hacer balance de la nueva ciencia e industria eléctricas: Alemania, Estados Unidos, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Hungría, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Rusia, Suecia y Suiza.

Por otra parte, la exposición universal es un lugar de intercambios para las más diversas organizaciones sociales. En la exposición de Londres, en 1862, participan delegaciones obreras y se discuten numerosas cuestiones relativas a las formas de asociación (cooperativas, sindicatos). Y no es casualidad que la posición de la delegación de los obreros parisienses en esta última exposición sirva de base para la elaboración, dos años más tarde, de los estatutos de la Primera Internacional. En 1876, en Filadelfia, las organizaciones feministas consiguen su billete de entrada. En 1889, en París, las ligas y uniones universales de la paz y de la libertad se muestran particularmente activas. En 1893, la World's Fair de Chicago cuenta con un Board of Lady Managers, con el mismo rango que las demás secciones de la exposición. Además de organizar su propio pabellón, ese comité puso en pie un Congreso de mujeres.²⁷ Paralelamente hubo congresos de

²⁷ Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et des Télégraphes, *Exposition internationale de Chicago en 1893. Rapports publiés sous la direction de M.C. Krantz. Congrès tenus à Chicago en 1893*, Paris, Imprimerie Nationale, 1894.

la prensa (sobre su papel internacional), de las religiones, etc. En la exposición de París de 1900 se desarrollaron los congresos feministas internacionales.²⁸

Por último, la exposición es una ocasión para que las sociedades culturales y científicas levanten acta de la situación de sus disciplinas: geógrafos, economistas, psicopatólogos, físicos, químicos, arquitectos, meteorólogos, etnólogos, etc. Así es como, en 1889, Gabriel Tarde participa, junto con el italiano Lombroso, en el congreso internacional de antropología criminal. En 1900, en la escuela internacional de la exposición, el profesor escocés Patrick Geddes, otro de los pioneros de la reflexión sobre la *civilización técnica*, pronuncia algunas conferencias tituladas: *Elements of progress in the Exposition: Neotechnic elements*. La conferencia es seguida de una visita guiada por el propio profesor.

Numerosos científicos, pensadores e investigadores han prestado su ayuda a la organización misma de las exposiciones. En Francia, el socialista Pierre Joseph Proudhon redacta ya en 1855 un informe en el que propone la organización de una *exposición perpetua*. El geógrafo Élisée Reclus colabora con la exposición de París de 1900 para la que diseña un globo terrestre en relieve de 26 metros de diámetro. En Chicago, el alemán Franz Boas, uno de los pioneros de la etnología clásica, precursor del funcionalismo, es el maestro de obras de las exposiciones antropológicas.

Así van apareciendo, progresivamente, nuevas formas de circulación del saber, nuevas sinergias entre sabios e industriales, nuevas modalidades de la interdisciplinaridad, nuevos tipos de relaciones entre ciencia y arte, industria y arte. Es la época, también, en la que, real y paralelamente, despegan algunas publicaciones como la *Gazette des Beaux Arts* (1859) o *Scientific American* (1845).

¿Qué evaluación merecían, por parte de los asistentes, los congresos organizados en el marco de las exposiciones universales? Ésta es la respuesta del ponente de la exposición de 1889: "Las consecuencias de los congresos, desde el punto de vista de los trabajos, han sido muy reales en ciertos casos: se ha logrado un buen entendimiento sobre una obra común, sobre las reglas a seguir en una nomenclatura, sobre la marcha a seguir en las investigaciones que han de llevarse a cabo.

²⁸ Exposition universelle de 1900, *Congrès féministes internationaux tenus au Palais des Congrès. Rapport présenté par Madame Vincent. "Le travail des bonnes"*, París, 1900.

En otros casos, los congresos han proporcionado informaciones de gran valor que, junto con las que ya se poseían, permitirán resumir el asunto en un trabajo de conjunto, o que contribuirán a completar una investigación."²⁹

Pero este nuevo tipo de contactos internacionales también es fuente de nuevas formas de intercambios desiguales. En nombre de la modernidad, el modelo de ordenación urbana del París del arquitecto Haussman se exporta a Buenos Aires, a Santiago de Chile y a Río de Janeiro. En un Brasil que, en 1889, año del derrocamiento del emperador y de la fundación de la república, opta por inscribir en su bandera nacional la divisa del positivismo de Auguste Comte, *Orden y progreso*.

La antropología criminal y la ciencia penitenciaria europeas se exportan a toda América Latina, aun cuando las teorías y mediciones del estadístico y psicopatólogo francés Bertillon y su concepto del perfil del delincuente y de la normalidad se encuentren con la competencia de Vucetich y sus discípulos. Los modelos de la enseñanza cartesiana emigran y las *élites bovarystas*, como las llama el brasileño Celso Furtado, viven al ritmo de la temporada teatral parisina. Mientras que los antropólogos del *orientalismo*, que a finales de siglo, con motivo de una exposición universal, se agrupan, también ellos, en sociedades culturales, invitan a los *orientales* a mirarse en el espejo que les tiende el Occidente civilizado. Algunos investigadores indios y paquistaníes han puesto de manifiesto el papel que han desempeñado las exposiciones —que contaban con la más estrecha colaboración de las escuelas de arte y museos locales— en la degradación de las artes y oficios indios. En el decenio que va de 1882 a 1892, hubo al menos siete grandes exhibiciones que presentaban artes y oficios indios, localizadas en lugares tales como Lahore, Calcuta, Delhi, Londres, Glasgow, París, etc. La preparación sistemática de estas exposiciones que trajo consigo la promoción del comercio entre los fabricantes de arte indio se convertía en una ocasión para asesorar, orientar o proporcionar diseños a los artesanos.³⁰ Se creó un órgano, *The Journal of Indian Art* (1883), que más tarde pasaría a denominarse *The Journal of Indian Art and Industry*, recayendo las principales responsabilidades

²⁹ E. Monod, *L'exposition universelle de 1889*, Paris, E. Dentu, 1890, vol. II, p. 283.

³⁰ K.K. Mumtaz, *Art and imperialism. The impact of British rule on the arts and crafts in India*, Pakistan Study Group, Monograph Series, núm. 1, 1980. Véase también W. G. Archer, *India and modern art*, Londres, 1959.

de su elaboración en Rudyard Kipling, el director de la Escuela de Arte Mayo, una de las cuatro instituciones fundadas hacia 1872 en la India por las autoridades británicas para formar a los autóctonos en el *industrial art*.

La exposición de 1900 señala la cumbre de la curva ascendente de las grandes exposiciones universales. Veamos la opinión contrastada de un economista francés en 1902: "Las exposiciones universales pierden, cada vez más, su carácter original y se convierten en empresas de placer. El interés de la industria y del comercio no son más que el pretexto, el entretenimiento es el objetivo. En cambio, las exposiciones especializadas siguen siendo serias y después de muchas de ellas vienen importantes descubrimientos... Así sucedió con la exposición de la electricidad que hizo progresar de forma importante al teléfono... La exposición universal ha cumplido su cometido y ya no responde a las necesidades actuales; para fomentar la expresión comercial del país habrá que recurrir a otros medios menos costosos y más productivos."³¹ Cabría, asimismo, añadir, que las instancias de elaboración del saber científico están instalando formas de cooperación más institucionalizadas.

Otros observadores se mostraron más atentos a la mutación cultural que significaba esta crisis. La parte, cada vez mayor, que, con el transcurso del tiempo, había conseguido la lógica del espectáculo dentro de la fórmula *exposición universal*, hace que, en efecto, aflore por vez primera la tensión entre la cultura del entretenimiento y la alta cultura (pero también la concepción pedagógica de la divulgación científica). Será en Francia, *madre de las artes y de las letras*, con motivo de las exposiciones de París, *capital del siglo XIX*, según la expresión de Walter Benjamin,³² donde esta tensión empezará a dejarse sentir, a partir de 1889, año de los festejos del centenario de la Revolución y de la inauguración de la Torre Eiffel. Se intensificará con la expo de 1900 que permanecerá abierta durante 205 días. Además de las numerosas atracciones y juegos, se organizarán carreras ciclistas y automovilísticas, concursos de tiro, concursos de aeronáutica, campeonatos de esgrima. La competición deportiva se convertía en una distracción popular, cincuenta años después de que la exposición de Londres

³¹ G. Gérault, *Les expositions universelles envisagées au point de vue de leurs résultats économiques*, op. cit., p. 204.

³² W. Benjamin, *Paris, Capitale du XIX^{ème} siècle. Le livre des passages*, París, Le Cerf, 1989.

hubiera dado la señal de salida a la aristocrática *America's Cup*.

En 1889, el entretenimiento se había internacionalizado. Y como colofón del espectáculo: el coronel Cody, alias Buffalo Bill, y su tropa de *pieles-rojas*. He aquí cómo un periodista de la revista *L'Illustration* veía, en mayo de 1889, el efecto provocado por el *Napoleón de las praderas*: "Un pintor colorista quedaría desarmado por las tonalidades ardientes. Cuando todos esos seres medio desnudos, ágiles y arrebatados por el galope de sus caballos, se arremolinan, tumbados sobre sus monturas, se produce una impresión fantástica, una fantasía extraordinaria... ¿Cómo quieren Vds. que el teatro luche contra estas realidades?... Bastaría con que se les dijese a los colegiales que escogieran entre una obra maestra de Corneille y Buffalo Bill para que dieran gritos unánimes: ¡Buffalo Bill, Buffalo Bill!"³³

El dinero como medio de comunicación

¿En qué consiste la novedad del modo de producción instaurado por el capitalismo moderno? A esta pregunta, Karl Marx, desde el decenio de 1840, no había dejado de contestar: el dinero ahí es un medio, el agente de comunicación por antonomasia, el *perpetuum mobile*; su naturaleza es la de ser transfronterizo.³⁴ Son observaciones que se irán reforzando con el tiempo y que incluso sobrevivirán a los regímenes políticos que se proclamarán herederos del autor de *El capital*.

El desmontaje que Marx hace del fetichismo de la mercancía no está, en efecto, tan lejos del análisis que propone Georges Balandier en el alba del tercer milenio: "El dinero —escribe el antropólogo— expresa la esencia de las sociedades en las que casi todo puede traducirse en términos de mercancía; además, informa en un universo social y cultural en el que la información es la energía indispensable para actividades cada vez más numerosas y designa, por excelencia, la relación cambista en un mundo que es el de la comunicación, el de la multiplicación rápida y el de la intensificación de los intercambios de cualquier clase. Concuerdar plenamente con sociedades de este tipo:

³³ Rastignac, "Courrier de Paris", *L'Illustration*, núm. 2411, 11 de mayo de 1889, p. 394.

³⁴ Para un análisis del tema de la comunicación en las obras de K. Marx, véase Y. de La Haye (dirigido por), *Marx & Engels on the means of communication. A selection of texts*, Nueva York, International General Editions, 1980.

mediante el mercado, regula; mediante el reparto, jerarquiza; mediante la inversión, crece. Está considerado como generador de orden. Este acuerdo se produce también en el ámbito de lo imaginario, en esos lugares en los que el deseo, los fantasmas y el juego se alían. Las aventuras del capital se convierten en relatos, fragmentos de los mitos y de las epopeyas de una cierta modernidad.”³⁵

Para combatir esta influencia, en septiembre de 1864, la Asociación Internacional de Trabajadores veía la luz con ocasión del mitin del St. Martin's Hall, en Londres. En sus estatutos podía leerse: “La emancipación del trabajo, al no ser un problema local ni nacional, sino social, alcanza a todos los países en los que existe la sociedad moderna, y necesita, para resolverse, la ayuda teórica y práctica de los países más avanzados... La Asociación se establece para crear un punto central de comunicación y de cooperación entre las sociedades obreras de los distintos países que aspiran al mismo objetivo, a saber: la ayuda mutua, el progreso y la completa liberación de la clase obrera... El Consejo general funcionará como agente internacional entre los diferentes grupos nacionales y locales, de tal modo que los obreros de cada país estén constantemente al corriente de los movimientos de su clase en los otros países... Para facilitar sus comunicaciones, publicará un boletín internacional. (Éste será *El correo internacional*, órgano londinense de la AIT.) Hacía su entrada en el escenario internacional un nuevo actor colectivo.

Pero esta primera y generosa profesión de fe en el carácter internacional de las reivindicaciones de la nueva clase surgida de la industrialización tropezará rápidamente con los escollos de las diferencias, nacionales, locales u otras. Esta organización pionera, que intentaba agrupar a las sociedades obreras de Europa y de Estados Unidos, desaparecerá en 1874, después de un triple fracaso: la guerra franco-prusiana, la derrota de la Comuna de París y las divisiones entre los diversos componentes del movimiento obrero (marxistas y no marxistas). El *Manifiesto comunista*, de Karl Marx y Friedrich Engels, publicado primero en alemán (1848), alcanza ya entonces más de doce ediciones diferentes, en esta lengua, en Alemania, en Inglaterra y en Estados Unidos, varias ediciones en inglés y en francés, versiones en ruso, polaco y danés. La Segunda Internacional verá la luz en el congreso de París en 1889, bajo los auspicios de la corriente social-de-

³⁵ G. Balandier, *Le désordre*, París, Fayard, 1988, p. 228.

mócrata.³⁶ La Tercera Internacional será fundada en Moscú en 1919. Todas estas etapas no hacen más que señalar las profundas divisiones del movimiento obrero y, de una u otra forma, evidenciarán su profunda significación en la evolución de los distintos modos de representación del espacio internacional —y, dentro de éste, del espacio comunicacional— iniciada por el modo de producción capitalista.

Muy pocos de los participantes en la primera reunión de la Asociación Internacional de Trabajadores en Londres llegaron a sospechar el destino de esta frase que convertía a las sociedades obreras de algunos países de Europa en faros de la emancipación: “La emancipación del trabajo [...] necesita la ayuda teórica y práctica de los países más avanzados.” Esta oferta desinteresada de los trabajadores de las *sociedades modernas*, también reservará sus sorpresas. No faltarán ocasiones en las que universalismo rime con etnocentrismo.

El servicio público: una alternativa al jacobinismo

¿Qué preguntas se formulaban, a propósito de los sistemas de comunicación en construcción durante la segunda mitad del siglo XIX, los círculos que gravitaban en torno a esta nueva forma de red social que era el naciente socialismo? Son, al menos, tres.

La primera se refiere a la definición de los “servicios públicos”. Una cuestión que enlaza con esa otra, mucho más amplia, de la naturaleza y el papel del Estado. Cuestión que divide al movimiento obrero entre partidarios de una concepción *evolucionista* del cambio social y defensores de la visión revolucionaria para quienes la destrucción de la maquinaria estatal instalada por la burguesía industrial se plantea como requisito previo a cualquier cambio. Este debate será formulado por primera vez en un informe sobre los servicios públicos redactado por el socialista belga César De Paepe (1841-1890), que reivindica un *comunismo antiautoritario*, y presentado ante la Asociación Internacional de los Trabajadores en 1874. La representación de la *comunicación* en esta aportación se limita a los ferrocarriles, al correo, al telégrafo y a las vías públicas.

El autor guarda sus distancias respecto de las dos grandes corrien-

³⁶ Véase C. Weill, *L'Internationale et l'autre*, Paris, Arcantère, 1987.

tes de ideas que dominan la discusión económica del momento: la escuela del *laissez-faire*, que tiende a abandonar los servicios públicos a la iniciativa privada, transformándolos en empresas, y la escuela intervencionista que tiende a ponerlos bajo el control directo del Estado. Advierte, por otra parte, que las posiciones no son tan nítidas como suele afirmarse, mientras confronta a socialistas y economistas del *statu quo*: “En ambos campos, nos encontramos, junto a economistas burgueses que son partidarios del mantenimiento de las clases capitalista y obrera, con economistas socialistas que quieren la abolición del burguesismo y del proletariado.”³⁷ Para C. De Paepe, el servicio público se fundamenta en el reconocimiento del carácter de utilidad general de una actividad. Una actividad general que “no existiría si se esperase que viniera de la iniciativa privada, bien porque sería desviada de su verdadero destino o bien porque constituya un monopolio que sería peligroso abandonar en manos de particulares”.³⁸ De suerte que “el servicio público ha de ser doblemente público: 1] por llevarse a efecto mediante la cooperación directa o indirecta de todos; 2] al tener por finalidad, directa o indirecta, la utilidad de todos. El verdadero servicio público es pues público, a la vez, por su sujeto y por su objeto”.³⁹

El teórico del partido obrero belga reanuda aquí una polémica iniciada por el francés Pierre-Joseph Proudhon (1809-1865) en su libro *Des réformes à opérer dans l'exploitation des chemins de fer* y continuada por las corrientes anarquistas. En un primer momento, y en este libro en particular, Proudhon estimaba que las grandes y las pequeñas vías públicas, los canales, los ríos, etc., han de pertenecer al Estado y ser mantenidos a sus expensas; en cuanto a los ferrocarriles, el Estado debería encargarse de la construcción de la vía férrea, del movimiento de tierras, de la obra de fábrica, y reservarse el dominio eminente sobre la vía férrea; para luego, mediante condiciones relativas, sobre todo, a las tarifas, confiar la explotación a compañías privadas destinadas a convertirse, algún día, en compañías de trabajadores. En otro trabajo (*Idée générale de la révolution au XIXe siècle*), Proudhon, en cambio le quita, una por una, todas sus atribuciones al Estado y, a continuación, lo suprime como si fuera un engranaje inútil. Frente a

³⁷ C. De Paepe, *Les services publics*, Bruselas, Bibliothèque populaire, J. Milot Éditeur, 1895, p. 22.

³⁸ *Ibid.*, p. 11.

³⁹ *Ibid.*

Proudhon, De Paepe advierte de los peligros que se derivan del abandono de los servicios públicos, que “en su mayoría, constituyen, de hecho, un monopolio, es decir, una situación privilegiada que favorece la especulación, la explotación del público, en manos de compañías, aun cuando estas últimas estuviesen constituidas exclusivamente por trabajadores”. Porque, afirma, “no olvidemos que la moderna aristocracia capitalista, también ella, ha salido del estado llano; no olvidemos que antes de ser lo que son hoy en día, los altos barones de las finanzas (y, s no ellos mismos, al menos sus padres o sus abuelos) han sido trabajadores, colocados en una situación privilegiada”.⁴⁰

Cuando define al servicio público, “a la vez, por su sujeto y por su objeto”, al interrogarse acerca de la participación del ciudadano, cuando propone una nueva concepción del doble papel del municipio y del Estado, o, combinando descentralización política y centralización económica, De Paepe es consciente de granjearse, simultáneamente, las iras de los partidarios de la concepción manchesteriana y liberal del Estado gendarme —que no confía a la autoridad pública más que el ejército, la justicia y la policía— y las de los “jacobinos de todos los colores para quienes el Estado es el *gran todo*, el dios Pan, en el que todo ha de vivir y moverse, para quienes el Estado es el cuerpo social entero y que no comprenden que se pueda entrar en la vida sin el billete del Estado y salir de este mundo sin pasaporte estatal”.⁴¹

Que sepamos, ésta es una de las primeras reflexiones críticas sobre la relación entre el servicio público, la sociedad civil —no reducida a sus actividades en el lugar de trabajo— y el Estado.

La representación del pueblo

La segunda pregunta que moviliza a los círculos socialistas es la de la creación de diarios o de periódicos propios. ¿Qué modelo de prensa hay que adoptar, frente a los éxitos comerciales de la prensa de masas y de sus diferentes fórmulas de captación de las audiencias populares, para alcanzar un público más amplio que el de los militantes?

Facilitar una respuesta obligaría a interrogarse acerca de los meca-

⁴⁰ *Ibid.*, p. 27

⁴¹ *Ibid.*, p. 146.

nismos dramáticos del folletín popular y, más genéricamente, sobre la cultura de masas, como cultura de entretenimiento, en trance de nacer. El tema era especialmente peliagudo, desde que Marx y Engels, en *La Sagrada Familia*, habían cubierto de anatemas —tachándole de populista— al novelista sansimoniano Eugène Sue, autor de *Les mystères de Paris*, de *Le Juif errant*, de *Les sept péchés capitaux*, etc. Esta producción folletinesca que algunos llamaban, con condescendencia, la *littérature illetrada*, era sospechosa de enajenar al pueblo. Mientras que los diarios de obediencia católica se apoderaban de la fórmula, deseosos de proporcionar al público popular aquello a lo que estaba acostumbrado, bien que *subvirtiendo* sus contenidos, el diario *L'Humanité*, fundado en 1904 bajo la dirección de Jean Jaurès, no apuesta sino muy accesoriamente por este género. Casi nunca propone folletines inéditos (que, por lo demás, no podría pagar, en vista de su situación financiera, perpetuamente deficitaria). La mayoría de los escasos folletines inéditos publicados antes de la primera guerra mundial en *L'Humanité*, son, en opinión de Anne-Marie Thiesse, historiadora de la literatura popular, “de factura mediocre, o bien su orientación militante es discreta”. Lo cual les hace acreedores a este juicio lapidario: “Esta extrema pobreza del folletín socialista en el país-cuna del género está enmascarada, de hecho, por la diversidad de las novelas inéditas publicadas en *L'Humanité*.”⁴² Porque la sección por entregas de este diario se alimenta preferentemente de numerosas traducciones de novelas extranjeras: novelas rusas (Tolstoi, Gorki), obras de socialistas norteamericanos (Upton Sinclair, Jack London), novelas policíacas (Conan Doyle, Edgar Poe) o cuentos populares. A las que se añaden las publicaciones por entregas de novelas realistas o naturalistas del siglo XIX: Balzac, Flaubert, y por encima de todo, Zola.

Lo que lleva a la historiadora a esta conclusión: “Esta política del folletín no tiene un gran éxito entre el público popular... ¿Expresión de desconcierto de redactores intelectuales ante un género popular con el que no saben qué hacer? Quizás se aprecie aquí la ausencia de reflexión sobre el problema social de la lectura obrera y campesina. Entre el intento de facilitar el acceso de las masas a la cultura clásica, y el intento de recurrir a las recetas experimentadas de la novela

⁴² A.M. Thiesse, *Le roman du quotidien. Lecteurs et lectures populaires à la Belle Époque*, París, Le Chemin vert, 1984, p. 117.

comercial para el *pueblo*, los socialistas franceses no supieron encontrar su camino, como tampoco supieron crear una producción adecuada a este público inculto que había que ganarse para las ideas revolucionarias.⁴³

La ejecución es sin duda demasiado sumaria. Pero tiene el mérito de señalar una tensión que será constante en la futura trayectoria de las estrategias culturales de las fuerzas que apelan al socialismo, y no sólo en Francia. Para matizarla, conviene, sin embargo, traer a la memoria los gritos puestos en el cielo por los doctrinarios del nacionalismo al ponerse en contacto con las obras de Tolstoi y otros representantes de la literatura extranjera. Tal y como acredita el artículo publicado en *Le Figaro* del 29 de julio de 1892, debido a la pluma de Maurice Barrès, el vate de la nación-herencia y de la tierra de los antepasados. Titulado *La querelle des nationalistes et des cosmopolites*, este acto de fe estigmatizaba a los paladines de la nación-contrato-asociación voluntaria y denunciaba la invasión de las ideas cosmopolitas, tomando la defensa de los poetas partidarios de la tradición clásica francesa contra los románticos admiradores de Tolstoi, Ibsen y Maeterlinck.

En otras latitudes, en la Rusia zarista, va tomando forma una tercera pregunta. La de la relación de la prensa con la construcción del partido revolucionario. A partir de 1895-1896, tras las célebres huelgas de San Petersburgo, es cuando, aliado con la socialdemocracia, surge un movimiento obrero de masas, y con él la necesidad de una prensa obrera. Será el principio de la doctrina leninista de la prensa: el periódico no sólo como propagandista y agitador colectivo, sino también como organizador colectivo. Este papel recaerá en *Iskra*.

Una de las polémicas más significativas, a propósito de lo que ha de ser un periódico revolucionario, se remonta a 1901-1902. La iniciativa de Lenin, fiel a su concepción del *centralismo democrático*, suscitó, en efecto, numerosas objeciones, especialmente por parte de L. Nadiezhdin y de B. Krichevski, quienes le reprocharon que hiciera del periódico-órgano central un instrumento de unificación por arriba. Negándose a convertirse en *inspectores del partido*, ambos escritores y periodistas, militantes de la oposición zarista, contraponían al futuro fundador del partido comunista la idea de una prensa que fuera el producto de fuertes organizaciones locales, el resultado de la "marcha

⁴³ *Ibid.*, pp. 118-119.

progresiva de la lucha oscura, diaria, en relación con la propaganda". En otras palabras, una prensa que —a diferencia de lo que, según ellos, hacía *Iskra*— tendría en cuenta las *cosas más corrientes de la vida*.

Lo cual les valió la mordaz respuesta de Lenin: "Toda la vida política es una cadena infinita compuesta de un sinfín de eslabones. Todo el arte de un político estriba justamente en encontrar y aferrarse con nervio al preciso eslaboncito que menos pueda ser arrancado de las manos, que sea el más importante en un momento determinado y mejor garantice a quien lo sujete la posesión de toda la cadena." Anticipándose a la reacción indignada de sus críticos frente a sus intenciones dirigistas, añade en una nota a pie de página: "¡Camarada Krichevski! ¡Camarada Martinov! Llamo la atención de ustedes sobre esta manifestación escandalosa de *absolutismo*, de *autoridad sin control*, de *reglamentación soberana*, etc. [términos, todos éstos, utilizados en contra de Lenin por los dos polemistas en sus artículos]. Fíjense: ¡quiere *poseer* toda la cadena! Apresúrense a presentar querrela. Ya tienen tema para dos artículos de fondo en el número 12 de *Rabócheie dielo*."⁴⁴

Esos años prerrevolucionarios fueron decisivos para la formación de una concepción acerca del uso de los medios: los medios de comunicación de masas como herramientas de agitación y de propaganda.

La primera guerra mundial hará que la cuestión de la propaganda salga de los reductos revolucionarios y la convertirá en asunto de Estado.

⁴⁴ V.I. Lenin, "What is to be done? (1901-1902)", *Lenin about the press*, Prague, International Organization of Journalists, 1972, pp. 95-96. [La traducción de los fragmentos citados en la presente edición están sacados de la versión en español de "¿Qué hacer?", publicada en *Lenin acerca de la prensa*, Moscú, Editorial Progreso, 1979, p. 89].

3. LA GESTIÓN INVISIBLE DE LA GRAN SOCIEDAD

La primera guerra mundial: el bautismo de fuego

La Gran Guerra supuso el primer conflicto llamado *total*. Un conflicto que no sólo se desarrolló a escala del mundo, sino también, y sobre todo, un conflicto en el que la guerra política, la guerra económica y la guerra ideológica llegaron a ser tan decisivas como las operaciones en el terreno de las armas. Suscitar la adhesión de los ciudadanos a la causa nacional se convirtió en una tarea prioritaria. No sólo fue llamado a contribuir al esfuerzo de guerra un número cada vez mayor de sectores de la economía nacional, sino que la población civil empezó a estar cada vez más afectada en su vida cotidiana por esta nueva forma de enfrentamiento. Al bloqueo y otros embargos, se añadieron los ataques, procedentes del aire, con el gas yperita. Según escribirá el filósofo Walter Benjamin, en un texto poco conocido, en el que se alzaba en contra de las tesis de Ernst Jünger acerca de la estética de la nueva guerra y de sus guerreros: “Cuando ya no existe la distinción entre población civil y población combatiente —distinción efectivamente anulada por la guerra de los gases— también desaparece el fundamento más importante del derecho internacional.”¹

La propaganda alcanzó allí sus primeros galones como técnica de gestión de la opinión de masas, pero también como medio de presión sobre los responsables de gobiernos extranjeros. Una muestra: dos fotos sobre la mesa de un oficial de los servicios de información; la primera representa cadáveres de soldados que son transportados a la retaguardia para allí ser enterrados; la segunda, despojos de caballos acarreados hacia una fábrica para la obtención de aceite y jabón. El oficial sustituye los pies de fotos: “Cadáveres de soldados camino de una fábrica de jabón”, y las manda a la prensa.

No, el marco de esta escena no es Timisoara en diciembre de 1989, durante aquellos días que precedieron a la caída de la dictadura de

¹ W. Benjamin, “Théories du fascisme allemand. A propos du recueil de textes *La guerre et les guerriers* de Ernst Jünger”, traducido y publicado por *Interférences*, París, 1981, núm. 1, p. 28.

Ceausescu en Rumania. Esto ocurre en la primavera de 1917 en Londres, en los locales del Department of Information. El oficial que amaña así dos fotos arrebatadas a un prisionero alemán es el general Charteris. Su objetivo: persuadir a China para que se incorpore al campo de los aliados. Los expertos en propaganda y contrapropaganda de aquella época contarían, después de la guerra, que la profanación de los cadáveres habría chocado profundamente a los chinos por su culto a los muertos. Hasta tal punto que este despacho habría sido determinante en su decisión de abandonar la neutralidad.²

“Una buena política de propaganda ha ahorrado probablemente un año de guerra. Y esto representa millones de libras y, sin duda, un millón de vidas humanas.” Este balance establecido por el *London Times*, el 31 de octubre de 1918, once días antes del armisticio, no tiene por qué ser interpretado necesariamente como una manifestación más del dispositivo de persuasión oficial implantado con motivo del primer conflicto mundial. Esta conclusión, en efecto, era compartida por numerosos civiles y militares de los distintos países aliados. E incluso por sus adversarios, inundados como estaban de octavillas que, lanzadas por detrás de sus líneas, les incitaban a desertar. En uno de los que debían de ser los últimos boletines del 18º ejército alemán del Káiser podía leerse: “El enemigo nos ha derrotado en el frente de la propaganda de las octavillas. Hemos tomado conciencia del hecho de que, en esta lucha a vida o muerte, era necesario utilizar los mismos métodos que nuestro enemigo. Pero no hemos sido capaces... El enemigo nos ha vencido no ya en un cuerpo a cuerpo en el campo de batalla, bayoneta contra bayoneta. ¡No! Contenidos malos en unos pobres papeles pobremente impresos han hecho que nuestro brazo claudique.”³ Idéntica confesión puede encontrarse en las memorias del general von Hindenburg, publicadas poco después del final de las hostilidades.⁴

Pueden darse tres explicaciones a esta debilidad del frente de la

² G. Sylvester Vireck, *Spreading germs of hate*, Nueva York, Horace Liveright, 1930, pp. 153-154.

³ G.G. Bruntz, “Allied propaganda and the collapse of german morale in 1918”, en *Public Opinion Quarterly*, 1938, vol. 2, reimpresso en *A psychological warfare casebook*, W.E. Daugherty, en colaboración con M. Janowitz, eds., Baltimore, publicado para Operations Research Office, The Johns Hopkins University, por The Johns Hopkins University Press, 1958, p. 101.

⁴ P. von Hindenburg, *Out of my life*, Nueva York, Harper, 1921, traducido del alemán.

propaganda, dirigido desde el núm. 14 de la Budapester Strasse, en Berlín, por Matthias Erzberger, un antiguo maestro de escuela. En primer lugar, y ante todo, el dispositivo alemán se dirigió a la razón, en un intento de justificar la actitud de sus compatriotas. La propaganda británica, por su parte, se dirigió a los sentimientos, buscando la indignación y la sublevación. Mientras que Londres emitía noticias que anunciaban las atrocidades cometidas por la soldadesca enemiga y difundía fotografías en las que ésta aparecía entregada al pillaje, etc., Berlín lanzaba largas disertaciones que demostraban que la guerra sólo se justificaba por el interés del Reino Unido en liquidar la industria de su competidor y explicaba con todo lujo de detalles las razones históricas y diplomáticas de la política de cerco a Alemania emprendida por Eduardo VII. Mientras que la condena a muerte de la inglesa miss Edith Cavell, pronunciada en 1915 por el ejército alemán en territorio ocupado, soliviantaba a las multitudes, conmovidas por este bárbaro acto cometido contra una mujer, enfermera por añadidura, acusada de inteligencia con el enemigo, la única ocurrencia de Berlín para salir al quite de esta ola emocional consistía en exhibir un artículo del derecho internacional. En cambio, los alemanes no lograron sacar ningún provecho mediático de la ejecución, por parte de Francia, de una de sus espías, Mata-Hari.

La segunda razón de esta debilidad obedece a que las fuerzas de la *Entente* recurrieron a la propaganda de forma masiva. Una propaganda que se intensificó a partir de agosto de 1917, al elegir como objetivo prioritario la provocación del mayor número posible de desertiones en las filas enemigas. "Esta guerra no es vuestra guerra": las octavillas soltadas desde los globos y los aviones aliados incitaban a los soldados a sublevarse contra el militarismo prusiano para instaurar una república, contra unos oficiales saciados de comida, mientras que el grueso de la tropa padecía privaciones. Prometían a los desertores que serían tratados con respeto. La ofensiva psicológica que pretendía socavar la moral de los soldados alemanes fue tal que, en 1918, el alto mando ofreció 3 marcos por el primer ejemplar de octavilla que cada combatiente entregara a sus superiores, 30 pfennigs por los siguientes y 5 marcos por cada uno de los libros lanzados con paracaídas por el ejército enemigo. En mayo de 1918, los oficiales recuperaron así 84 000 octavillas; en septiembre, más de un millón. En cuanto al número efectivo de desertores, los servicios de propaganda aliados lo situaron entre 40 000 y 50 000, y no olvidaron añadir que en el bolsillo de numerosos prisioneros se

encontraron octavillas o panfletos aliados.⁵ En el momento de la estocada final, las octavillas contabilizaron las pérdidas alemanas, especialmente las de *U-Boats*,* y las ganancias de la *Entente*.

Finalmente, la última desventaja de Alemania: las disensiones entre el poder civil y el Estado Mayor relegaron a segundo término la creación de organismos de coordinación de las operaciones de propaganda. Prevaleció una lógica: la de los militares. Estos últimos no comprendieron, en general, sino muy tardíamente, el cambio esencial que se estaba experimentando y que afectaba a la definición misma de la guerra, su carácter de *guerra total*.

El alto mando y el Estado del imperio se dieron cuenta, no obstante, de la importancia del cine como instrumento de propaganda. Fue por iniciativa suya y gracias al apoyo de grandes bancos como se fundó, en 1917, la Universum Film Aktiengesellschaft, la famosa UFA. Centro del dispositivo cinematográfico de la zona oriental del Rin, absorbió a la mayoría de las empresas existentes, logrando la integración, tanto vertical como horizontal, de la producción y de la distribución cinematográfica, desde la fabricación de película virgen hasta la explotación. El comunicado publicado con motivo de la inauguración de la UFA decía así: "Es grato poder comprobar que la opinión según la cual una película no tiene como fin único el entretenimiento del público, sino que debe responder a las necesidades educativas y económicas nacionales, está cada vez más difundida."⁶ Sin embargo, el complejo cinematográfico no levantará el vuelo hasta la posguerra, lo que permitirá que Alemania se convierta en el segundo productor mundial, detrás de Estados Unidos; por lo demás, las industrias cinematográficas de ambos países, caracterizadas por una fuerte concentración e íntimamente vinculadas al capital bancario o industrial, presentarán una estructura análoga. El poder hitleriano transformará este complejo en un formidable dispositivo de propaganda.

El ejército y los medios

Los aliados triunfaron allí donde sus enemigos habían fracasado. Para llevar a cabo una estrategia de persuasión, cada una de las grandes

⁵ G.G. Bruntz, *op. cit.*

* Tipo de submarino alemán [T.]

⁶ Citado por P. Bachlin, *Histoire économique du cinéma, op. cit.*, pp. 32-33.

potencias de la *Entente* montó su propia estructura, toda vez que la coordinación interaliada no se produjo sino poco antes del armisticio, y no siempre de forma satisfactoria.

Estados Unidos creó un *Committee on Public Information*,* dependiente, directamente, de la Presidencia y compuesto por los secretarios de Marina y de la Guerra, el secretario de Estado y un periodista, George Creel.⁷ Este organismo, conocido con el nombre de Comité Creel, puso su empeño en movilizar al universo mediático para “vender la guerra al público norteamericano”, y vencer, así, la reticencia de los pacifistas. Se echó mano del cine. Primer medio de masas, el cine, hasta entonces, había mostrado sobre todo sus potencialidades como herramienta de integración social atrayendo hacia las salas al numeroso contingente de inmigrantes pobres de las ciudades, muchos de los cuales no sabían leer ni escribir, ni siquiera en su propia lengua. La industria cinematográfica se puso a producir películas de propaganda. Pero, propaganda o no, aprovechó sobre todo el debilitamiento de la producción de los países europeos. La guerra coincidió con la primera gran ola de internacionalización del cine norteamericano, un cine ya amortizado en el mercado interior. Permitió que los estudios aumentaran prodigiosamente su producción y conquistaran posiciones estratégicas en la distribución y en la explotación a lo largo y ancho del globo. En Europa, la supremacía del cine francés se derrumbó. Francia no sólo perdió sus principales mercados de exportación, sino también el control de su propio mercado. Disminuyó la producción y los exhibidores tuvieron que abastecerse cada vez más a través de firmas extranjeras, principalmente norteamericanas.

En la historia de Estados Unidos, el Comité Creel no representa sólo la primera agencia oficial de propaganda, sino también la primera oficina de censura gubernamental. Establecido antes, incluso, de que el Congreso aprobara la declaración de guerra, se mostró especialmente severo durante todas las hostilidades. Tanto en el territorio norteamericano como en el frente, y más concretamente el del norte de Francia. Dos disposiciones vinieron a reforzar sus poderes: la *Espionage Act* (1917) y la *Sedition Act* (1918). La segunda, en particular, sirvió para impedir la expresión de cualquier crítica respecto de la política gubernamental. La severidad de la censura para con los

* Comité de Información Pública. [T.]

⁷ J.R. Mock y C. Larsen, *Words that won the war: The story of the Committee on Public Information 1917-19*, Princeton, Princeton University Press, 1939.

periodistas y los periódicos transgresores fue tal que las críticas de que fue objeto después de las hostilidades obligaron al gobierno a suavizarla considerablemente, con ocasión del segundo conflicto mundial. Según se desprende de un informe de la Fundación Gannett, habrá que esperar a octubre de 1983, es decir a la intervención de los *marines* en la isla de Granada, para ver cómo el poder militar “restaura un tipo de régimen de censura *de facto*” tan estricto.⁸ Un régimen que se perfeccionará y llegará a ser draconiano durante la guerra del Golfo, con el establecimiento de un sistema de *pools*.

En Gran Bretaña, los partidos de oposición se mostraron extremadamente vigilantes ante los propósitos censores del gobierno. Temerosos de que este último “se gastara el dinero de la propaganda en su propio interés antes que en el del país”, exigieron estar representados en el comité encargado de la propaganda interior.⁹ Esta presión, unida a los conflictos de competencias entre departamentos, hizo que, a diferencia del Comité Creel en Estados Unidos, el dispositivo británico cambiara varias veces de fisonomía. No adquirió su perfil definitivo hasta febrero de 1918.

Londres se dotó entonces de un ministerio de Información y puso al frente al dueño del *Daily Express*, lord Beaverbrook. En principio, este ministerio no tenía más área de competencia que la información destinada al extranjero. Este órgano ministerial comprendía varios departamentos, uno de los cuales estaba dirigido por el autor de *El libro de la jungla*, Rudyard Kipling, encargado de la opinión norteamericana y aliada. Otro estuvo consagrado a los países neutrales. Y un tercero, más conocido por el nombre de su sede, la Crewe House, fue atribuido a lord Northcliffe, propietario del *Daily Mail*, del *Evening News* y del *Times*. Su misión: la propaganda en los países enemigos. La sección alemana de este departamento fue confiada a H.G.Wells, el genial autor de *La guerra de los mundos*. En la historia de la prensa británica, Northcliffe se ha convertido no sólo en el que ha logrado salvar al *Times* de la quiebra, sino también en el que “era capaz de incendiar el mundo con tal de iluminar mejor su cartel”, según diría el publicista Gardiner, uno de sus contemporáneos. Y esta reputación, sólidamente afianzada desde antes de la guerra, alcanzará las dimen-

⁸ E.F. Dennis et al., *The media at war: The press and the Persian Gulf conflict. A Report of the Gannett Foundation*, Nueva York, Columbia University, 1991.

⁹ M. Balfour, *Propaganda in war 1939-1945. Organization policies and publics in Britain and Germany*, London, Routledge & Kegan, 1979.

siones del mito con las acciones de la Crewe House.

La presencia de periodistas y de grandes editores de periódicos en los engranajes de la propaganda sólo ponía de manifiesto la influencia que, desde el comienzo de las hostilidades, había alcanzado la prensa en la movilización del país en guerra. Tal y como lo decía ya en 1916 el jefe del gobierno de Londres, Lloyd George: "La prensa británica ha cumplido una función que debería haber sido desempeñada por el Parlamento, y que, en Francia, el Parlamento ha desempeñado."¹⁰ Existía, ciertamente, una oficina de prensa gubernamental (*Press Bureau*) encargada de una función negativa, es decir, de anticiparse a la publicación de noticias que proporcionasen indicaciones al enemigo. Pero pocos periódicos fueron demandados por incumplimiento de la seguridad y ninguno —excepción hecha de la breve prohibición de circular en el extranjero impuesta en julio de 1917 a *The Nation* por sus artículos en favor de una paz negociada— fue suspendido por expresar opiniones contrarias a las de las autoridades gubernamentales. Y ello, pese a las constantes críticas de los sindicatos, de los socialistas y de los pacifistas. En Francia, las cosas ocurrirían de forma muy distinta.

La información en el estado de sitio

"En el momento en que va a desencadenarse una tragedia de la que no somos responsables, es bueno prever ciertas impresiones desalentadoras. Las estadísticas de las últimas guerras demuestran que cuanto más se perfeccionan las armas, más disminuye el número de pérdidas."

"La ineficacia de los proyectiles enemigos es objeto de todo tipo de comentarios. Los *shrapnels** estallan suavemente y caen como lluvia inofensiva. El tiro está mal ajustado. En cuanto a las balas alemanas, no son peligrosas: atraviesan las carnes de lado a lado sin ocasionar ningún desgarro."

La primera cita no es en modo alguno un comentario despistado que pudiese remontarse a enero de 1991 y referirse al ejército iraquí,

¹⁰ Citado por A.J.P. Taylor, *English history 1914-45*, Oxford, Oxford University Press, 1965, p. 26.

* Obús lleno de balas; del nombre de su inventor, el general británico H. Shrapnel (1761-1842). [T.]

en el momento en que las tropas de la coalición se disponían a lanzarse al asalto. Está sacada del periódico parisino *Le Temps*, del 4 de agosto de 1914. La segunda procede de *L'Intransigeant*, del 17 del mismo mes. La censura de prensa acababa de implantarse gracias a una serie de medidas que situaba a la prensa en un régimen de alta vigilancia.¹¹

El 30 de julio de 1914, los despachos telegráficos habían sido censurados y prohibido el uso del teléfono entre ciudades. El 2 de agosto, se había decretado el estado de sitio en todo el territorio y las autoridades militares podían suspender o prohibir cualquier publicación periódica. El 3 de agosto, una *oficina de prensa*, dependiente del ministerio de la Guerra, quedaba encargada de poner el visto bueno en toda información militar. Dos días más tarde, una ley sobre la “represión de las indiscreciones de la prensa en tiempo de guerra” especificaba los puntos acerca de los cuales la información era competencia exclusiva del gobierno o del mando militar: “Movilizaciones, transportes de tropa, número de combatientes, disposición, orden de batalla, número de muertos y de heridos, traslados y nombramientos, así como cualquier información o artículo relativo a las operaciones militares o diplomáticas que pudiera favorecer al enemigo o ejercer una influencia perniciosa en la moral de los ejércitos y de la población.” El 7 de agosto la circular del primer ministro socialista René Viviani era transmitida a los directores de periódicos: “El gobierno cuenta con la buena disposición patriótica de la prensa de todos los partidos para que no se publique una sola información referida a la guerra, sea cual fuere su fuente o su contenido, que no haya sido visada antes por la oficina de prensa constituida desde ayer en el ministerio de la Guerra.”

En junio de 1916, se establece un comité interministerial de distribución del papel (que en febrero de 1918 se transformará en Oficina Nacional del Papel) para fijar las cuotas y los precios del papel según los periódicos. En febrero de 1917, se reglamentarán “los formatos y las paginaciones”.

La observancia de estos reglamentos generará nuevos mecanismos administrativos de censura. Al principio, ésta la ejercía el ministerio de la Guerra o su representante en cada región militar. Los periódicos

¹¹ Las informaciones relativas a la censura y a su organización en el transcurso de la primera guerra están extraídas de la contribución del historiador de la prensa, P. Albert en *Histoire générale de la presse française de 1871 à 1940*, bajo la dirección de C. Bellanger, París, PUF, 1972, tomo III.

depositaban las galeradas: un militar de alta graduación leía y hacía leer todas las galeradas, a la vez que indicaba los pasajes que había que suprimir. Luego, la censura se instaló en el ministerio de Instrucción Pública y fue confiada a universitarios, políticos y militares. Los trozos suprimidos (se hablaba de *échopper* [escoplear, T.]) debían ser sustituidos por textos anodinos, para que no aparecieran espacios en blanco. En una primera época también, las consignas para uso de los censores tomaron la forma de comunicados un tanto lacónicos. Posteriormente llegaron a ser más generales con el fin de evitar malentendidos. He aquí una que data de noviembre de 1917: "Respecto de las huelgas, suprimir todas las informaciones relativas a acontecimientos huelguísticos, todo informe o convocatoria de reunión con vistas a una huelga, cualquier artículo polémico, en favor o en contra de una huelga determinada, pero admitir los artículos de doctrina o las informaciones relativas a las reivindicaciones económicas moderadas formuladas por la clase obrera".

En una obra publicada en 1916, Gustave Le Bon hace un primer balance de lo que define como el "método del silencio", adoptado por las autoridades, y se interroga acerca de las "incertidumbres de los relatos de batallas". En relación con las motivaciones de los militares, el psicopatólogo escribe: "El silencio impuesto a la prensa parece haber tenido por causa, en parte, el temor, por lo demás comprensible, a la influencia que la opinión pública podría haber ejercido en el desarrollo de las operaciones. En 1870, durante la guerra franco-prusiana, fue la que impuso los actos más desastrosos de la campaña... En la guerra hispano-norteamericana, también fue la opinión la que exigió el envío de la flota a Cuba."¹²

En 1915, el gobierno creó la Sección de Información (SI), bajo la responsabilidad de André Tardieu. Ésta elaboró crónicas, *Revue de la vie du front*, y difundió comunicados tres veces al día. El ejército, por su parte, montó el Bureau d'Information Militaire (BIM), ante el que fueron acreditados los corresponsales de guerra.¹³

En el frente exterior, la Gran Guerra fue para Francia, sobre todo, una ocasión para comprobar el retraso adquirido por el dispositivo diplomático en el ámbito de los "medios de acción intelectual en el

¹² G. Le Bon, *Enseignements psychologiques de la guerre européenne*, París, Ernest Flammarion, 1916, p. 320.

¹³ H. Blankenhorn, *Adventures in propoganda: Letters from an intelligence officer in France*, Boston, Mass., 1919.

extranjero”, según la expresión de un cronista en 1917:¹⁴ ruptura del equilibrio en provecho de Alemania, en lo tocante al circuito internacional de distribución del libro, difusión aún más mediocre de la literatura técnica, pero también debilidad de la producción del libro y de la organización de su mercado interior. En el transcurso de los años precedentes, Alemania había publicado una media de 34 000 obras, frente a las 12 000 de Gran Bretaña y las 10 000 de Francia. La renovada presencia de sabios en el extranjero, la organización de congresos científicos internacionales, así como las giras de grandes orquestas (la *Gewandhaus*, por ejemplo) y la animación de las múltiples asociaciones de alemanes expatriados habían proporcionado al imperio del Káiser un conjunto de redes de influencia cultural con el que no lograba rivalizar la Alianza Francesa, creada en 1883. Fue la comprobación de carencias de este tipo lo que inspiró la fundación, durante la primera guerra mundial, de la *Maison de la presse*, por parte de un gobierno preocupado por vincular a los profesionales de la prensa y de la edición con su política de información exterior. De hecho, suya fue la iniciativa de la primera reflexión sobre una organización de la difusión internacional del libro francés en el extranjero, acometida por los círculos profesionales afectados y por el Estado. La *Casa de la prensa* pronto dispuso de agentes en las sedes diplomáticas. Hacia el final de la guerra, en la primavera de 1918, vio la luz, bajo la égida del ministerio de Instrucción y Bellas Artes, un comité especial para la orientación de la propaganda artística en el extranjero. ¡Al margen de los organismos oficiales como la Casa de la prensa, figuraban, en este comité, organizaciones como la Cámara sindical de la alta costura!

Sea como fuere, el primer conflicto dio lugar a interesantes reflexiones sobre el equilibrio de las relaciones culturales internacionales. Como por ejemplo ésta, que se remonta al año 1917, y que se pregunta por el lugar que ocupa la cultura francesa después del final de la guerra: “Puede admitirse que, desde hace muchos años, Alemania actuaba, por su población, por su exportación, sobre la *materia* de los pueblos con los que mantenía relaciones, y que fue su pretensión de actuar sobre su *forma* la que sublevó a casi todo el universo contra ella. Le resultaría difícil a la Francia de la posguerra, con una población deficitaria, poder estar en disposición de ejercer una acción *material*

¹⁴ F. Baldensperger, *Note sur les moyens d'action intellectuelle de la France à l'étranger*, París, Imprimerie L. De Matteis, 1917.

muy acentuada en el extranjero: no tendría suficientes hombres para sí misma y para sus colonias. En cambio, tiene la seguridad, si así lo desea, de poder influir considerablemente en la *forma* hacia la cual tenderá el mundo inmediatamente después de la lucha.”¹⁵

La desmovilización

Nada más concertarse el armisticio, se disolvieron los dispositivos establecidos durante la guerra. Hundido en la crisis política y económica, el Estado alemán de la República de Weimar olvidó la propaganda. Este corto periodo de la posguerra permitió una extraordinaria floración de las artes y de las letras, pero también de nuevas fórmulas de prensa. Es la edad de oro del fotoperiodismo moderno. En todas las grandes ciudades se publican revistas ilustradas, siendo las más célebres *Berliner Illustrierte* y *Münchner Illustrierte Press*, que, con una tirada, cada una, de dos millones de ejemplares, están al alcance de todo el mundo. Un enjambre de fotógrafos famosos trabajan para ellas. En este periodo de excepcional efervescencia, también se multiplican los intentos de apropiación social de las nuevas técnicas de comunicación (cine, fotografía y radio). Mientras que en numerosos lugares los partidos obreros se muestran extremadamente cautelosos respecto del cine —en Suiza, los socialdemócratas llegaron a proponer el boicot de esta frívola forma de entretenimiento que distrae a los obreros de las tareas educativas—, el alemán Willi Münzenberg publica *Erobert den Film!* (“¡Id a la conquista de la película!”): no contentándose con hacer circular las películas, ayuda a los trabajadores a producir las suyas, repitiendo luego la experiencia con la fotografía, mediante la creación de una red de trabajadores-fotógrafos.¹⁶ En 1930, el dramaturgo Bertolt Brecht, a su vez, buceando en esta filosofía, en la búsqueda de una comunicación horizontal, propone cambiar el uso de la radio en un texto famoso que, cuarenta años más tarde, servirá de manifiesto a las primeras *radios libres*: “La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no

¹⁵ *Ibid.*, p. 61.

¹⁶ Numerosos textos que ilustran este periodo han sido recogidos en *Communication and class struggle. An anthology in two volumes*, bajo la dirección de A. Mattelart y S. Siegelau, Nueva York, International General editions, 1979 y 1983.

solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los radioyentes en abastecedores.¹⁷

El nuevo espíritu democrático que se pone de manifiesto en la prensa del otro lado del Rin se ve bruscamente frenado con la llegada de Hitler en 1933. Los redactores de las revistas ilustradas, en lo sucesivo, serán escogidos en función de su fidelidad al régimen. El relevo está garantizado por la revista francesa *Vu*, fundada en 1928, y por la norteamericana *Life*, de 1936.¹⁸

Fue Gran Bretaña, sin duda, la que mejor aprovechó las enseñanzas de su experiencia de la *información* durante la primera guerra moderna de propaganda. En 1926, el gobierno creaba el Empire Marketing Board (EMB). Su misión consistía en dar a conocer los productos del imperio a través de toda la gama de medios. Este organismo se convirtió rápidamente en el primer *sponsor* [patrocinador] del movimiento del cine documental. Además, fue uno de los directores del EMB quien, al proponer un plan de acción para la *proyección de Inglaterra* (era el título de su opúsculo), agilizó la creación del British Council y de su red en el extranjero.¹⁹

El dispositivo británico de información extranjera en la posguerra estaba situado bajo el signo de la economía. El de Francia permanecía bajo el signo de la cultura y de la industria de lujo. Veamos el juicio estridente sobre esta política exterior del periodo de entreguerras, emitido en 1942 por Nicholas Spykman, uno de los pioneros norteamericanos de la geopolítica, en un momento en el que había que contrarrestar las potencias del Eje en América Latina y contar con fuerzas para hacerlo: "Francia es una fuente de inspiración intelectual y artística para las clases cultas de la América española y portuguesa,

¹⁷ B. Brecht, "Radio as a means of communication", *Screen*, vol. 20, núm. 3/4, invierno de 1979/80. Acerca de la contribución de B. Brecht a la teoría de los medios, véase: H.M. Enzensberger, "Constituents of a theory of the media", *The consciousness industry: On literature, politics and the media*, Nueva York, Seabury Press, 1974. [La traducción del citado fragmento es reproducción de la versión en castellano de "La radiodifusión como medio de comunicación. Discurso sobre la función de la radiodifusión", publicado en *De las ondas rojas a las radios libres* (Lluís Bassets ed.), Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GG Mass Media, 1981, pp. 56-57.]

¹⁸ G. Freund, *op. cit.*

¹⁹ M. Balfour, *op. cit.*

y no precisó grandes esfuerzos para conservar esta posición favorable. Las modas de París y los productos de lujo han encontrado pocos competidores cuando se trataba de atraer las preferencias de los compradores latinoamericanos. Con la Alianza Francesa presente en la mayoría de las grandes capitales y con un reducido número de profesores allí destinados que enseñan ante auditorios latinoamericanos, Francia maneja muy bien la situación cultural. Pero los resultados, fuera de este comercio de lujo, han sido económicamente insignificantes y políticamente sin consecuencias.”²⁰

El zócalo de la nueva potencia

Estados Unidos, por su parte, suprimió el Comité Creel en 1919. Los nuevos vientos del aislacionismo no impulsaban una estrategia de información oficial hacia el extranjero. Este repliegue no supuso, ni mucho menos, la jubilación de la *guerra de la propaganda*, obsesivo como era ya el temor ante la *amenaza bolchevique*. James Aronson, antiguo periodista del *New York Herald Tribune*, llegó incluso a afirmar que “la guerra fría no comenzó en 1946, sino el 3 de marzo de 1918, con motivo de la firma del tratado de Brest-Litovsk, cuando los soviéticos firmaron la paz por separado con Alemania.”²¹ No faltan pruebas en este sentido. El FBI, dirigido por J. Edgar Hoover, comenzó a infiltrarse en los sindicatos, asociaciones y grupos de izquierda, mientras que el departamento de Justicia creaba una oficina especial de publicidad cuya misión consistía en propagar historias sobre complots urdidos por agentes de Moscú y por los *reds*, con vistas a derrocar al gobierno de Washington. El secretario de Justicia, Mitchell Palmer, se convirtió en un héroe por las redadas que llevaron su nombre: en una sola noche hizo detener en treinta y tres ciudades a más de 4 000 presuntos comunistas. Se expulsan inmigrantes y la xenofobia enciende las pasiones. El proceso de Sacco y Vanzetti y su ejecución en la silla eléctrica, en 1927, se convierten en el símbolo de un error judicial provocado por las presiones de una opinión pública al rojo vivo.

La principal enseñanza que sacó el gobierno norteamericano de la

²⁰ N.J. Spykman, *American strategy in world politics. The United States and the balance of power*, Nueva York, Harcourt, Brace & World, 1942, p. 233.

²¹ J. Aronson, *The press and the cold war*, Nueva York, Bobbs-Merril, 1970, p. 25.

Gran Guerra fue de orden estratégico. En el transcurso de esta última, se había producido un salto tecnológico: desarrollo de potentes estaciones de radio, de estaciones de escucha, mensajes cifrados, perfeccionamiento de los enlaces móviles con coches y aviones, sistemas de navegación aérea. En 1915, Alemania había tomado la iniciativa de difundir boletines de información por vía radiotelegráfica acerca de las operaciones bélicas, que eran difundidos, posteriormente, por la prensa extranjera. Las operaciones navales habían demostrado la supremacía de la industria británica de radiocomunicación, lo que puso de relieve las carencias de la organización industrial del sector en Estados Unidos. A través de la firma British Marconi, el imperio británico ejercía un cuasimonopolio en la comunicación sin hilo. Por eso la US Navy, en 1919, propuso al gobierno que se agruparan los esfuerzos de las grandes compañías norteamericanas capacitadas para explotar las nuevas tecnologías de transmisión clasificadas como *material estratégico*. Esta concertación, que dio origen, en 1920, a Radio Corporation of America (RCA), constituida sobre la base de la compra de la filial norteamericana de Marconi por parte de la firma General Electric, fijaba las áreas de competencia de cada una de las tres grandes firmas del sector (ATT, General Electric y RCA) en el ámbito de los servicios nacionales e internacionales de telefonía y de radiotelefonía, así como de fabricación de aparatos. En los estatutos de la nueva compañía, descendiente de la Marconi, destacaban tres cláusulas: 1] su director ha de ser norteamericano; 2] los extranjeros no pueden suscribir más del 20 por ciento de las acciones; 3] un representante de la Casa Blanca ha de ocupar un puesto en el consejo de administración.²² En 1921, Westinghouse se suma al trío.

Otro polo de desarrollo del poderío norteamericano en las comunicaciones eléctricas: International Telegraph & Telephone. Esta empresa, cuya casa matriz fue fundada en 1920 para explotar un cable submarino entre Cuba y Estados Unidos, adquiere, cinco años más tarde, las filiales extranjeras de ATT. De entrada, la ITT conjuga servicios (teléfono, telégrafo y cable) y producción. En materia de enlaces internacionales, la adquisición, en 1927-1928, de la All America Cables and Radio, fundada en 1878, señala el comienzo de la construcción de su red mundial de telecomunicaciones. En 1926 se

²² *History of communications. Electronics in the United States Navy*, Washington, DC, Government Printing Office, 1963.

crea ITT World Communications Inc., a la que pronto (1929) seguirá la Press Wireless Inc., que fundará agencias en Filipinas (1937), Brasil (1938) y Uruguay (1942). A finales de los años veinte, la ITT elimina a las compañías británicas de América del Sur, al comprar, entre otras, a la United River Plate Telephone Co., segunda compañía del subcontinente, con sede en Argentina. En 1928, se inauguran ITT Comunicaciones Mundiales S.A., en Buenos Aires y Santiago de Chile, e ITT Comunicações Mundiais, en Río de Janeiro. Posteriormente, la compañía norteamericana hará de Buenos Aires su cuartel general para toda la región. En su estrategia de internacionalización de sus filiales de producción y ventas, la ITT escogerá como territorios prioritarios a América Latina y Europa. Su progresión se evidencia a través del rosario de filiales Standard Electric: Brasil (1937), Chile (1942), México (1953), Venezuela (1957), Ecuador (1962), Colombia, Jamaica, Panamá (1963), Bolivia, Perú, El Salvador (1968).²³ En el frente europeo, ITT adquirirá, hacia 1926-1927, el control de las filiales alemanas de la General Electric y de Philips y entrará con fuerza en la telefonía francesa, haciéndose con el control de Thomson-Houston. La compra de la filial de General Electric le bastará para alcanzar una posición dominante en los mercados alemán, austriaco, holandés, danés, suizo, turco y en los Balcanes. Esta ubicuidad de la firma la convertirá en la piedra de toque de las empresas multinacionales de telecomunicación, mucho antes de que se acuñara el concepto.²⁴ La imbricación de sus intereses comerciales e industriales la llevará a entrometerse directamente en los asuntos políticos internos o a manifestar explícitamente su simpatía por ciertos regímenes. Sus ambiguas relaciones con el poder nazi durante la segunda guerra mundial serán unas de las páginas más turbias de su historia. En la cumbre de su expansión y de su prepotencia, no vacilará en conspirar, en 1970, en Chile, para derrocar al presidente socialista elegido, Salvador Allende.²⁵

En 1926, la RCA, cuyo cometido inicial consistía en atender los servicios de telegrafía transoceánica, pero que, entretanto, se había especializado en la fabricación de aparatos de radio, compró la estación WEAJ inaugurada por la ATT, en 1922, en Nueva York (hasta

²³ Para una cronología, véase *Electrical communication*, Londres, vol. 46, núm. 4, 1971.

²⁴ En relación con Gran Bretaña, véase L. Denny, *America conquers Britain. A record of economic war*, Nueva York, 1930. En relación con Francia, C. Bertho, *op. cit.*

²⁵ A. Sampson, *The sovereign State of ITT*, Nueva York, Stein & Day, 1973.

1919, al estar considerada la radio como arma de guerra, las emisiones privadas estaban prohibidas en todas partes). Éste fue el primer eslabón de la que estaba destinada a convertirse en una de las tres grandes *networks* de radio (y luego de televisión) de Estados Unidos, la NBC (National Broadcasting Company). En el pliego de condiciones: *Entertainment, information and education with emphasis on the first feature-entertainment* [Distracción, información y educación, con énfasis en la producción de entretenimiento]. La publicidad se autorizaba con generosidad. Ese mismo año de 1926, en Gran Bretaña, la radio se convertía verdaderamente en un servicio público con la creación de la British Broadcasting Corporation (BBC), tras la compra por el Estado de las seis compañías que también habían empezado a emitir en 1922. La publicidad en las ondas estaba prohibida. En Francia, donde las primeras emisiones regulares tienen lugar en 1921, el modelo radiofónico que se impondrá hasta la víspera de la segunda guerra mundial será híbrido: estaciones privadas *toleradas*, en las que se autoriza la publicidad, y estaciones públicas. (En 1940, las emisoras privadas toleradas serán requisadas.)

En marzo de 1927, inició sus actividades la Federal Radio Commission, creada por el gobierno estadounidense para regular el tráfico aéreo. (En 1934, será sustituida por la Federal Communications Commission —FCC—, con competencia reglamentaria en materia de servicios de telefonía y telegrafía, así como de radiodifusión.)

Aunque Washington no estima necesario elaborar una estrategia cultural internacional, la industria cinematográfica de Estados Unidos, en cambio, trabaja a destajo para ultimar su conquista de los mercados extranjeros. Hegemónico al término de la guerra, tanto en las Américas como en Europa, Hollywood consolida —con la ayuda de la obsesión proteccionista— sus posiciones, ya sea mediante la compra de salas, el control de la distribución o la organización de producciones locales. Con la llegada del sonoro, en 1926, la lucha por la supremacía en el mercado mundial se traslada al terreno de las patentes de los aparatos de sonido. Las patentes norteamericanas (RCA y Western Electric) se enfrentan con las alemanas (Tobis, AEG, Siemens). En julio de 1930, el *acuerdo de París* liquida esta guerra de las patentes. El mercado mundial está dividido en zonas para la venta de los aparatos. Cada uno de los grupos obtiene una zona de influencia en exclusiva, pero se reserva un mercado abierto en el que la competencia puede jugar libremente. Señal de que el cine también es, y cada vez más, una industria, esta *entente* es la réplica del acuerdo

adoptado en 1907 para la industria electrotécnica, cuando la General Electric y la AEG decidieron repartirse el globo y no interferirse mutuamente en la penetración de los mercados extranjeros.

En 1930, la industria cinematográfica estadounidense exporta cuatro veces más que la europea y el proceso de concentración en curso transforma su estructura: la mayoría de la producción está en manos de cinco *majors* (Paramount Pictures, Metro-Goldwyn-Mayer, 20th Century Fox, Warner y RKO). Pero la introducción de la película sonora, donde la cuestión del idioma resulta esencial, también permite que en otros países pueda crearse o consolidarse una producción nacional; es el caso de Italia, Checoslovaquia, Suecia, Polonia, Suiza, México o Argentina. La industria estadounidense intenta sortear la dificultad mediante la postsincronización, el subtítulo o la realización de versiones en la lengua de los distintos países.²⁶ La presencia internacional del cine estadounidense como vínculo entre los diversos mercados nacionales comienza a suscitar las primeras polémicas acerca de la industrialización de la cultura. Máxime si se tiene en cuenta que numerosos cineastas, guionistas, incluso actores europeos son invitados por los productores de Hollywood para exhibir allí su talento.

En las fuentes de la sociología empírica

El periodo de paz reavivó los interrogantes morales sobre el fin y los medios de la propaganda, a medida que se publicaban las revelaciones de antiguos propagandistas arrepentidos y las fanfarronadas de otros que exageraron las historias de horror que habían fabricado. Es cierto que algunas voces aisladas intentaron atenuar la sobrevaloración de la que disfrutaba la propaganda a la hora de hacer el balance de los factores que habían precipitado la caída del imperio.²⁷ Pero, a favor o en contra, la aplastante mayoría no puso objeciones a la eficacia de la guerra de las octavillas y de los comunicados, sino todo lo contrario. Detractores y prosélitos, contribuyeron, así, a renovar la idea de la potencia mágica de las modernas técnicas de persuasión. Al extrapolarse el debate al conjunto de los medios, se abrió camino una

²⁶ P. Bachlin, *op. cit.*

²⁷ M. Balfour, *op. cit.*, capítulo 1 ("The demythologising of Crewe House").

concepción sobre el poder desmesurado de los medios de comunicación de masas en la conformación de las mentes.

En ese contexto histórico vio la luz la primera obra representativa de lo que, más tarde, se conocerá como *investigación de la comunicación de masas* (*Mass Communication Research*). Su título: *Propaganda techniques in the World War*. Su año de publicación: 1927. Su autor: el estadounidense Harold D. Lasswell, inventor de la famosa fórmula (que, supuestamente, encierra las claves sociológicas de la comunicación de masas) de las 5W o de las 5Q (*Who says What in Which channel to Whom with What effect?*; ¿Quién dice Qué a Quién por Qué canal y con Qué efecto?). Este politólogo está considerado por sus colegas como uno de los cuatro padres fundadores de la disciplina; los tres restantes son el matemático, que luego se hizo sociólogo, de origen vienés, Paul Lazarsfeld, y los psicólogos sociales Kurt Lewin y Carl I. Hovland.

La principal aportación de esta obra era la de destacar lo que los estrategas prusianos habían sido incapaces de discernir: ¿dónde radicaba la novedad de esta primera guerra mundial? Respuesta: en la necesidad de una “gestión gubernamental de la opinión”. “Durante el periodo de guerra, escribe Lasswell, se ha reconocido que la movilización de los hombres y de los medios no era suficiente; había que movilizar la opinión. El poder sobre la opinión, así como sobre la vida y los bienes, ha pasado a manos oficiales porque el peligro que entraña la libertad es mayor que el que provocan los abusos del poder. En efecto, es evidente que la gestión gubernamental de la opinión es un corolario insoslayable de la guerra moderna que se juega a gran escala.”²⁸

Fascinado por lo que, entiende, son los *efectos* de la propaganda, Lasswell aventura una verdadera teoría: “La propaganda es uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno. Las pequeñas tribus primitivas pueden amalgamar a los miembros heterogéneos en una unidad de combate recurriendo a un tambor y al ritmo endiablado de la danza. A través de orgías de exuberancia, los jóvenes son llevados al punto de ebullición belicosa y todos, hombres y mujeres de todas las edades, son aspirados por la succión del objetivo tribal. En la gran sociedad, ya no es posible fundir la indocilidad de los individuos en el horno de la danza guerrera; se necesita un instrumento nuevo y más

²⁸ H.D. Lasswell, *Propaganda techniques in the World War*, Nueva York, A Knopf, 1927, p. 14.

sutil para unir a millares, o incluso millones, de seres humanos en una masa coherente de odio, de deseo y de esperanza. Es la nueva llama que ha de cerrar la herida del disentimiento y templar el acero del entusiasmo belicoso. Este nuevo martillo y este nuevo yunque de la solidaridad social se denominan propaganda.”²⁹

Este ditirambo atestigua la creencia que imperaba entonces en los círculos académicos de Estados Unidos acerca de la omnipotencia de la propaganda. Es la época en la que prevalece la teoría mecanicista del estímulo-respuesta en su versión primitiva. La fuerza persuasiva de la propaganda a través de los medios dejaba sin armas al público, reducido al papel de receptor pasivo de mensajes minuciosamente elaborados por los especialistas de la opinión. Este panegírico sobre la persuasión también deja entrever las inquietudes intelectuales de la época cuyas referencias, de una u otra forma, han sido reincorporadas a la reflexión sobre la propaganda y su práctica.

Es difícil separar las teorías que circularon en su época y los intentos que se llevaron a cabo para percibir este nuevo fenómeno, de la acumulación realizada en Europa desde finales del siglo pasado en el ámbito de la sociopsicología de la opinión de las multitudes. En primer lugar, están los trabajos del francés Gabriel Tarde. En Estados Unidos, esta nueva disciplina se desarrolla principalmente en el departamento de sociología, orientada a la psicología, de Chicago, donde Lasswell, entre otros, trabajará durante varios años. En esta cuna de la sociología estadounidense de la comunicación, bajo el signo del empirismo, es donde verán la luz, más concretamente, las primeras tentativas para “medir las actitudes”. En la difusión de las ideas de Tarde sobresale un nombre: Robert E. Park (1864-1944), especialista en el estudio del papel de la prensa en la formación de la opinión y que, durante cerca de cuarenta años, ejercerá una considerable influencia en el seno de lo que se conoce con el nombre de Escuela de Chicago. No obstante, a diferencia del empirista cuantitativo Lasswell, hombre del *statu quo*, y a semejanza de Charles H. Cooley, a quien también se considera representativo de esta escuela, pese a haber ejercido la mayor parte de su carrera en Michigan, Robert Park participa de una tradición de crítica liberal y no dejará de interrogarse sobre la conflictiva relación entre los medios y la democracia.³⁰

²⁹ *Ibid.*, pp. 220-221

³⁰ R.E. Park, “News and opinion”, reimpresso en *The collected papers of R.E. Park*, Glencoe, Ill., Free Press, 1955. Véase también la tesis doctoral del mismo autor

No son tan evidentes las influencias directas del filósofo Gustave Le Bon sobre esta sociología embrionaria de la opinión, aun cuando Lasswell también es autor de una obra titulada *The psychopathology of politics*. Pero las ideas de Le Bon, traducidas a unos quince idiomas, estaban demasiado presentes en los círculos que se preocupaban de la propaganda en el periodo de entreguerras, como para no haber dejado algunas huellas en la concepción lasswelliana de la *masa*, tal y como ocurrió con el psicólogo norteamericano Leon Festinger, quien, más tarde trabajó sobre la “desindividuación” en el grupo.

Por último, la primera teoría de la propaganda no puede ocultar la influencia de la psicología de los instintos representada por William Mc Dougall, fisiólogo de origen británico que hará carrera en Estados Unidos. Representante del paradigma biológico, el autor de *The group mind* insiste en la importancia de los instintos en cuanto determinantes de las actividades humanas y habla de reacción refleja por una “inducción afectiva directa”. El estado afectivo del *alma* no es más que el receptor eléctrico ajustado a la percepción.³¹

Por otra parte, resulta bastante sorprendente comprobar que Tarde, Le Bon, Mc Dougall, a los que se suma Sigmund Freud, también son referencias importantes en las que se inspira la obra del francés Jules Rassak, publicada, asimismo, en 1927, con el título de *Psychologie de l'opinion et de la propagande politique*. Pero, a la inversa de Lasswell, para quien, evidentemente, no era una preocupación, este precursor de la psicología social, al tiempo que militante socialista, adopta una posición crítica frente a muchos de estos postulados para poder analizar mejor el creciente contraste entre la eficacia de la prensa mercantil y la que reivindica los ideales del socialismo. He aquí una ilustrativa reflexión sobre el enfoque de Rassak: “Las noticias que sólo anuncian hechos tienen un efecto propagandístico mucho mayor que las disertaciones políticas que, de lejos, huelen a propaganda”. O también esta otra que relativiza la influencia de los medios: “Es mucho más fácil difundir noticias tendenciosas del extranjero que noticias

presentada en Alemania en 1904 y que no sería traducida y publicada hasta 1972 con el título de *The crowd and the public*, Chicago, Chicago University Press, 1972.

³¹ W. Mc Dougall, *An introduction to social psychology*, Boston: Luce, 1908; *The group mind*, Londres, Cambridge University Press, 1920. Véase también M. Conway, *The crowd in peace and war*, Londres, Longman, Green & Co., 1916. Acerca de los lazos entre los autores estadounidenses de la época y la psicología social europea, véase J. van Ginneken, *Crowds, psychology and politics 1871-1899*, *op. cit.*

tendenciosas del interior del país, porque el lector tiene menos posibilidades de verificarlas. Es lo que explica por qué la prensa tiene más posibilidades de desencadenar una guerra que de conseguir la elección de un concejal.”³²

La violación de las multitudes

Sin embargo, habrá que esperar hasta la segunda mitad de los años treinta para que algunas voces intenten una crítica más sistemática de los mecanismos de la propaganda, en un ambiente obsesionado con el auge del nazismo.

Desde su llegada al poder, en 1933, el partido hitleriano había empezado a concentrar en un ministerio —denominado ministerio de la propaganda y de la ilustración del pueblo (*sic*)— todas las tareas relativas a la “modelación de los espíritus”. Su titular, Joseph Goebbels, se propuso organizarlo en cinco sectores: radio, prensa, cine, teatro y orientación general de la propaganda. La censura le fue retirada al ministerio del Interior. Al ministerio de Asuntos Exteriores se le quitó la información destinada a los países extranjeros. El ministerio de Correos perdió el monopolio de la publicidad turística, y el ministerio de Economía vio cómo le quitaban la publicidad comercial. La sección artística del ministerio de la Instrucción Pública quedó reducida a los monumentos, museos, enseñanza de la música y bibliotecas populares, mientras que, a partir de entonces, la dirección de la política cultural se confiaba al superministerio de Propaganda. Se instituyó una *Cámara de cultura*: se trataba de una organización corporativa subdividida en cámaras dedicadas, respectivamente, a la literatura, al teatro, a la música, a la radio, a la prensa, a las bellas artes, al cine. En lo sucesivo, la pertenencia a una de estas cámaras específicas era obligatoria para todos aquellos cuya actividad estaba relacionada con la producción, la reproducción, la distribución o la conservación de bienes culturales. Desde el vendedor de tarjetas postales o el quiosquero hasta el periodista, el pintor, el cineasta o el escritor.³³

³² J. Rassak, *Psychologie de l'opinion et de la propagande politique*, París, Librairie des sciences politiques et sociales, Marcel Rivière Éditeur, 1927, col. Études de psychologie sociale.

³³ L. Richard, *Le nazisme et la culture*, París, François Maspero, 1978. Acerca de la organización de la industria cinematográfica: D. Stewart Hull, *Film in the Third Reich*,

Atraen especialmente la atención dos estudios críticos publicados en aquella época. El primero se ha convertido en un clásico. Se trata de *La violación de las multitudes por la propaganda política*, del inmigrante ruso Serguei Chajotin, zoólogo de formación, profesor de psicología social en la Universidad de París, publicado en francés dos meses antes de la guerra y traducido al inglés a partir de 1940.³⁴ Por cierto que el ocupante mandó destruir la edición original. De hecho, algunos meses antes de su publicación, el ministerio de Asuntos Exteriores francés había ordenado a su autor que suprimiera “todos los pasajes desagradables para los señores Hitler y Mussolini”, así como la dedicatoria: “Al genio de Francia, con ocasión del 150 aniversario de la Revolución”. Con la ley en la mano, Chajotin se negó a obedecer. El segundo trabajo es, seguramente, menos conocido. Es obra de Robert A. Brady, profesor de economía de la Universidad de California y lleva por título *The spirit and structure of German fascism*, publicado en Londres en 1937.³⁵ (Las dos obras habían sido precedidas por el libro premonitorio del psicoanalista marxista austriaco William Reich, *Massenpsychologie des Faschismus*, publicado en 1933 y puesto inmediatamente en el Índice por el comunismo oficial.)

El estudio de Chajotin tiene el aspecto de un tratado de psicología social. Se presenta como un vasto fresco de las teorías y de las doctrinas existentes en esa época sobre la propaganda. Fresco que completará en 1952, con motivo de la reedición del libro. Sólo una obra, notable, publicada en 1946, rivaliza con el enciclopedismo de Chajotin, la del suizo P. Reiwald.³⁶ Chajotin pasa revista a las contribuciones de Tarde, Le Bon, Mc Dougall, del behaviorismo y otros precursores, pasa por la criba a la propaganda en la Alemania nazi, desmonta los mecanis-

Art and propaganda in Nazi Germany, University of California Press, 1969.

³⁴ S. Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique*, París, Gallimard, 1952 (edición original publicada en 1939). Traducción inglesa de la edición original: *The rape of the masses. The psychology of totalitarian political propaganda*, Nueva York, Alliance Book Co., Londres, Routledge, 1940.

[Véase la publicación, en castellano, del fragmento titulado “El secreto del éxito de Hitler: la violencia psíquica”, en *Sociología de la comunicación de masas*, Miquel de Moragas (ed.), Barcelona, Gustavo Gili, col. MassMedia, 1979 (1a. ed.), pp. 405-431].

³⁵ R.A. Brady, *The spirit and structure of German fascism*, Londres, Gollancz, 1937. Ni S. Chajotin, ni R.A. Brady mencionan en sus respectivas obras a W. Reich (*The mass psychology of fascism*, Nueva York, Farrar, Strauss & Giroux, 1971 [ed. esp.: *Psicología de masas del fascismo*, Barcelona, Bruguera, 1980, 1a. ed., trad. Roberto Bein]).

³⁶ P. Reiwald, *De l'esprit des masses*, Genève, Delachaux et Niestlé, 1946.

mos de la propaganda leninista. Aunque sin zaherirla seriamente, ya que se subleva contra las amalgamas hechas entre la doctrina hitleriana y la doctrina leninista. “Se les ha reprochado —escribe— a estas prácticas rusas el hecho de que son las mismas que empleaba Hitler. Sí y no. Sí, desde el punto de vista técnico. Sí, toda vez que, en ambos casos, la base fisiológica de la propaganda afectiva es la misma —la pulsión núm. 1, o agresiva—. No, porque en el caso de Hitler era sobre todo el elemento del *miedo* el que se utilizaba para que las masas fueran en la dirección que el Estado quería, mientras que en la URSS, la fuerza motriz es el lado inverso de la pulsión combativa —el *entusiasmo*—. En realidad, lo que se denomina *elecciones* en la URSS no es sino una manifestación de lo que hoy estamos acostumbrados a llamar la *cultura popular*, utilizada para educar a un pueblo que algún día quizás logre instalar en su país una verdadera democracia. Y esta es la razón por la que las *elecciones* en la URSS, a pesar de todo, no son una *farsa*, no son una *violación psíquica* clásica, no son demagógicas, sino que son una preparación, un preludio a una psicología colectiva.”³⁷

No es de extrañar, pues, que el autor, tan lúcido en relación con la “violación del psiquismo de las masas por el fascismo y su heredero —el capitalismo militante—”, amigo de H.G. Wells, le profese un profundo culto al profesor I.P. Pavlov, el experimentador de los reflejos condicionados, al que reconoce como su “gran maestro”, y cuyas teorías sobre la psicología objetiva son, a su juicio, las únicas capaces de responder a la pregunta: “¿Qué hacer para cerrarle el paso a la propaganda nefasta?” Y sin embargo, desde junio de 1922, la revolución soviética había restaurado el *Glavlit*, la única institución del antiguo orden imperial —había sido creada en 1865 y adscrita al ministerio de Asuntos Interiores— cuyo nombre se había apropiado el nuevo régimen. En virtud del decreto que lo instituía, este organismo gubernamental estaba copresidido por un representante de los órganos de la Seguridad y le correspondía prohibir cuantos periódicos, revistas, películas, libros, dibujos, emisiones radiofónicas, exposiciones, correspondencia, etc., infringieran las normas establecidas (agitación y propaganda contra las autoridades soviéticas y la dictadura del proletariado, revelación de secretos de Estado, pornografía, incitación al fanatismo religioso y étnico, etc.). Por lo que se refiere al partido, el departamento de Agitación y de Propaganda (*Agitprop*) del

³⁷ S. Tchakhotine, *op. cit.*, p. 337.

Comité central se había convertido en el regulador supremo de los flujos de información. Este decreto de 1922 había sido incluso revisado y corregido, en el sentido de una mayor severidad, en 1932, durante el comisariado de Andrei Jdanov, tres años antes de las grandes purgas stalinianas (1935-1938), la liquidación de la vieja guardia bolchevique y el advenimiento del terror.³⁸

En cuanto a la obra de Robert Brady, se trata de un análisis minucioso de la organización corporativa de la sociedad nazi. Ahí reside su principal mérito. Analiza el concepto de propaganda, tal como el poder nazi lo hizo operativo en el campo de las artes, de la educación, de la información y de las ciencias. Observa el doble régimen, la doble legalidad que cree detectar en el funcionamiento del sistema: por una parte, el control del Estado en estos ámbitos de la formación de la opinión; por otra, el predominio de la idea de autoorganización del mundo de los negocios. Se pregunta por las diferencias y las convergencias que esta concepción de la “maquinaria de propaganda” nazi presenta en relación con la que subyace en la estrategia de relaciones públicas y de propaganda comercial que emergen en Estados Unidos. Con tal motivo, Brady lanza una verdadera acusación contra el prejuicio que, a su parecer, comparten ambos enfoques, prejuicio que considera a la audiencia como un “pueblo que no sabe lo que quiere” y que ha de ser adoctrinado. Se ensaña con las obras que, a semejanza de la psicopatología de Lasswell, consideran a aquellos que no están de acuerdo con el sistema como “neuróticos, patológicos, frustrados o ignorantes”.

Leyendo entre líneas la obra del economista estadounidense, aparece nítidamente lo que estima peligroso para su país: el auge de las nuevas formas de propaganda. Porque, también ahí, se han formalizado las apuestas políticas y económicas de la gestión de la opinión de masas.

Las necesidades del fordismo

“Si comprendemos los mecanismos y los móviles propios del funcionamiento del espíritu de grupo, resulta posible controlar y encauzar a las masas según nuestro deseo y sin que sean conscientes de ello [...]”.

³⁸ F. Champarnaud, *Révolution et contre-révolution culturelle en URSS. De Lénine a Jdanov*, Paris, Anthropos, 1975.

La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y de las opiniones organizadas de las masas es un elemento importante en una sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo invisible de la sociedad constituyen un gobierno invisible que es el verdadero poder dirigente de nuestro país [...]. Son las minorías inteligentes las que deben hacer un uso sistemático y continuo de la propaganda.”³⁹ Así se expresaba en 1928 el sobrino de Freud, Edward Bernays, antiguo miembro del Comité Creel y uno de los fundadores de las modernas relaciones públicas (a él se le debe la expresión “ingeniería del asentimiento”).

Porque identificar a la gran sociedad y al nuevo orden social en la posguerra no sólo era cosa de los investigadores universitarios. Este imperativo también preocupaba a los industriales y a los anunciantes. Comprender los mecanismos y los móviles de la psicología de masas, es precisamente lo que intentaba dilucidar, desde los años veinte, el fundador de la psicología behaviorista, John B. Watson (la primera edición de su obra, *Behavior: An introduction to comprehensive psychology*, se remonta a 1914). Tras abandonar la Universidad para sumarse al equipo de investigación de la gran agencia publicitaria J. Walter Thompson, en la búsqueda del “consumidor de masas”, lograba que los métodos de persuasión comercial dieran un salto considerable al tiempo que modernizaba la vieja teoría del estímulo-respuesta de los instintivistas. A diferencia de Mc Dougall, estos psicólogos del comportamiento consideran que la acción del aprendizaje es más importante que los impulsos de origen instintivo. El organismo humano individual y social puede estar condicionado por los tratamientos correspondientes. Juegos de reflejos condicionados y de la inteligencia. Estas avanzadas de las técnicas de la propaganda comercial surgían en un periodo en el que el modo fordista de organización de la producción y del control de los trabajadores se instauraba en las fábricas y en el que los directivos empezaban a pensar en la organización del consumo masivo.⁴⁰

Muy pocos países en el mundo pedían tanto a su dispositivo de comunicación de masas, como Estados Unidos. No tanto porque los

³⁹ E. Bernays, *Propaganda*, Nueva York, 1928. Véase también *Crystallizing public opinion*, Nueva York, 1923; *The engineering of consent* (editado por E.B.), University of Oklahoma, 1955.

⁴⁰ Véase S. Ewen, *Captains of consciousness. Advertising and the social roots of the consumer culture*, Nueva York, Mc Graw-Hill, 1976.

medios habían alcanzado en ese país un grado de desarrollo tecnológico más avanzado que en la mayoría de los otros países industriales, como porque, a lo largo de todos esos años, por no decir esas décadas, se habían convertido en la piedra angular del proyecto de integración nacional. Incluso más que en cualquier otra sociedad industrial. ¿Cómo negarse a suscribir el análisis de Daniel Bell? El sociólogo estadounidense ha señalado la lentitud con la que Estados Unidos se ha constituido en *sociedad nacional*. Ni la Iglesia, ni el sistema de partidos, ni el aparato educativo, ni la clase intelectual, ni las élites gobernantes han logrado, a su juicio, cimentar la cohesión nacional como lo ha hecho el sistema de los medios. “El elemento que contribuyó a amalgamar desde dentro, desde su aparición, nuestra sociedad nacional, fuera de algunos pocos *héroes* políticos, tales como Roosevelt, Eisenhower o Kennedy, ha sido la cultura popular [léase cultura de masas, T.]. El crecimiento del cine, de la radio y la televisión, la posibilidad de imprimir en forma simultánea, en distintas ciudades, varias revistas semanales, con el fin de procurar, en el mismo día, una distribución nacional uniforme, han contribuido, por primera vez en la historia, a que una serie común de imágenes, ideas y posibilidades de diversión se presenten, a un mismo tiempo, a un público nacional. La sociedad a la que le faltaban instituciones nacionales bien definidas y una clase dirigente consciente de serlo, se amalgama a través de los medios de comunicación de masas. En la medida en que es posible establecer la fecha de una revolución social, quizá podamos considerar que el 7 de marzo de 1955 es una verdadera piedra miliar. Aquella noche, uno de cada dos estadounidenses contemplaba a Mary Martin que se presentaba en *Peter Pan* delante de las telecámaras. Jamás, hasta entonces, a través de toda la historia, ningún individuo había sido visto y oído a un mismo tiempo por tal cantidad de personas. Aquello era lo que Adam Smith había llamado la *gran sociedad*, pero grande en una medida que ni él mismo había podido ni siquiera imaginar.”⁴¹

Pero, a finales de los años veinte, la formación de la *gran sociedad* está seriamente amenazada por la gran depresión y sus 13 millones de parados.

⁴¹ D. Bell, “Modernity and mass society: Diversity of cultural experience”, publicado en francés con el título de “*Les formes de l’expérience culturelle*”, *Communications*, 1963, núm. 2. [La versión en castellano de la presente cita está reproducida de “Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales”, en *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1974, p. 14.]

La comunicación como salida de la crisis

En 1933, el reelegido presidente F.D. Roosevelt inicia el *New Deal*: racionalización del Estado y poder ejecutivo reforzado, modernización y reglamentación de la economía, todo ello sustentado por la movilización cívica de los ciudadanos.

Por primera vez en las sociedades industriales, el Estado, en la búsqueda de una estrategia de *salida de la crisis*, llama en su auxilio a las *técnicas de comunicación*. La gestión de la opinión pública se convierte en un objeto habitual de estudios con miras operativas. Roosevelt nombra *agentes presidenciales* que recorren el país para explicar, dictar conferencias, y tomar el pulso del consenso. Se instruye a cerca de millón y medio de propagandistas que ostentan su nueva insignia simbólica del *águila azul*. En septiembre de 1933, más de 250 000 de estos militantes desfilan en Nueva York, escoltados por 200 orquestas. La información sobre el comportamiento de los electores, sobre sus actitudes frente a tal política o tal problema social se convierte en un ingrediente del arte de gobernar.

La noción misma de *actitud*, introducida en las ciencias sociales en 1918 por W.I. Thomas y F. Znaniecki, autores de un libro muy orientador sobre el *campesino polaco en Europa y en Estados Unidos*, y elaborada por la psicología experimental alemana, se aquilata.⁴² A la definición pionera de los dos investigadores norteamericanos (*un estado de ánimo individual respecto de un valor*) que, dicho sea de paso, reconocen la deuda que tienen contraída con Gabriel Tarde, el psicólogo Gordon W. Allport añade, en 1935: "Un estado mental y neurológico de diligencia, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directa y dinámica sobre la respuesta del individuo respecto de todos los objetos o situaciones con los que está relacionado."⁴³ La sociología estadounidense empieza a estructurarse.

Entre 1924 y 1932, Elton Mayo se había consagrado a una serie de estudios sobre el comportamiento del personal obrero, en gran parte femenino, de los talleres de la Western Electric. Este estudio de una psicología social en ciernes, estimulada por la demanda de las empre-

⁴² W.I. Thomas y F. Znaniecki, *The Polish peasant in Europe and America*, Chicago, The University of Chicago Press, 1918-1921, 5 volúmenes.

⁴³ G.W. Allport, "Attitudes", en *Handbook of psychology*, bajo la dirección de C. Murchison, Worcester, Mass., Clark University Press, 1965. Del mismo autor, en colaboración con L. Postman, *The psychology of rumor*, Nueva York, H. Holt & Co., 1947.

sas industriales, había dado origen a una obra: *The human problems of an industrial civilization* (1933).⁴⁴ En ella, Mayo describe la importancia de los grupos elementales que se forman en las organizaciones industriales. La investigación-intervención en un lugar de trabajo deja de interesarse por la medición de los efectos de variables aisladas y de limitarse a una “experiencia controlada” para sustituirla por la observación de una situación social, entendida y descrita como “un sistema de elementos interdependientes”. Al indagar acerca de las “funciones latentes” de las prácticas habituales entre los obreros, de las agrupaciones espontáneas, de los juegos organizados por los directivos, esta psicología social embrionaria de la empresa procurará satisfacer mejor las necesidades de los recursos humanos y lograr la adhesión del obrero a los objetivos de la firma, para integrarlo mejor en ella, mediante el periódico de empresa, buzón de sugerencias, servicios sociales, formación profesional, sistema de remuneración, etc.

En 1937, se publica la obra fundamental de Talcott Parsons, *The structure of social action*, planteada como un intento de crear una ciencia social unificada sobre la base de un funcionalismo empírico.⁴⁵ El empirismo recortaba el objeto de estudio y lo desglosaba en una serie de elementos autónomos; el funcionalismo propone una visión del “sistema social global”, e insiste en la interdependencia de todos los elementos del sistema. En el centro de esta visión de la sociedad, se encuentran los conceptos de estabilidad, equilibrio y coherencia. El funcionalismo concibe el cuerpo social, como si estuviese constituido de tal modo que garantiza su *supervivencia*, a pesar de todas las fuerzas centrífugas que podrían desembocar en su desintegración. Cada parte, cada componente del sistema social, juega un papel específico, con el fin de preservar el equilibrio general y la estabilidad del sistema, en su conjunto. Al calibrar cada fenómeno desde el punto de vista de la contribución al mantenimiento del equilibrio del sistema social, este axioma, que erige leyes funcionales en leyes universales, postula un modo determinado de organización de la sociedad como el marco natural del análisis, como su horizonte último. Así es cómo una contradicción social jamás podrá ser reconocida como tal, anunciando la aparición de otro sistema. Será definida como una “disfunción” que pone en peligro el equilibrio del sistema.

⁴⁴ E. Mayo, *The human problems of an industrial civilization*, Nueva York, Macmillan, 1933.

⁴⁵ T. Parsons, *The structure of social action*, *op. cit.*

La sociología se convierte así en una tecnología social. Para curarse en salud, establece una escala de valores que define lo que es el funcionamiento más o menos armonioso de las instituciones sociales. Su objeto de estudio, a fin de cuentas, es el de circunscribir los factores de desequilibrio con el fin de controlarlos mejor. Así se explica por qué, en el futuro, esta sociología funcionalista estará tantas veces en el primer plano de las acciones terapéuticas, intentando detener el desarrollo de las bolsas de disenso social. Esto ocurrirá, sobre todo, en los años sesenta, en un momento en el que la investigación estará cada vez más en manos de la alianza Universidades-Estado. También es el momento en el que los principios del primer funcionalismo parsoniano —el de antes de la guerra— adquieren, con investigadores como Charles Wright y Robert K. Merton, su fisonomía propia dentro de la sociología estadounidense de la comunicación de masas.⁴⁶ Primer funcionalismo porque, en los años sesenta, Parsons, siempre obsesionado, cieramente, por el problema hobbesiano del orden social, se alejaba del modelo teórico del organismo vivo para aproximarse al proporcionado por la cibernética y asimilaba la sociedad a un sistema autorregulado.⁴⁷ Al integrar en su marco teórico conceptos dispersos tales como motivaciones, orientaciones normativas de las acciones, interacción, sistemas de expectativas de los actores, modalidades de agregación y de institucionalización de las acciones y de las interacciones, el paradigma parsoniano de la sociología de la acción y de la autorregulación sistémica, ponía de manifiesto que ya no se podía hablar tan simplemente de lo social, “considerarlo como una suerte de prolongación lineal de lo individual o, a la inversa, como una matriz simple de lo individual”.⁴⁸ Esta complejidad de lo social se le escapará, pues, a la sociología de la comunicación de masas de los años sesenta, deslumbrada como estará por un optimismo desmesurado respecto de su misión administrativa. La evolución del pensamiento parsoniano hacia la pluridisciplinariedad, en contacto con el psicoanálisis, la antropología cultural, la economía, etc., contrasta con el monocultivo

⁴⁶ Ch. Wright, *Mass communication. A sociological perspective*, Nueva York, Random House, 1959; R.K. Merton, *Social theory and social structure*, op. cit.

⁴⁷ T. Parsons, *Sociological theory and modern society*, Glencoe, Ill, The Free Press, 1962 [ed. esp.: *Estructura y proceso de las sociedades modernas*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1966, trad. D. Garzón Garzón].

⁴⁸ J.M. Vincent, “La sociologie en contrepoint”, *L’Homme et la Société*, 1990, núm. 3, p. 47.

disciplinar que orienta la mayoría de los estudios relacionados con la sociología de la comunicación de masas empírica.

A mediados de los años treinta, hacen su aparición los sondeos de opinión con George Gallup, antiguo profesor de la Universidad de Iowa, que logra prever la reelección de Roosevelt en 1936. Se publican los primeros barómetros sobre el estado de las opiniones de la población, mientras que las primeras investigaciones sobre las audiencias de las nuevas redes radiofónicas comienzan a estimular el interés por lo que ocurre realmente del lado de los receptores, es decir de la opinión. En 1939, la firma Nielsen experimenta la primera medición mecánica —el *Audimeter*— puesta a punto en colaboración con el MIT (Massachusetts Institute of Technology). Su puesta en marcha tendrá lugar en 1942, año de la aparición del Nielsen Radio Index. El Nielsen Television Index será inaugurado en 1950. (A título de comparación internacional, fue en 1938 cuando el psicólogo social Jean Stoetzel importó los sondeos en Francia y fundó el Institut Français de l'Opinion Publique —IFOP—. Durante el verano de 1939, creó la revista *Sondages*. El instituto y la revista renacerán después de la Liberación. Sin embargo, habrá que esperar a las grandes batallas electorales de la República gaullista —1962 y, sobre todo, 1965— para que la técnica salga de la semi-clandestinidad. La primera encuesta en profundidad sobre el público de la televisión no tiene lugar hasta 1964, año en que el Office de la Radio-Télévision Française —ORTF— empieza a constituir un panel permanente de oyentes).

En 1937 se funda la revista *The Public Opinion Quarterly*, editada por la School of Public Affairs de la Universidad de Princeton, órgano de expresión de la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) y la más antigua de las revistas en investigación sobre comunicaciones de masas. En su consejo editorial figura, entre otros, Harold Lasswell. Son numerosos los colaboradores de la revista que participan estrechamente en la nueva política de gestión de la opinión que acompaña al gobierno *New Deal*. Revista testigo de su época, todos los temas anteriores estructuran el contenido de los números publicados entre 1937 y 1941. A medida que Estados Unidos rompe con el aislacionismo y se acerca la segunda guerra mundial, el tema de la política internacional atrae cada vez más la atención. Y por esta razón, se multiplican los estudios sobre la propaganda alemana.

En 1938, se funda en Nueva York la primera organización internacional de defensa de los intereses profesionales en el sector de la publicidad, la futura International Advertising Association (IAA). Su

objetivo consiste en “hacer que progrese el nivel general del *marketing* en todos los mercados del mundo; elevar en todas partes los estándares, las prácticas y los conceptos éticos de los anunciantes, de las agencias y de los medios. Fomentar el cumplimiento del *Código Internacional de Prácticas Publicitarias*”. Un año antes, la Cámara Internacional de Comercio, fundada al final de la primera guerra mundial, había promulgado, precisamente, este primer código ético de la profesión. Este código se había convertido en la principal referencia para la elaboración de los códigos de conducta en los distintos países. La idea de la necesidad que la profesión tenía de oponer el principio de autocontrol a los intentos de reglamentación y control públicos se había ido abriendo camino. En Gran Bretaña, este debate ya se remontaba al final del siglo XIX. En Estados Unidos, la cuestión del autocontrol, estrechamente vinculada a la construcción del profesionalismo, fue especialmente discutida en los años diez, primero en las asociaciones locales y luego en el seno de The Four A's (American Association of Advertising Agencies, originariamente Associated Advertising Clubs of America) fundada en 1917. De hecho, el primer contacto oficial internacional entre organismos representativos de la profesión había tenido lugar en relación con estos códigos de ética profesional. Era en 1924, con motivo de la exposición universal del imperio, en Londres, donde se habían reunido *The Four A's* y los publicitarios británicos en vísperas de formar su Advertising Association (AA).⁴⁹

Pero sólo la guerra sacará a Estados Unidos de la crisis. En 1940, el 15 por ciento de la población activa, o sea, más de 8 millones de trabajadores, sigue estando en el paro. Entre 1940 y 1945, la fuerza de trabajo pasará de 47 millones a 55 millones, y más de 6 millones encontrarán un empleo en las industrias de la defensa. El producto nacional bruto crecerá más del doble.⁵⁰

Contra el síndrome marciano

De una forma o de otra, las concepciones manipuladoras de los medios han dejado su impronta en los debates y en los temas relativos

⁴⁹ Véase Q.J. Schultze, “Professionalism in advertising: The origin of ethical code”, *Journal of Communication*, primavera, 1981, vol. 31, núm. 2; E. Clarke, *The want-makers*, Londres, Hodder & Stoughton, 1989.

⁵⁰ F. Morris, *et al.*, *A history of the people America*, Nueva York, Rand McNally, 1971.

a los medios durante el periodo de entreguerras. Y el famoso episodio de *La invasión de los marcianos*, puede ser interpretado, de algún modo, como una parábola.

En la noche del 30 de octubre de 1938, millares de estadounidenses fueron aterrorizados por una emisión de radio de la CBS que describía la invasión de los marcianos. Su artífice era Orson Welles que escenificaba *La guerra de los mundos*, la novela fantástica de H.G. Wells. El sociólogo Hadley Cantril, a quien se debe un análisis sobre el impacto de este programa, resume así el estado de *shock* de los oyentes: "Mucho antes de terminar el programa, en todo Estados Unidos había personas rezando, llorando y huyendo frenéticamente para no encontrar la muerte a manos de los marcianos. Algunos corrieron en busca de seres queridos. Otros telefonaron para despedirse o alertar a los amigos, corrieron a informar a sus vecinos, buscaron información en las redacciones de los periódicos y las emisoras de radio, o avisaron a las ambulancias y coches-patrulla de la policía. Por lo menos, seis millones de personas oyeron la emisión, y, como mínimo, un millón de ellas se asustaron o inquietaron."⁵¹ El acontecimiento creado por Welles permitía, por primera vez, hacer un *test*, de tamaño natural, sobre las condiciones de sugestibilidad, del recíproco contagio durante el pánico. La conclusión que Cantril sacaba de sus entrevistas con las personas afectadas por la emisión era que el mejor medio para prevenir el pánico seguía siendo la educación. En el plano de las representaciones sociales, estas escenas de emoción inaudita, que se traducían en actos irreflexivos e incitaciones gregarias, no fueron las últimas en fundamentar la idea de la omnipotencia de la nueva técnica de comunicación a través de las ondas.

¿Acaso existen —en este horizonte mental dominado por las preocupaciones acerca de los efectos psicológicos de estos estados sociales— portillos conceptuales que den acceso a otros análisis que no sean los que se insertan en una concepción del receptor como individuo *sugestionable*, como sujeto expuesto a la persuasión o a la enajenación? Sí y no. No, si nos atenemos a una estricta definición de la sociología de los medios. Sí, si se intentan otras búsquedas, es decir, del lado de

⁵¹ H. Cantril *et al.*, *The invasion from Mars*, Princeton, Princeton University Press, 1940. [La versión castellana de la presente cita está reproducida de "La invasión desde Marte", en *Sociología de la comunicación de masas* (Miquel de Moragas ed.), Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GGMassMedia, 1979, p. 192.]

los interrogantes de la filosofía política sobre la relación de lo *popular* con sus audiencias.

Aquí es donde se sitúa el marxista italiano Antonio Gramsci (1891-1937), cuya aportación no será valorada realmente hasta mucho después de su muerte. De hecho, habrá que esperar hasta finales de los años setenta, cuando se agrave la crisis de los enfoques estructuralistas de la ideología, la cultura y los medios.

Marx y Engels habían denunciado la función enajenante de los folletines populares. Gramsci, haciéndose eco de numerosos análisis sobre la novela por entregas que aparecieron a principios de los años treinta en revistas francesas e italianas, intenta comprender cómo la actividad, cada vez más *taylorizada* y disciplinada de la existencia cotidiana ha creado la necesidad de la fantasía y del ensueño, la necesidad de la *ilusión*, de *soñar despierto*. “Es necesario analizar, escribe, qué *ilusión particular* da al pueblo la novela de folletín, y cómo esta ilusión cambia según periodos histórico-políticos.”⁵² Porque, añade, esta literatura para el pueblo también contiene “un fondo de aspiraciones democráticas”. Ante el éxito de los folletines extranjeros en los periódicos italianos de su época, la pregunta que se hace es la siguiente: ¿Por qué “se puede afirmar que los lectores del folletín se interesan y se apasionan por sus autores con mucha mayor sinceridad y más vivo fervor humano que el interés que despiertan en los saloncitos llamados cultos, las novelas de D’Annunzio o las obras de Pirandello”?⁵³ Y como correlato: ¿Por qué Italia, a la inversa de Francia, no ha producido este tipo de literatura destinada al pueblo, y por qué esa situación de dependencia en este ámbito, respecto de la producción extranjera? Cuestiones todas ellas que no adquirirán su legitimidad académica y política hasta la rehabilitación del receptor como sujeto activo del proceso de comunicación que sellará el destino de las teorías manipuladoras.

Pero el interés del filósofo italiano residía también, y al mismo tiempo, en otra parte. Las preguntas que formula acerca del folletín popular no adquieren su auténtico sentido sino a partir de otra: la

⁵² A. Gramsci, *Letteratura e vita nazionali*, Roma, Riuniti, 1977, parte III. [La versión castellana de la presente cita ha sido reproducida de *Literatura y vida nacional*, Juan Pablos Editor, México, 1976, p. 141.]

⁵³ A. Gramsci, “National-popular literature, the popular novel, and observations on folklore”, en *Communication and Class Struggle*, vol. 2, op. cit., p. 73. [La cita en castellano está reproducida de *Literatura y vida nacional*, op. cit., pp. 124-125.]

relación de los intelectuales con el pueblo, el papel de éstos en la producción del consenso, de la voluntad general. A fin de cuentas, plantea el problema de las *mediaciones*. Frente al esquematismo de las reparticiones binarias, opone la compleja trama de los sistemas de alianza (y de negociaciones) en el establecimiento de la voluntad general, ese proceso de construcción de la hegemonía, es decir, la obra de dirección política, moral y cultural de un grupo social —un bloque histórico— que penetra en el meollo del cuerpo social, influyendo en su manera de vivir, su mentalidad, actitudes y comportamientos prácticos. Como telón de fondo, una gran preocupación: “Por esto —escribe— hay que combatir el economicismo no sólo en la teoría de la historiografía sino también, y especialmente, en la teoría y en la práctica políticas. En este terreno, la lucha puede y debe llevarse desarrollando el concepto de hegemonía.”⁵⁴ Se trataba aquí de una importante propuesta conceptual y política que se pronunciaba de forma categórica sobre las concepciones que, en esa época, predominaban en el seno del movimiento obrero internacional, propenso a no ver las estrategias de cambio social más que a través de las luchas de reivindicación económica. A través del concepto de hegemonía, el marxista italiano señalaba que no bastaba con apoderarse del Estado y cambiar la estructura económica para transformar el orden antiguo; que en las sociedades democráticas, la *cultura* era un campo donde el consenso se construía a diario y que los *intelectuales*, mediadores modernos, jugaban un papel esencial en esa construcción. De hecho, estas perspectivas de análisis no inspirarán nuevos enfoques críticos sobre la relación cultura/medios/intelectuales hasta mucho más tarde. Concretamente, hasta finales de los años setenta, cuando el peso de los medios y de la cultura industrializada en la producción del consenso sea tal que fuerce a los intelectuales tradicionales a replantear su relación con estos dispositivos de la cultura de masas, percibidos como verdaderos *nuevos intelectuales orgánicos*.

El combate contra el economicismo implicaba también un nuevo enfoque de la empresa. En el caso de Gramsci, la aparición de la

⁵⁴ A. Gramsci, *Quaderni del carcere*, Turín, Einaudi, 1975, Quaderni núm. 13, 18. [La versión en castellano de la cita está reproducida de “Algunos aspectos teóricos y prácticos del economicismo”, en *Política y sociedad* (trad. de J. Solé-Tura), Barcelona, Ediciones Península, 1977, p. 109. Los *Cuadernos de la cárcel* han sido publicados (4 tomos) en español por Editorial Era, de México, entre 1981 y 1986, en versión de Ana Ma. Palos].

necesidad de soñar despierto es, en efecto, paralela a la instauración de la organización científica del trabajo (taylorismo) y de la racionalización en la producción (fordismo). Por esta razón, la fábrica es, también, un lugar en el que se forma la hegemonía. Por lo demás es uno de los pivotes de su recelo frente a la relación entre Estados Unidos y Europa. Sopesando las oportunidades que el modelo fordista tiene de introducirse en las fábricas europeas, Gramsci muestra cómo la implantación de los nuevos métodos de producción remite a cambios sociales que rebasan las cuatro paredes de la fábrica (tipo de Estado, relación entre los sexos, ética, etcétera).⁵⁵

Estados Unidos, en efecto, se estaba convirtiendo en el polo de referencia y eran muchos los intelectuales que tomaban posición en torno a esta cuestión del (*norte*)americanismo. Luigi Pirandello, arduo defensor de la idea de *creación* y de *creador*, premio Nobel en 1934, llegaba a escribir: "El americanismo nos sumerge. Creo que un nuevo faro de civilización se ha encendido allí. El dinero que circula en el mundo es americano y detrás del dinero corre el mundo de la vida y la cultura."⁵⁶

Los interrogantes sobre la influencia de los modelos culturales difundidos por Estados Unidos no eran, en aquellos años, el coto exclusivo de la vieja Europa. Así, por ejemplo, el peruano José Carlos Mariátegui dedicaba un estudio a la génesis de la *instrucción pública* en su país y se preguntaba acerca de la inadecuación del dispositivo educativo respecto de las necesidades nacionales. Estudio de gran interés toda vez que Mariátegui no sólo analizaba el proceso de adopción de los *métodos norteamericanos*, a partir de la reforma educativa de 1920, sino que también describía la historia del largo periodo anterior, iniciado en 1831, durante el cual las ideas de los pedagogos y pensadores franceses habían influido profundamente en los gobernantes.⁵⁷

Las reflexiones sobre la *cultura del fordismo*, hechas por A. Gramsci,

⁵⁵ A. Gramsci, "Americanismo e Fordismo", *Note sul Machiavelli sulla politica e sullo stato moderno*, Roma, Riuniti, 1977 [ed. esp.: *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el estado moderno*, México, Juan Pablos, 1975].

⁵⁶ L. Pirandello entrevistado por C. Alvaro, *L'Italia Letteraria*, 14 de abril de 1929. Anotación de A. Gramsci en *ibid.*, parte III. [La versión castellana de la cita está reproducida de "Americanismo y fordismo", en *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado moderno*, México, Juan Pablos Editor, 1975, p. 315].

⁵⁷ J.C. Mariátegui, *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*, Lima, Imprenta Amauta, 1928.

desde la cárcel donde lo había encerrado el fascismo mussoliniano, se pronunciaban terminantemente sobre la visión culturalista de la mayoría de los intelectuales europeos contemporáneos. Era, en efecto, la hora de las Casandras. Y los discursos llevaban buena marcha, a propósito del *final de la cultura* y de la *decadencia de Occidente* —título de la obra del historiador y filósofo alemán Oswald Spengler (1880-1936), publicada a principios de los años veinte—, sucumbiendo ante los asaltos de la civilización de la técnica. Desde su madrileña *Revista de Occidente*, el filósofo español José Ortega y Gasset (1883-1955), autor de *La rebelión de las masas*, se sublevaba, ya en 1926, contra la cultura exportada por una Norteamérica sometida, únicamente, a las leyes de la producción-distribución masiva y de la tecnología. Una seudocultura que, a su modo de ver, se oponía de forma irremediable a la alta cultura de las Luces de la que el viejo continente era la cuna y el garante. Para empezar, le negaba a Estados Unidos la capacidad de “sucederle a Europa en el mando del mundo”, la posibilidad de colmar “el vacío de hegemonía en un mundo que ha perdido las referencias de la universalidad”.⁵⁸

La segunda guerra mundial se encargará de darle la réplica, al consagrar el advenimiento de la hegemonía de Estados Unidos en los modos de representación de la universalidad, o, cuando menos, de una cierta universalidad.

⁵⁸ J. Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, Madrid, Revista de Occidente/ Alianza Editorial, ed. 1983, pp. 192-193. Véase también: R. Aron y A. Dandieu, *Le cancer américain*, París, Éditions Rieder, 1931; A. Siegfried, *La crise de l'Europe*, París, Calman-Levy, 1935.

4. EL CHOQUE DE LAS IDEOLOGÍAS

Internacionalización de las ondas

“El papel de barrera que desempeña la artillería en la preparación del ataque de la infantería será asumido en el futuro por la propaganda revolucionaria. Se trata de destrozarse psicológicamente al enemigo antes de que los ejércitos empiecen a entrar en acción.”

Esta afirmación figura en *Mein Kampf*. En el transcurso de la segunda guerra, sirvió a menudo de exordio a los trabajos de los estrategas que se esforzaban en vencer las reticencias de los estados mayores con respecto al componente psicológico de la guerra moderna. Bien es cierto, no obstante, que la Alemania nazi se había preparado para el enfrentamiento con una concepción radicalmente distinta de la de la Gran Guerra. Es de lo que tomaron conciencia, en 1938, los especialistas de la geopolítica.¹

Ese mismo año, Washington encargaba a seis compañías privadas —entre las que figuraban las grandes redes NBC y CBS— la producción de programas de radio con vistas a su transmisión hacia el extranjero. Y prioritariamente para América Latina. Las autoridades estadounidenses salían, por fin, de la inercia en la que les había sumido, a la vez, su política aislacionista y un régimen de radiodifusión en manos del sector privado, cuya principal preocupación —como en numerosos países sometidos a ese estatuto jurídico— distaba mucho de ser la cobertura internacional. El retraso por colmar era considerable. De hecho, hasta febrero de 1942, el gobierno, en pie de guerra, no tomará el relevo de las seis compañías privadas movilizadas cuatro años antes, con la creación de una radio gubernamental *Voice of America* (*La voz de América*).

Las futuras potencias del eje se habían adelantado con creces. Nada más llegar al poder, en 1933, el partido nacional-socialista inauguraba emisiones en onda corta, en inglés y en alemán, con destino a Estados Unidos. Dos años más tarde, el fascismo italiano lanzaba un servicio

¹ N.J. Spykman, *America's strategy*, *op. cit.*

en lengua árabe hacia África y el Cercano Oriente, obligando a los británicos a seguirles los pasos. Mientras que el Imperio japonés empezaba a emitir en inglés y en japonés hacia las islas Hawai y la costa del Pacífico de Estados Unidos, para luego, una vez desencadenada la guerra chino-japonesa, extender su radio de acción hacia la China del Norte y la India.

A partir de 1936, la guerra civil española ponía de relieve el lugar estratégico que el arma radiofónica estaba llamada a ocupar. La emisora de los ejércitos del general Franco multiplicaba desde Tetuán las emisiones en árabe intentando impedir que los moros se sumaran a las fuerzas republicanas. La radio de estas últimas emitía, en efecto, desde Valencia, en lengua árabe (también en francés, e incluso en ruso, para los combatientes de las Brigadas internacionales).

Los soviéticos, por su parte, habían sido pioneros en la internacionalización de las ondas. El Kremlin, en 1922, disponía de la estación emisora más potente del mundo. Fiel a la consigna de Lenin, este "periódico sin papel y sin fronteras" había iniciado, a partir de 1929, sus emisiones regulares en onda corta en alemán y en francés, y, al año siguiente, en inglés y en neerlandés.² Antes de que estallara el segundo conflicto mundial, la Unión Soviética emitía en más de diez lenguas y multitud de dialectos. Pero, en cuanto a potencia de emisión, había sido superada por la Alemania nazi. La fuerza de la radio soviética era la de las redes de su organización en escala mundial. Con motivo de su III Congreso, en 1921, la Internacional Comunista había emitido un documento programático, titulado *Tesis sobre la organización y la estructura de los partidos comunistas*, que, además de ratificar la concepción del partido como vanguardia del proletariado, regida por el principio del *centralismo democrático*, hacía extensivo a los partidos hermanos, el aprovechamiento de las experiencias que había tenido la organización soviética en materia de prensa y de trabajo de agitación, en la clandestinidad o en la legalidad. La creación del *Komintern* como estructura centralizada mundial pronto se revelará como un fantástico instrumento de *comunicación internacional*, mientras que los partidos servirán de relevos y de puntos de apoyo de la red. La primera radio instalada en Moscú en 1921 había sido bautizada, por cierto, como Radio Komintern.

² J. Hale, *Radio power propaganda and international broadcasting*, Londres, Elek Books, 1975. [ed. esp.: *La radio como arma política*, trad. Homero Alsina Thevenet, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. GG MassMedia, 1979].

Hasta 1938 la BBC —que estaba llamada a desempeñar un papel de catalizador en el combate contra Alemania— no creó un servicio en lengua alemana, al que seguirían otros en español y portugués para América Latina. Cuatro años más tarde, la estación británica emitía en dieciséis lenguas. En 1932, Londres había puesto en marcha emisiones regulares en inglés destinadas a su imperio (*Imperial Service*). Francia, por su parte, había lanzado, en 1931, una emisora colonial que fue sustituida, en 1938, por Paris-Mondial. Pero para esas fechas, sólo funcionaba uno de los seis emisores previstos en el proyecto inicial.³

En vísperas de la conflagración mundial, Alemania e Inglaterra contaban con más de 120 receptores por cada mil habitantes; Francia, con 77; e Italia no pasaba de 15. Estados Unidos se había distanciado: cerca de 200 receptores por cada mil habitantes. El subequipamiento de los ciudadanos soviéticos, en cambio, era indiscutible: 27 aparatos por cada mil habitantes. Subequipamiento que no lograba paliar la escucha colectiva del *receptor con hilo*, conectado con altavoces, promovido por las autoridades con la expresa finalidad de controlar mejor a sus audiencias.⁴

¿Qué ocurre, en aquellos años, con la organización entre estados de los sistemas de comunicación? En 1920, había tenido lugar en París una conferencia internacional de comunicaciones postales, ferroviarias, telegráficas, telefónicas y radiotelegráficas. Al año siguiente, el Comité técnico interaliado de radiocomunicaciones internacionales había preparado la futura conferencia de Washington (1927) en la que se decidió la fusión de la Unión Telegráfica Internacional (1865) con la Unión Radiotelegráfica Internacional (1906). En 1932, con ocasión de las conferencias organizadas en Madrid, esa fusión daba oficialmente origen a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (Después de la segunda guerra mundial, este organismo, cuya misión es la de reglamentar todos los aspectos de la radiocomunicación, se integrará, a semejanza de la Unión Postal Universal, en el sistema de las Naciones Unidas.)

Los estados se enfrentan, desde los orígenes de la radiodifusión, con un triple problema: el reparto del espectro de frecuencias; la amenaza de la *agresión exterior*; la organización de los intercambios de

³ A.J. Tudesq, *La radio en Afrique Noire*, París, Pédone, 1983.

⁴ P. Miquel, *Histoire de la radio et de la télévision*, París, Richelieu, 1973.

programas. En 1925, la comunidad internacional se dotó de una Unión Internacional de Radiodifusión (UIR), con sede en Ginebra. (Será una de las escasas instituciones internacionales establecidas en Suiza que seguirán funcionando durante el conflicto mundial, bajo la hegemonía alemana y con la ausencia de los representantes de las radios de países hostiles al Eje). UIR y UIT, de común acuerdo, garantizaron la regulación de las ondas hasta la víspera de la segunda guerra mundial. Numerosos congresos y comités internacionales, compuestos principalmente por juristas y diplomáticos, se preguntaron por la mejor forma de poner la radio al servicio de la paz. La Sociedad de Naciones (SDN), en 1931, había sufragado un informe sobre *todas las cuestiones internacionales que suscita el empleo de la radiodifusión desde el punto de vista de las buenas relaciones entre las naciones*. Este documento sirvió de base de discusión para el establecimiento de la Convención Internacional sobre el uso pacífico de la radiodifusión para la causa de la paz. Firmada en Ginebra, en 1936, por la mayoría de los países miembros de la SDN, constituía un verdadero pacto de no agresión radiofónica. Pero fuera de los hemiciclos de las asambleas representativas de las naciones, la realidad era ya más fuerte que las convenciones y los acuerdos. En 1934, el único recurso ideado por el gobierno Dolfuss para impedir en Austria todo tipo de escucha de las emisiones de propaganda nazi había sido la interferencia de las ondas. Era la primera vez en la historia que se utilizaba esta técnica para defenderse de este nuevo tipo de *agresión a la soberanía nacional*.

Una visión geopolítica del frente ideológico

Para el gobierno de Washington, el principal peligro del momento era la formación de una quinta columna en aquellos países en los que había residentes de origen alemán. De forma muy irónica, el III Reich intentó aplicar una doctrina lanzada unos años antes por el presidente norteamericano Calvin Coolidge, republicano, conservador y aislacionista, según la cual la soberanía nacional se extiende a los ciudadanos y a sus bienes, allá donde se encuentren. Aplicando este rasero, pues, la nación alemana comprendía, a la vez, a los súbditos del Reich (*Reichdeutsche*) y a aquellos ciudadanos de otros países que fueran descendientes de alemanes (*Volksdeutsche*).

A través de los enlaces de los servicios exteriores de la emisora en

onda corta situada en Zeesen, no lejos de Berlín, la propaganda pretendía, sobre todo, alcanzar las colonias alemanas instaladas en el extranjero (estimadas en 14 millones de personas). Para incitarlos a formar clubes y asociaciones, o incluso constituir minipartidos nacional-socialistas con un *gauleiter* local. Auténticas bolsas de subversión que, llegado el caso, preparaban la invasión mediante sabotajes, creaban confusión y difundían los ideales nazis. El peligro, si cabe, era aún más inminente para Estados Unidos que tenía que contar con la presencia de fuertes concentraciones de descendientes de alemanes en los países de América: 600 000 en Brasil, 150 000 en Argentina, una fuerte colonia en Chile, a la que se sumaba una larga tradición de vínculos entre el ejército prusiano y el ejército de tierra nacional, etc. Así pues, a partir de la amenaza que representaba este *frente cultural* abierto en América Latina por los nazis, el gobierno de Washington se vio obligado, por primera vez, a pensar una estrategia en el marco más amplio de sus objetivos geopolíticos. Se produciría una ráfaga de decisiones.

El presidente Roosevelt y su equipo movilizaron a los expertos en relaciones públicas para estudiar las mejores formas de acercamiento a los países latinoamericanos. El Departamento de Estado se dotó, en junio de 1938, de una división de relaciones culturales que, pese a esa denominación genérica, trabajó, casi exclusivamente con los países del subcontinente. La revista *Time* y el *Reader's Digest*, fueron enrolados para esta tarea. De esos años data la primera edición en lengua extranjera —en castellano— del *Reader's*. Hollywood hizo desaparecer de sus producciones, que invadían las pantallas latinoamericanas, a aquellos personajes que corrían el riesgo de herir las susceptibilidades de los habitantes de las distintas repúblicas.⁵ Walt Disney fue nombrado *embajador de buena voluntad* y sus estudios de dibujos animados en California se apropiaron de figuras populares de México, de Brasil y de los países andinos. De esta política de buena vecindad saldrán, concretamente, películas como *Saludos Amigos* y, más tarde, *Los tres caballeros* y numerosos episodios de tiras de *comics*.⁶ Los clubes Rotary y Lions pusieron sus redes al servicio de este acercamiento entre los pueblos. Dentro de este mismo contexto, el gobierno llamó en su ayuda a los radiodifusores privados que propusieron a sus patrocina-

⁵ A.L. Woll, "Hollywood's good neighbor policy; The Latin image in American film, 1939-1946", *Journal of Popular Film*, 1974, vol. III, núm. 4.

⁶ R. Schickel, *The Disney version. The life, times, art and commerce of Walt Disney*, Nueva York, Discus Books/Avon, 1969.

dores habituales la financiación de programas en castellano o en portugués, como las *charlas junto al fuego* del presidente de Estados Unidos.

Las inversiones tampoco quedaron en el olvido. La primera guerra mundial había iniciado la era de la hegemonía financiera de Estados Unidos que, poseedor de la mitad de la reserva mundial de oro, había empezado a convertirse en exportadores masivos de capitales. Entre 1919 y 1930, su participación en la inversión exterior había pasado del 6.3 por ciento al 35 por ciento.⁷ Región ya favorecida por los inversores, América Latina se convertirá, durante el mandato de Roosevelt, en la tierra de elección de las firmas estadounidenses. Esta preferencia durará cerca de veinte años, toda vez que el centro de gravedad de las inversiones directas de Estados Unidos en el extranjero no se desplazará hacia Europa hasta los años cincuenta.⁸

Y se echó mano de los viejos tratados. Una doctrina elaborada por el presidente Monroe en 1823 reconocía la necesidad de impedir que cualquier potencia extracontinental pusiera el pie en América Latina, en nombre de la seguridad nacional de la nueva confederación. Hasta la víspera del segundo conflicto mundial, Estados Unidos no se acercó a sus vecinos para constituir un sistema multilateral de defensa. Con anterioridad, las fuerzas armadas estadounidenses habían dejado campo libre a sus futuros enemigos europeos, mientras que los ejércitos alemán e italiano mantenían relaciones privilegiadas con sus homólogos en numerosos países. Por lo que se refiere a Estados Unidos, sólo mantendrá relaciones permanentes con la marina del Brasil y con la del Perú, ¡a través de una misión naval sufragada, gracias a una excepcional autorización del Senado norteamericano, no ya por Washington, sino por el país anfitrión! La primera misión militar se instalará en Colombia en 1938. Sólo la zona del Caribe y del canal de Panamá sería incorporada, a principios del siglo XX, al *sistema de defensa norteamericano*.

A finales de los años treinta, la contraofensiva cultural de la Casa Blanca es, pues, concomitante de una estrategia militar: se desarrolla en el marco de una teoría geopolítica que asienta el concepto de "defensa hemisférica". En este sentido, este frente que los textos de los geopolíticos de la época denominan unas veces cultural y otras

⁷ P. Melandri, *Histoire des États Unis, depuis 1865*, París, Nathan, 1984.

⁸ C. Layton, *L'Europe et les investissements américains*, París, Gallimard, 1968.

ideológico, y hasta político, aun cuando ninguno logre imponerse a los restantes, y que hasta ayer ocupaba un lugar secundario en la diplomacia internacional, adquiere sus títulos de nobleza en el tablero de las relaciones de fuerzas mundiales. El frente de la cultura, de la información y de la ideología empieza a participar plenamente de las artes marciales y de las luchas por la conquista de una "posición hegemónica". Una expresión muy querida por el geopolítico norteamericano Nicolas Spykman, que la define como la resultante de una combinación entre el potencial militar de una nación y un conjunto de factores tales como "el tamaño del territorio, la naturaleza de las fronteras, el volumen de la población, la ausencia o la presencia de materias primas, el desarrollo económico y tecnológico, el poder financiero, la homogeneidad étnica, la integración social efectiva, la estabilidad política y el espíritu nacional".⁹

La guerra psicológica

En el transcurso del segundo conflicto mundial, el término *propaganda* fue progresivamente desplazado, en beneficio de la expresión *guerra psicológica*. La génesis: "La palabra, explicará H. Lasswell, poco después de la capitulación de las fuerzas del Eje, procede de Alemania donde ha adquirido su sentido, a medida que los vencidos de la primera guerra tomaron conciencia de las causas de su *colapso* [...] El éxito de la expresión *guerra psicológica* se explica por la importancia que, en parte, han adquirido los especialistas de la psicología en Alemania, en Estados Unidos y en los restantes países occidentales. Los psicólogos querían un lugar bajo el sol; es decir que estaban ansiosos por demostrar que sus herramientas podían utilizarse para la defensa nacional en tiempo de paz. Muy pronto durante la guerra, un grupo de norteamericanos tradujo al inglés algunos textos importantes de la literatura alemana con el fin de abrirles los ojos a los militares acerca de la utilidad de la psicología, no sólo para comprobar las aptitudes, o la propaganda, sino también para programar cada fase de la dirección de la guerra en condiciones modernas."¹⁰ El propio

⁹ N.J. Spykman, *op. cit.*, p. 33.

¹⁰ H.D. Lasswell, "Political and psychological warfare", en *Propaganda in war and crisis*, bajo la dirección de D. Lerner, Nueva York, George W. Stewart Publisher, 1950. Del mismo autor, *World revolutionary propaganda*, Nueva York, Alfred Knopf, 1939.

Lasswell había contribuido a esta popularización de las doctrinas sobre la propaganda al publicar, en 1939, una obra titulada *World revolutionary propaganda*.

La trayectoria del término tiene valor, sobre todo, en función del uso que le dieron los militares estadounidenses. Los británicos —la BBC se mostró particularmente eficaz en este tipo de operaciones— privilegiaron la expresión *guerra política*, nombre que tomó una de sus principales agencias, la que estaba encargada de la información destinada al extranjero (Political Warfare Executive).¹¹ Esta diferencia terminológica es secundaria. Al menos, ésta es la opinión de Ladislav Farago que ha contribuido ampliamente a implantar la noción de *guerra psicológica* en Estados Unidos, en el transcurso de las hostilidades y que consideraba que las dos expresiones eran sinónimas: “Ambos términos designan esta forma de operaciones de información (*Intelligence*) que recurren a las ideas para influir en las políticas. Se refieren a opiniones, y a comunicaciones con los otros. Es una persuasión organizada mediante recursos no violentos, en contraste con la guerra militar en la que la voluntad de vencer se ejerce sobre el vencido mediante la violencia o la intimidación.”¹²

Esta definición-denominador común no puede ocultar, evidentemente, las divergencias que fueron apareciendo, no sólo en materia de doctrinas, sino también en su ámbito de competencia; divergencias que la victoria sobre el nazismo no logrará enterrar. En este reino de las definiciones, si bien hay muchos términos, son pocos los sentidos disponibles. Los interminables debates acerca de la diferencia entre guerra psicológica e información, propaganda e información, persuasión y comunicación, terminan, generalmente, en empate. Así de frágil es el tabique que separa a una de otra, especialmente en tiempo de guerra. En este ámbito movedizo, una definición no es nada si no remite a los usos.

Desde este punto de vista, la segunda guerra mundial fue, sin duda, el primer laboratorio de tamaño natural de la moderna sociología de la comunicación de masas. No sólo los grandes nombres de la época,

¹¹ M. Balfour, *Propaganda in war 1939-1945*, *op. cit.*

¹² L. Farago, *War of wits: The anatomy of espionage and intelligence*, Funk & Wagnals, 1954, p. 323. Véase también, dirigido por el mismo autor, *German psychological warfare. A critical, annotated and comprehensive survey and bibliography*, Nueva York, G.P. Putnam's, 1941. Otro clásico es la obra de P.M.A. Linebarger, *Psychological warfare*, Washington DC., The Infantry Journal Press, 1948.

sino también los futuros grandes nombres, vinculados de cerca o de lejos al destino de la disciplina, participaron en ella poniéndose al servicio de la guerra psicológica: Leonard W. Doob, Carl I. Hovland, Alex Inkeles, Morris Janowitz, Joseph I. Klapper, Harold D. Lasswell, Daniel Lerner, Leo Lowenthal, Lucian W. Pye, Wilbur Schramm, etc. A esta lista se añadieron numerosos universitarios de todas las tendencias como el antropólogo Clyde K. Kluckhohn o el filósofo Herbert Marcuse. Todos trabajaron en las nuevas estructuras que fueron creadas en esa ocasión.

Estados Unidos entró en guerra el 7 de diciembre de 1941. En aquel momento no disponían para llevar a cabo su propaganda en el exterior sino de dos organismos: la CIAA (Office of the Coordinator of Inter-American Affairs) y el COI (Coordinator of Information). Fundada en 1940 y presidida por Nelson Rockefeller, la CIAA trabajaba en estrecha colaboración con el departamento de Estado, pero su misión oficial la confinaba en América Latina. Mientras que el COI, establecido en julio de 1941, estaba encargado de dar cobertura al resto del mundo. En junio de 1942, el COI le cede el sitio a la OWI (Office of War Information) y a la OSS (Office of Strategic Services), sin que queden claramente definidas las competencias de cada una de estas agencias. Las tres armas, por su parte, disponían de sus propios servicios. Hasta marzo de 1943, la Casa Blanca no precisó con claridad los cometidos de la OWI: orientar la información extranjera y las operaciones de propaganda no disfrazada (*overt propaganda*), mientras que la OSS se encargaba más concretamente de las operaciones clandestinas (*covert propaganda*). Fue en el seno de la OWI o de la OSS donde trabajaron, preferentemente, sociólogos y psicólogos. Muchos coincidieron como asesores de la red de radiodifusión de *Voice of America*.

El Estado de seguridad nacional

En la inmediata posguerra, apareció una multitud de textos que sacaban las consecuencias de las respectivas experiencias. Así, en un libro apasionante, el antropólogo C. Kluckhohn, contó cómo se había echado mano de la antropología para construir una estrategia coherente de guerra psicológica contra el Japón imperial. Una estrategia que, a la vez que socava la moral de las tropas, preserva una cierta continuidad dentro de la organización social con el fin de velar por

una transición cultural.¹³ Edward A. Shils y Morris Janowitz publicaron un prototipo de investigación sobre el impacto de la propaganda de los Aliados en la eficacia combativa del ejército alemán. Su originalidad consistió en interesarse por el estudio de la estructura social en la que se recibían los mensajes. Contrariamente a una idea comúnmente admitida, que hacía de la propaganda una panacea, mostraron que la propaganda no facilita la desintegración hasta que los propios grupos primarios (especialmente el grupo de amigos) empiezan a disgregarse. Fue por tanto la fundamental indiferencia de las tropas hacia los millones de impresos y las emisiones radiofónicas de los Aliados, lo que les llevó a examinar la organización militar básica y su relación con el sistema de los grupos primarios.¹⁴

El sociólogo John Riley y el psicólogo Leonard Cottrell hicieron balance de las investigaciones y sacaron una lista de recomendaciones que iban a contracorriente de las teorías en vigor antes de la guerra. "Los modelos de interacción deben reemplazar a los conceptos convencionales estímulo-respuesta si queremos comprender el fenómeno de la comunicación y utilizar estos conocimientos en la guerra psicológica."¹⁵ Conclusiones que no eran compartidas por Carl Hovland y su equipo de psicología experimental de Yale quienes, durante la guerra, habían evaluado los efectos de películas, que ilustraban las causas y los fines del conflicto, en soldados estadounidenses en el Pacífico y en el frente europeo, tomando, de hecho, como base, ese famoso esquema criticado por los autores precedentes. El psicólogo de Yale había llegado, incluso, a obtener un modelo: el modelo psicodinámico de la persuasión. El mensaje persuasivo, según él, era aquél cuyas propiedades son capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo y de inducirle a realizar actos deseados por el emisor. De ahí saldrá un verdadero *breviario* de la persuasión.¹⁶

Las opiniones acerca del impacto del alistamiento en el desarrollo

¹³ C. Kluckhohn, *Mirror for man*, Nueva York, Mc Graw-Hill, 1949.

¹⁴ E.A. Shils y M. Janowitz, "Cohesion and disintegration in the Wehrmacht in the World War II", *Public Opinion Quarterly*, 1948, vol. 12. Véase también un clásico sobre las organizaciones formales: S.A. Stouffer *et al.* (bajo la dirección de), *The American soldier. Studies in social psychology in World War II*, Princeton, Princeton University Press, 1949.

¹⁵ J.W. Riley y L.S. Cottrell, "Research for psychological warfare", *Public Opinion Quarterly*, 1957, vol. 21.

¹⁶ C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine y F.D. Sheffield, *Experiments on mass communication*, Princeton, Princeton University Press, 1949.

de la ciencia social estaban, en efecto, muy divididas. Una de las más severas era la de Paul Lazarsfeld: "Durante la segunda guerra mundial, la mayoría de los organismos gubernamentales hizo un extenso uso de la investigación realizada en Estados Unidos. Y esto trajo consigo una multiplicación de los estudios tradicionales, más que una investigación de nuevos problemas y de nuevos métodos, dentro de una suerte de congelación del nivel anterior a la guerra. Al mismo tiempo, inició sus actividades la investigación sobre la comunicación internacional. El interés por la propaganda en onda corta, y más concretamente por la que fue difundida por el bando alemán, estimuló a la mayoría de los primeros escritos y experimentaciones."¹⁷

Pero la mayoría de los balances no volvían a hablar gratuitamente del pasado. En el horizonte aguardaba otra guerra, la que iba a enfrentar durante más de cuarenta años al Este con el Oeste. Y muchos se *reengancharon* con su equipaje de conocimientos. Al servicio del mundo libre. Así es como, el propio Riley, publicaba junto con Wilbur Schramm, antiguos colaboradores, ambos, de la OWI, en 1951, *The reds take a city: The communist occupation of Seoul, with eyewitness accounts*. La pauta estaba marcada.

En 1947, tres años antes de que estallara la guerra de Corea, la OSS se había metamorfoseado en CIA (Central Intelligence Agency) y, en 1948, la OWI le había dejado el sitio a la Office of International Information. La diligencia con que se dismanteló la OWI fue, a juicio de William Dizard, uno de los futuros altos consejeros de la información gubernamental en los primeros años setenta, "más que indecente". Ciertos funcionarios, en efecto, veían con malos ojos este organismo trufado, según ellos, de partidarios de Roosevelt y, también, de comunistas infiltrados gracias a la lucha antifascista. Durante los años cincuenta, en la época de la "caza de brujas", el organismo de la propaganda exterior del gobierno, convertido ya en USIA (US Information Agency), llegó incluso a ser objeto de cuatro investigaciones por parte de la comisión senatorial presidida por McCarthy. Se procedió a una purga y numerosos libros sospechosos fueron enviados a la hoguera.¹⁸

La disposición por la que se creaba la CIA llevaba por nombre National Security Act. Legitimaba las instituciones del tiempo de

¹⁷ P.F. Lazarsfeld, "The prognosis for international communication research", *Public Opinion Quarterly*, 1953, vol. 16.

¹⁸ W. Dizard, *The strategy of truth*, Washington, 1961.

guerra e instauraba sus prioridades como las del estado de paz. Pero, sobre todo, proporcionaba el marco legal para mantener la movilización excepcional de la guerra, impidiendo así una desmovilización que entrañaba el riesgo de que se reanudaran las crisis de los años treinta. La inmediata posguerra, en efecto, había precipitado el país a una severa crisis de reconversión. El plan Marshall —así como la guerra de Corea— significará la recuperación. El paro pasará del 6 al 3 por ciento y la tasa de crecimiento se situará en torno al 11 por ciento en 1950. A juicio de los analistas que se han ocupado de la relación conflicto militar-salud de la economía norteamericana, el rendimiento de la inversión *guerra de Corea* no pudo ser más provechoso. Según ironiza uno de ellos: “Los norteamericanos empiezan a soñar con un sistema que mantenga un alto nivel de gastos militares, con independencia, si cabe, de la guerra.”¹⁹ En todo caso, una cosa es cierta: el relanzamiento del sistema económico fue mundial y prosiguió durante los *treinta años gloriosos*, en los cuales se produjo un crecimiento exponencial.

La National Security Act, sellaba la alianza permanente de la industria y del Estado en pie de guerra. Alianza sin la cual el formidable auge de las industrias aeroespaciales y electrónicas de la comunicación jamás podría haberse producido. Al presentar la ley ante el Senado, el secretario de la Navy la resumía así: “Permite la coordinación de las tres ramas de las fuerzas armadas y, lo que me parece aún más importante, la articulación entre política extranjera y política nacional, la integración de nuestra economía civil con las obligaciones militares; permite avanzar continuamente en el ámbito de la investigación y de la ciencia aplicada.”²⁰ Se sientan así las bases de la sinergia de las empresas privadas-Pentágono, producción industrial-investigación militar, investigación universitaria y necesidades de la seguridad nacional. Una sinergia que había dado pruebas fehacientes durante la segunda guerra mundial. Así fue, en efecto, cómo nació, antes de la llegada del ordenador, la última gran calculadora ENIAC (Electronic Numerical Integrator, Analyzer and Calculator). El ENIAC fue construido —con mucho sigilo— por los profesores Eckert y Mauchly y sus colaboradores en la Universidad de Pennsylvania para los Laboratorios de investigación balística del cuerpo de artillería del ejército norteamericano.

¹⁹ C. Moisy, *L'Amérique sous les armes*, París, Le Seuil, 1971.

²⁰ L.S. Rodberg y D. Shearer, bajo la dirección de, *The Pentagon watchers*, Nueva York, Doubleday Anchor Books, 1970.

Como muestra del salto cualitativo en la actitud de los círculos gubernamentales y militares con respecto a la investigación y el desarrollo: en 1930, el gobierno sólo participaba con un 14 por ciento en el total del presupuesto público y privado en Investigación y Desarrollo. En 1947, la parte gubernamental en la factura nacional era del 56 por ciento. Según observaba un experto de la Escuela Industrial de las Fuerzas Armadas de Estados Unidos, en febrero de 1950: "La expansión de las actividades del gobierno... es señal de una mayor capacidad para administrar estos asuntos de forma sistemática... La relación I+D=seguridad nacional es conocida desde hace mucho tiempo; pero la amplitud del esfuerzo y la rapidez del progreso han aumentado tanto que esta relación tiene ahora un significado totalmente nuevo."²¹

Conflictos de poder entre disciplinas

La guerra fría precipitó los interrogantes sobre el concepto de guerra psicológica. "Mi impresión, manifestaba L.S. Cottrell ante la American Sociological Society, es que, lejos de ser un concepto clarificador que estructura un campo y guía la acción, por no decir el esfuerzo de investigación, el término *guerra psicológica* es ambiguo y conduce a un pensamiento y una acción confusos. Se presta a un uso que le hace abarcar mucho o demasiado poco e induce a decisiones erróneas cuando se trata de fijar las diversas responsabilidades en los programas de acción y en la investigación [...] Aun cuando yo reconozco la importancia del papel de la teoría psicológica y de su metodología de investigación para acercarse a este ámbito, el error estratégico que los psicólogos tienden a cometer, con sus excepciones, evidentemente, es que no se han devanado suficientemente los sesos, para cruzar sus propias imaginaciones y herramientas con otras disciplinas pertinentes, especialmente la sociología, la antropología, la psicología social y la ciencia política."²²

Los círculos académicos se agitaron para encontrarle un sustituto al concepto o, en su defecto, para diseñar los contornos de un nuevo

²¹ B.J. Williams, "The importance of research and development to national security", *Military Review*, febrero de 1950, p. 11.

²² L.S. Cottrell, "Psychological warfare: A misnomer", en *A psychological warfare casebook*, W.E. Daugherty y M. Janowitz, eds., *op. cit.*, pp. 18-19.

contenido. Y se hizo un balance de las expresiones consagradas en la práctica para denominar a esa polimorfa realidad: *guerra de las ideas, lucha por la conquista de las mentes y de las voluntades, guerra del pensamiento, guerra ideológica, guerra de nervios, guerra política, información internacional, información de ultramar, campaña de la verdad, propaganda internacional, guerra de propaganda, guerra de palabras, agresión indirecta, agitación, comunicación internacional*.²³ Una de las grandes preocupaciones era la de intentar marcar las diferencias entre el ayer y el hoy, es decir, entre un significado que había adquirido su legitimidad bajo la regla militar y otro en búsqueda de un sentido y de una orientación más civil. Porque, según escribirá Murray Dyer: “En una sociedad democrática, las respuestas a estas preguntas debe darlas el poder político, diferente del militar, incluso si las consideraciones militares pueden ser un factor dominante.”²⁴

La consecuencia de este balance no tardó en hacerse sentir, antes, incluso, de que finalizaran los años cincuenta. El término de guerra psicológica conservaría, sin duda, su carta de naturaleza en la comunidad académica, y, más concretamente, entre los investigadores procedentes de la psicología experimental, como, por ejemplo, Carl I. Hovland y su equipo de Yale. Pero, paralelamente, se abrieron paso conceptos tales como *comunicación política y comunicación internacional*.

Esta disputa conceptual se explica en parte —y Cottrell así lo da a entender claramente— por la rivalidad existente entre disciplinas y corrientes, dado que el reto consistía en destacar un campo de investigaciones dentro de un contexto en el que la captación de recursos financieros sustanciales, canalizados hacia los centros universitarios, en este sector, representa un segundo desafío.

La competencia entre paradigmas científicos resulta especialmente patente cuando se considera la evolución de las teorías sobre los efectos de los medios durante las décadas de los cuarenta y de los cincuenta. Sociólogos como Paul Lazarsfeld se oponen a una tradición teórica centrada en el esquema estímulo-respuesta, representada por Lasswell y su concepción mecanicista del proceso de comunicación, o por un Hovland que enfatiza la teoría behaviorista del aprendizaje. En efecto, en 1944 aparece la obra de Lazarsfeld, *The people's choice*, escrita

²³ R.I. Perusse, “Psychological warfare reappraised”, en *ibid*.

²⁴ M. Dyer, *The weapon on the wall, rethinking psychological warfare*, Baltimore, Johns Hopkins Press, 1959, p. 32.

en colaboración con B. Berelson y H. Gaudet. Estos investigadores intentaron medir la influencia de los medios sobre 600 electores del condado de Erie, en el estado norteamericano de Ohio, durante la campaña presidencial de 1940. Se dedicaron a observar y a evaluar los elementos intermedios que se deslizan entre el punto inicial y el punto final del proceso de comunicación y que tienen una repercusión directa sobre los *efectos* obtenidos por una comunicación.²⁵

Esta obra suscitará otras muchas, entre las que figura la no menos famosa *Personal influence*, firmada conjuntamente por P. Lazarsfeld y Elihu Katz, publicada en 1955, pero elaborada sobre la base de encuestas realizadas diez años antes.²⁶ Al tiempo que retoman las conclusiones del primer estudio, ambos autores abordan no ya el comportamiento electoral, sino el de los consumidores en el mercado de los bienes de consumo, de la moda y del ocio, y, más concretamente, el de la elección de las películas. Al sondear los procesos individuales de decisión en una población femenina de 800 personas residentes en una ciudad de 60 000 habitantes, Decatur, en Illinois, redescubren —como en el estudio precedente— la importancia del *grupo primario*. Esto hace que perciban el flujo de comunicación como un proceso en dos etapas, donde el rol de los *líderes de opinión* resulta esencial. Lo cual se convirtió en el *two-step-flow*²⁷ (flujo en dos pasos, o etapas). En el primer escalón se encuentran aquellos que están relativamente bien informados porque están directamente expuestos a los medios; en el segundo, se encuentran aquellos cuyo contacto con los medios es menor y que dependen de los otros para obtener información. En la primera de las categorías es donde se reclutan estos líderes de opinión que transmiten la información a los de la segunda por medio de canales interpersonales. En estas conclusiones subyace el replanteamiento de las teorías y de las doctrinas sobre la *sociedad de masas* y su efecto uniforme sobre sus miembros. Replanteamiento, también, de las tesis optimistas y pesimistas acerca de la omnipotencia de los medios. La noción misma de efecto masificador y masificante es

²⁵ P.F. Lazarsfeld, B. Berelson y H. Gaudet, *The people's choice*, Nueva York, Duell, Sloan & Pearce, 1944.

²⁶ E. Katz y P.F. Lazarsfeld, *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communications*, Glencoe, Ill., Free Press, 1970 (1a. edición, 1955). [ed. esp.: *La influencia personal*, Barcelona, Ed. Hispano Europea, 1979 (1a. ed.)].

²⁷ E. Katz, "The two-step flow of communication", *Public Opinion Quarterly*, 1957, vol. 21.

reemplazada por esta otra cuestión, acertadamente resumida por Bernard Berelson en 1949: ciertos tipos de comunicación referidos a ciertos tipos de problemas, que se dirigen a ciertos tipos de personas que se encuentran en ciertas condiciones, producen un cierto tipo de efectos.²⁸

El hecho de que, en lo relativo a la evaluación de los *efectos de los medios*, una corriente suscriba la hipótesis behaviorista y que otra la refute, invocando la comunicación en dos etapas, no cambiaba, en sustancia, nada del asunto. Lo que las separaba, de hecho, era secundario: el punto de arranque de su reflexión era un individuo que construye enteramente el contrato social fundador de la sociedad civil. Para estos herederos de la filosofía política de Hobbes y de Locke, ni la gente ni los propios medios están socialmente localizados. Es decir, situables dentro de redes de intereses divergentes y contradictorios, que evolucionan dentro de estructuras en las que se construyen como sujeto, y que, al mismo tiempo, las modelan. Ahí está el punto de convergencia en el que confluyen quienes atribuyen al medio un poder mítico y quienes, en lo sucesivo, no cesarán de relativizar el *poder de los medios* hasta el punto de diluirlo en el principio neoliberal de la soberanía absoluta del consumidor y de la autodeterminación de sus opciones.

Comunicación internacional: un discurso de combate

Bien pocos son los informes de investigaciones sobre la *comunicación internacional* de aquella época que no entonan el himno del intelectual al servicio del mundo libre. He aquí algunas muestras.

La primera procede de una investigación realizada por un famoso soviétólogo, Alex Inkeles: "Poco después de la segunda guerra mundial, Estados Unidos y la Unión Soviética se han lanzado a una batalla ideológica en gran escala en la que el arma ha sido la propaganda; el campo de batalla, los canales internacionales de comunicación; y el precio, las lealtades y obediencias de los hombres y de las mujeres a lo largo y ancho del mundo. Sin duda alguna, el aspecto más importante de este combate es su efecto sobre las mentes de la gente, y las

²⁸ B. Berelson, "Communications and public opinions", en *Mass Communications*, bajo la dirección de W. Schramm, Urbana, Champaign, University of Illinois Press, 1949, p. 500.

implicaciones de tales efectos en la estabilidad nacional y la paz internacional. El especialista en medios y opinión pública tiene una responsabilidad de primer orden cuando se trata de estudiar estos efectos.²⁹

El segundo ejemplo está sacado de un estudio realizado por Joseph Klapper y Leo Lowenthal en el marco de su labor de asesoramiento a la *Voice of America*, medio por excelencia de la política oficial de Estados Unidos: "Los guerreros psicológicos de los Estados Unidos están comprometidos, hoy en día, con los medios de comunicación de masas, a través de la prensa, la radio y el cine. Este artículo se propone pasar revista a las contribuciones de la investigación de la opinión a un tipo de guerra psicológica: más concretamente, su contribución a la evaluación de la radio intercontinental. Algunas de estas aportaciones se adecuan a las presentes tareas; otras se quedan un poco cortas frente a las necesidades del momento. De estas carencias y de los medios para superarlas es de lo que estamos tratando."³⁰

Cuando se conoce el título de la obra de W. Schramm —fundador, recordémoslo, en 1956, del célebre Institute for Communication Research de la Universidad Stanford— sobre la conquista de Seúl, no resulta muy extraño encontrarse, en otro de sus trabajos, con la siguiente afirmación sobre la necesidad de *profesionalizar la guerra psicológica*: "El mundo está en una situación tal que la autopreservación exige la más intensa de las presiones en materia de guerra psicológica, la cual sólo puede ser ejercida por un extenso cuerpo de profesionales adiestrados al frente de inmensos recursos."³¹

En cambio, se comprende menos la prontitud de Paul Lazarsfeld, artífice del famoso Bureau of Applied Social Research de Columbia, en contestar a la llamada y proponer a sus colegas, en un número de *Public Opinion Quarterly*, publicado en el transcurso del invierno 1952-1953, las grandes líneas de lo que podría ser el nuevo campo de investigaciones de la *comunicación internacional*, cuya construcción le parece inseparable de la nueva situación política. En ese mismo

²⁹ A. Inkeles, "The Soviet characterization of the voice of America", *Journal of International Affairs*, 1951, núm. 5, p. 44. Véase también su obra cumbre: *Public Opinion in Soviet Russia*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1950.

³⁰ J.T. Klapper, y L. Lowenthal, "The contributions of opinion research to the evaluation of psychological warfare", *Public Opinion Quarterly*, 1951-1952, vol. 15, p. 651.

³¹ W. Schramm, *et al.*, *The nature of psychological warfare*, Baltimore, The Johns Hopkins University, 1958, citado por M. Dyer, *op. cit.*, p. 58

número dedicado al tema, Leo Lowenthal anunciaba el nacimiento de la "nueva disciplina de la comunicación internacional". Algunos meses antes, incluso, se había constituido, para promoverla, un subcomité en el seno de la Asociación norteamericana para la investigación de la opinión pública, de la que Lowenthal era presidente. "La relación entre la política práctica y la ciencia social —escribía Lazarsfeld—, debería ser una relación de doble dirección. No sólo deberíamos contribuir a la elaboración de la política de Estados Unidos, sino que, además, deberíamos confiar en que los que hacen la política también tengan la seguridad de que su obra contribuye a las ciencias sociales. Esto es urgente, no sólo por razones académicas, sino también porque —y ello en una medida considerable— el bienestar nacional e internacional del país, como ya lo ha indicado Lasswell, está vinculado a las técnicas de la investigación en ciencias sociales.

"No sólo porque nosotros podemos ayudarles, sino porque la exclusión de las ciencias sociales de los acontecimientos sociales cotidianos empobrece a los científicos de la sociología que son, en sí mismos, un recurso importante dentro de un país. Es de desear en este sentido, que la investigación sobre las comunicaciones internacionales, porque éstas intervienen en un ámbito comprometido, contribuya a la mejora de la relación entre las ciencias sociales y esos grupos e instituciones que son los actores del escenario social."³² Este cuadro le parecía tan estrecho al sociólogo disidente Wright Mills, que afirmaba: "La sociología ha perdido su impacto reformador; la tendencia a examinar problemas fragmentarios y relaciones causales aisladas le ha dado un giro conservador, en el sentido de su utilización por los monopolios, el ejército y el Estado."³³

En 1953, precisamente, el presidente Eisenhower lanza un vibrante llamamiento a todas las fuerzas vivas de la nación para defender la libertad: "La lucha en la que está hoy comprometida la libertad es, literalmente, una lucha total y universal [...] Es una lucha política [...] Es una lucha científica [...] Es una lucha intelectual [...] Es una lucha espiritual [...] Porque lo que se pone en juego en esta lucha total, en su sentido más profundo, no es ni el suelo, ni los alimentos, ni el poder, sino el alma misma del hombre."³⁴

³² P.F. Lazarsfeld, *The prognosis for international communication research*, art. cit.

³³ C.W. Mills, *The sociological imagination*, Nueva York, Oxford University Press, 1959, p. 92.

³⁴ Citado en M. Dyer, *op. cit.*, p. 25.

En el frente tecnológico, la afluencia de las inversiones del Pentágono en la investigación y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información permitió, en aquel entonces, el despegue de la industria informática. "En 1959, se han adjudicado a los fabricantes norteamericanos de ordenadores contratos de investigación y desarrollo por un importe cercano a los mil millones de dólares. Esta cifra es comparable con el importe total de las compras de ordenadores en los mercados civiles, en aquellos años, y, por supuesto, supera con creces cualquier apoyo otorgado a la industria informática en los restantes países. Coincidente con los años de formación de esta nueva e importante industria, esta política sin duda ha surtido mucho más efecto que ninguna otra política nacional emprendida en esa época o a partir de entonces."³⁵ Esta cita está sacada de un informe redactado a petición de la OCDE, en vísperas del periodo en que empieza a agudizarse la competencia internacional en el sector.

Por otra parte, son muchos los historiadores norteamericanos de la informática que están de acuerdo con el hecho de que la guerra de Corea fue decisiva para la expansión de las *necesidades informáticas*. También están de acuerdo con el hecho de que IBM pudo adelantarse a todos sus competidores gracias a un contrato en particular: el que consiguió con motivo de la licitación convocada por la Ballistic Missile Early Warning System (BMEWS) y que le permitió diseñar la primera computadora de transistores, en noviembre de 1959. En los años cincuenta, y a petición de la US Air Force, se construye la red de defensa continental SAGE (Semi-Automatic Ground Environment). Cada computadora estaba conectada con un radar que captaba datos sobre la trayectoria de los aviones. Las transmisiones de información entre las computadoras, interconectadas mediante líneas telefónicas, permitían, a la vez, confirmar las informaciones de orígenes distintos y constituir una base de datos continuos del espacio. Esta red, con la que se iniciaba la *teleinformática*, ha permitido desarrollar la mayoría de las innovaciones que todas las computadoras utilizarán en lo sucesivo. SAGE "inaugura, sin duda, la entrada del hombre en los mundos artificiales que ha situado entre él mismo y una naturaleza cada vez más inaccesible en *tiempo humano real*" y "ha servido para

³⁵ OCDE, *Allocations de ressources dans le domaine de l'informatique et des télécommunications*, París, 1975, III parte. Acerca de la historia de la informática: N. Metropolis, et. al., (bajo la dirección de), *A history of computing in the twentieth century*, Londres, Academic Press, 1980.

arrastrar a la industria, en particular a IBM, a la construcción en serie de computadoras complejas y fiables".³⁶

Bajo la égida, también, del departamento de Defensa, se organizó, en 1968, la arquitectura de la primera red de transmisión de datos, la Arpanet (Advanced Research Project Agency Network). Tenía que unir entre sí a los centros de cálculo de las universidades norteamericanas y, gracias a una conexión vía satélite, a éstos con Europa, en Londres y con el Pacífico, en Hawai. Su misión oficial era la de atender todos los proyectos patrocinados por el gobierno federal y servirá, en lo sucesivo, de punto de referencia para la mayoría de sus homólogos en los grandes países occidentales. Desde que fuera concebido, en el marco de la seguridad nacional —los primeros experimentos se remontan a 1958—, este sistema conservaría, sobre todo, la idea inicial de una red de calculadores, tejida de tal forma que el encaminamiento de los datos numéricos pudiese efectuarse por varias vías diferentes y que el conjunto no sufriese demasiado por la eventual destrucción de uno o de varios centros de cálculo.

La carrera espacial

Antes de que acabasen los años cincuenta, se abriría otro frente de la guerra fría: la carrera espacial. Los soviéticos se anticipan a los norteamericanos con el lanzamiento del primer satélite artificial *Sputnik* en 1957, y luego, en 1961, con el primer hombre en el espacio, Yuri Gagarin. El presidente John Kennedy le pide a la nación norteamericana que aúne sus esfuerzos para llegar a la Luna antes de que finalice el decenio. "Los Estados Unidos, su psique, así como su sentido de la seguridad, espoleados por el prestigio y la importancia militar del *Sputnik* lanzado por la URSS, abrieron de par en par las cajas del tesoro del Estado y se gastaron miles y miles de millones para alcanzar y superar a la Unión Soviética en el espacio."³⁷

Fue la señal de salida de una carrera desenfrenada que sólo puede compararse con la de los armamentos. La carrera hacia las estrellas se convirtió en una plataforma primordial para ganar la guerra fría. La

³⁶ Ph. Breton, *Une histoire de l'informatique*, París, La Découverte, 1987, pp. 129-130. [ed. esp.: *Historia y crítica de la informática*, Madrid, Cátedra, 1989 (1a. ed.)].

³⁷ J. Fletcher, "Toward corporate continuity in space: The case for Nasa's future", *Finance*, abril de 1972.

cabeza de puente fue la NASA (National Aeronautics and Space Administration), fundada en 1957, que tenía por misión la investigación y la promoción de los proyectos de exploración espacial. Un organismo cuyo administrador pregonaba, lisa y llanamente: "Por primera vez en la historia de la humanidad, la posibilidad de dejar tras de sí a la Tierra y de explorar el sistema solar está al alcance de la mano: sólo dos naciones, Estados Unidos y la Unión Soviética, disponen, hoy en día, de los recursos necesarios para explotar esta posibilidad. Si nosotros, que somos el símbolo del gobierno democrático, abandonásemos esta oportunidad en manos del abogado y líder de la ideología comunista, no podríamos conservar intacta nuestra propia imagen y la que las otras naciones tienen de nosotros y de la sociedad libre que nosotros representamos."³⁸

En 1962, cinco años, por tanto, después del éxito del primer satélite artificial de la tierra, el Sputnik, y de la réplica del Explorer, Estados Unidos lanza sus satélites Relay, Syncom y Telstar. El número 1 de los artefactos de la serie Telstar es el primer satélite de comunicación *activo* porque está equipado con amplificadores que refuerzan las señales dirigidas hacia la Tierra. Enlaza, por primera vez, a Estados Unidos con Europa. Ese mismo año, el gobierno de Washington se dota de una institución encargada de explotar esta tecnología espacial: Comsat (Communication Satellite Corp.). La disposición fundacional aprobada por el Congreso (Communication Satellite Act) le asigna un cometido: organizar y explotar comercialmente esta innovación tecnológica. Según una fórmula original propuesta por la FCC (Federal Communications Commission), Comsat se configura como una sociedad privada, de características inéditas, que mantiene un vínculo orgánico entre el Estado y las grandes empresas de telecomunicaciones. La mitad de las acciones se ofertan al público y la otra mitad a las 163 firmas acreditadas pertenecientes a la industria de la comunicación. Entre cuatro gigantes —American Telegraph & Telephone (ATT), International Telegraph & Telephone (ITT), General Telephone & Electronics (GTE) y Radio Corporation of America (RCA)— logran reunir más del 45 por ciento, dejando el 5 por ciento restante a las otras firmas. Una miríada de suscriptores (unos 175 000) se reparte el 50 por ciento restante. Los tres representantes de la Casa Blanca comparten con los delegados de los accionistas los asientos del consejo de administración.

³⁸ J.E. Webb, *Space: The new frontier*, Washington, DC, US Government Printing Office, 1967.

En 1964, Estados Unidos, provisto de esta herramienta operativa, proponen a los países occidentales sentar las bases de una red internacional de comunicaciones por satélite. Es decir, de la Intelsat (International Communication Satellite). Su administrador será Comsat. La influencia de Estados Unidos sobre este sistema es, entonces, absoluta. No sólo controlan la gestión a través de Comsat, sino que son titulares de más del 60 por ciento de las acciones del consorcio. Gran Bretaña, Francia y la República Federal de Alemania poseen un 20 por ciento, mientras que ningún país del tercer mundo figura entre las 19 naciones propietarias del sistema. Esta supremacía estadounidense se repite en el ámbito de los contratos de suministros, toda vez que las grandes empresas que tienen esta nacionalidad se llevan la mejor tajada. Entre 1965 y 1968, apenas si una quinta parte de estos contratos va a parar a firmas europeas o japonesas. A menudo se limitan a copiar las realizaciones norteamericanas.³⁹ Hasta los años ochenta la industria espacial europea no logrará contrarrestar con éxito a la industria de Estados Unidos. Este decenio también será el de la desreglamentación del sistema público Intelsat, obligado, por instigación de la administración Reagan, a afrontar la competencia de los sistemas privados de satélites.

En 1965 se pone en órbita el primer satélite geoestacionario de telecomunicación comercial *Early Bird*, que inicia la primera generación de la red internacional de los satélites Intelsat. Su capacidad es de 240 circuitos telefónicos o un programa de televisión. En esas fechas, no existen en el planeta más que cuatro estaciones terrestres capaces de recibir las señales retransmitidas: en Estados Unidos, en Gran Bretaña y en Francia. Concebido como una respuesta del campo socialista al Intelsat, la Unión Soviética propone ese mismo año su propio sistema de alcance internacional (Intercosmos) y crea, en 1971, Intersputnik (organización internacional de las comunicaciones espaciales), un organismo de carácter comercial en el que, a finales del decenio, participa una decena de países frente al centenar del sistema competidor.

Al firmar la norma por la que se creaba Comsat, el Congreso le había recomendado “que se preocupara, sobre todo, de ofrecer sus servicios a los países y a las regiones menos desarrollados”. Una tarea que llevará a cabo a partir de la segunda mitad de los años sesenta. Se

³⁹ A. Mattelart, *Multinacionales y sistemas de comunicación*, México, Siglo XXI, 1977, capítulo III, “La difusión de tecnologías espaciales”.

planteaba un nuevo conjunto de problemas a la investigación en materia de comunicación internacional: la prospección de los usos para los satélites. Brasil y la India figuran entre las primeras naciones que fueron tanteadas como posible campo de experimentación. Destacaban en primer plano los dictámenes de investigadores como Wilbur Schramm, autor del primer informe publicado por la UNESCO sobre la utilización del satélite con fines educativos, y de institutos de investigación como el de Stanford.⁴⁰ Era la época en que la Mass Communication Research tenía el viento en popa dentro de las grandes organizaciones del sistema de las Naciones Unidas.

Reconversión civil

La carrera espacial como gran relato del Estado-nación norteamericano habrá durado algo más de diez años. Hacia 1972, esta epopeya decae. "El punto de vista del patriota y del científico puro cedió el paso al del pragmático [...]. La guerra fría se entibió. Y una era más pacífica está coincidiendo con una creciente toma de conciencia de que aquí, en la tierra, en el tejido social, hay agujeros hechos por las polillas." En estos términos, el administrador general de la NASA trazaba, en abril de aquél año, las nuevas líneas de la política espacial de Estados Unidos.⁴¹

Satélites de comunicación, satélites de observación meteorológica, satélites de ayuda a la navegación aérea y marítima, satélites de observación de los recursos nacionales, toman el relevo de la conquista y de la exploración lunar y se llevan la parte del león en los presupuestos gubernamentales. La distensión hace que florezcan los proyectos de acoplamiento en el cielo de las naves espaciales soviéticas y estadounidenses (Soyuz). La reconversión civil de las altas tecnologías espaciales va a buen paso.

El optimismo tecnológico está de moda entre las grandes firmas electrónicas y aeroespaciales deseosas de diversificarse con el fin de escapar del monocultivo de ingenios para la defensa. Con el final de las guerras del Sureste asiático, la aceleración de la utilización civil de

⁴⁰ W. Schramm, *Satellites de télécommunications pour l'éducation, la science et la culture*, París, UNESCO, 1968 (Colección Estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 53).

⁴¹ J. Fletcher, *art. cit.*

las tecnologías, cuyo ciclo exclusivamente militar ha concluido, se confirma día tras día. Todas las esperanzas de resolver los grandes desequilibrios sociales parecían estar permitidas. Según anunciaba un alto responsable de la firma General Electric en 1975: "El sector privado debería cumplir con su papel aportando soluciones a los problemas de alojamiento, educación, tráfico urbano, sanidad pública [...] Estamos asistiendo a la aparición de un *complejo social-industrial*, una asociación permanente entre el sector privado y el gobierno con vistas a encontrar una solución a estos grandes problemas sociales."⁴²

En la estrategia de integración vertical y horizontal adoptada por los grandes conglomerados *multimedia* en vías de creación, el sector de la educación y de la pedagogía se abre paso a partir de finales de los años sesenta, ante la fuerte creencia en su promesa de ser un *mercado portador*. Es la época en que psicólogos, sociólogos y pedagogos trabajan de forma concertada con la gente de televisión con vistas a encontrar una alternativa a las lógicas comerciales de las grandes *networks*, con el generoso apoyo de fundaciones educativas como la Ford y la Carnegie. Las nuevas series educativas que saldrán de allí serán emitidas por la cadena de televisión pública creada a finales de los años sesenta.⁴³ Las reivindicaciones de las minorías negras e hispanohablantes incluyen en el orden del día la lucha contra las desigualdades escolares y la integración de los muchachos de los guetos.

Los discursos del Estado sobre el uso del espacio en beneficio del hombre dentro de un orden mundial, en el que el *Welfare State* sigue siendo uno de los principales protagonistas, acompañan a esta *nueva era espacial*. "Hay que ofrecer el genio de la ciencia y de la tecnología norteamericanas para resolver los problemas del desarrollo [...] La explosión de las comunicaciones y del conocimiento demanda nuevas formas de colaboración internacional", propone, en 1971, el presidente Nixon.⁴⁴

⁴² Citado en J. Woodmansee, *The GE Project. The world of a giant corporation*, Washington, DC, North Country Press, 1975.

⁴³ Véase M. Mattelart, "Education, television and mass culture. Reflections on research into innovation", *Television in transition*, P. Drummond and R. Paterson, eds., Londres, BFI, 1985.

⁴⁴ *Department of State Newsletter*, febrero de 1971.

Cándidos en el extranjero

¿Hubo, en los años cincuenta, otros problemas de investigación sobre la *comunicación internacional* que no encajaban en el esquema inspirado por la lógica de la guerra fría? ¿Hubo otra forma de replantearse este tema de las relaciones internacionales de comunicación, partiendo de la experiencia adquirida durante el periodo de guerra?

La respuesta es sí, incluso si el sentido común destilado por la investigación en ciernes aplastaba a esa otra forma de ver al Otro en el escenario extrafronterizo. Se trata, concretamente, de las reflexiones de Edward T. Hall. Oficial en un regimiento compuesto fundamentalmente por negros, condujo a sus hombres por Europa y Filipinas, observando sus difíciles contactos con las poblaciones locales. Durante los años cincuenta, trabajó, sucesivamente, en un atolón del Pacífico como intermediario entre los militares y las poblaciones autóctonas, y en el Foreign Service Institute del departamento de Estado, encargado de familiarizar a cooperantes y diplomáticos con las culturas propias de los países de sus futuros destinos.⁴⁵ Sobre estas confrontaciones de ultramar, Edward Hall escribió una primera obra, *The silent language*, publicada en 1959, seguida, al año siguiente, de un artículo en la prestigiosa *Harvard Business Review*, en el que extrapolaba sus conclusiones para uso de los hombres de negocios.⁴⁶ Su artículo empezaba así: "Salvo raras excepciones, los norteamericanos son relativamente unos recién llegados al escenario comercial internacional. Hoy en día, como en la época de Mark Twain, somos, con demasiada frecuencia, unos *cándidos en el extranjero*, en una era en la que ser ingenuo y meter la pata en las operaciones comerciales exteriores puede tener serias repercusiones políticas." Y concluía: "Nuestros conocimientos, por ahora, son escasos, y han de emprenderse muchas más investigaciones antes de que el hombre de negocios pueda trasladarse al extranjero debidamente pertrechado para este tipo de trabajo. No sólo necesita estar versado en la economía, el derecho y la política del lugar a donde se dirige, sino que deberá comprender, cuando no hablar, los lenguajes silenciosos de las otras culturas."⁴⁷

⁴⁵ G. Bateson et al., *La nouvelle communication*, Presentación de Yves Winkin, París, Le Seuil, 1981 [ed. esp.: *La nueva comunicación*, Barcelona, Ed. Kairós, 1984].

⁴⁶ E.T. Hall, *The silent language*, Nueva York, Doubleday, 1959. [Ed. en castellano: *El lenguaje silencioso*, Madrid, Alianza Editorial, 1989 (1a. ed.), trad. Cristina Córdoba].

⁴⁷ E.T. Hall, "The silent language in overseas business", *Harvard Business Review*, mayo-junio, 1960.

En estos trabajos, el antropólogo, representante de lo que se ha dado en llamar Colegio invisible o Escuela de Palo Alto, desmonta los códigos de la comunicación intercultural. Al sentar las bases de la *proxémica*, habla de los *choques culturales*, provocados por el encuentro de hombres de negocios de culturas diferentes, siendo la cultura ese conjunto de códigos que intervienen en toda interacción. Sugiere, pues, a los hombres de negocios de su país que sean conscientes de estas diferencias. Estas últimas regulan los lenguajes silenciosos que son los lenguajes del tiempo, del espacio, de las posesiones materiales, de los modos de amistad e incluso el lenguaje de las negociaciones de contratos o de acuerdos. Estos lenguajes informales hacen, por ejemplo, que el tiempo que se ha tardado en contestar a una comunicación no puede ser interpretado de la misma forma en el Próximo Oriente que en Estados Unidos porque el código de la gestión del tiempo no es igual en un sitio que en otro. Lo mismo que difiere la significación simbólica de las reglas de organización del espacio, según lo atestiguan la arquitectura de los despachos, la cantidad de metros cuadrados o el número de la planta ocupados por el presidente-director general.

Debajo de esta nueva forma de ver la relación con el Otro, asoma, sobre todo, la puesta en entredicho de la teoría matemática de la información, nacida a la sombra del universo "*maquineísta*" de la segunda guerra mundial. Esta teoría había sido formulada en 1949 por Claude Shannon, investigador de los laboratorios del fabricante de teléfonos Bell, filial de ATT, y, muy rápidamente, se había erigido en referencia magistral de las ciencias sociales. Lo que el conjunto de la Escuela de Palo Alto pone en tela de juicio es la legitimidad del trasplante de este esquema, procedente de un intento de medir el sistema telegráfico, al campo, en su conjunto, de la comunicación entre los hombres. Frente a este modelo lineal de comunicación entre un emisor que codifica y transmite una información, definida como una magnitud estadística abstracta, hacia un receptor que la decodifica, la Escuela de Palo Alto opone un modelo de comunicación circular o retroactivo. Es decir, un proceso social permanente, con varios niveles y en contextos múltiples, que integra, no ya dos o más *variables*, sino múltiples modos de comportamiento. Son los múltiples lenguajes y códigos de los que habla Hall.

Habrà que esperar hasta los años ochenta para ver cómo se legitima este tipo de enfoque de la complejidad de la comunicación. Un decenio que no sólo coincide con la multiplicación de las relaciones interculturales, por mediación del mercado, sino también, y por

encima de todo, con el comienzo de la decadencia de la hegemonía económica absoluta de la potencia norteamericana. Estados Unidos descubrirá entonces que su capacidad de ubicuidad en exclusiva durante más de tres decenios rimaba con una profunda ignorancia de los Otros. A tenor de los resultados de una encuesta realizada en 1989 por la Universidad de Columbia, los directivos estadounidenses padecen *insularidad y mentalidad pueblerina (parochialism)*. A la pregunta en la que se les pide que jerarquicen los rasgos del perfil del directivo del siglo XXI, no pasan del 35 por ciento los estadounidenses que mencionan en primer lugar la experiencia fuera del país en el que se encuentran los cuarteles generales de la firma, frente a las tres cuartas partes de sus homólogos en Europa, en Japón y en América Latina. Interrogados acerca del impacto de los acontecimientos internacionales, sólo el 18 por ciento de los estadounidenses consideran *sustanciales* los efectos del proyecto de instauración del Mercado común europeo en 1993, frente al 34 por ciento de los latinoamericanos o el 52 por ciento de los japoneses.⁴⁸ Pero esta es otra historia.

Retomemos el hilo de la guerra. En el terreno de las operaciones militares, los ejércitos occidentales, durante los años cincuenta y sesenta, han tenido que enfrentarse con otro choque de las culturas, y no sólo de las ideologías: el producido con motivo de las guerras de liberación nacional.

⁴⁸ J. Solomon, "U.S. managers remain focused on home", *The Wall Street Journal (Europe)*, 18 de julio de 1989, p. 1.

5. LA ESCUELA DE LA ASTUCIA

Acción indirecta

Desde sus comienzos, la investigación sobre la guerra psicológica no ha dejado de rendir tributo al que considera como el precursor: el chino Sun Tzu y su *Arte de la guerra*. Arte de hace veinticinco siglos que Raymond Aron define como “una escuela de la astucia, del engaño y de la acción indirecta”,¹ en una obra clásica en la que muestra tanto los puntos de ruptura como las continuidades entre esta tradición guerrera, venida de Asia, y la otra rama del pensamiento estratégico, inspirada por Clausewitz.

Pero la confrontación con las reglas de la sabiduría ancestral del imperio más antiguo del mundo no descubrirá su dimensión real hasta la invención de lo que Gilles Deleuze y Félix Guattari denominarán, a finales de los años setenta, la “guerra de minoría”:² guerrillas, guerras de liberación nacional, guerras populares o guerras revolucionarias. Términos, todos ellos, que, pese a configurar una realidad global semejante, tienen génesis muy diversas.³ Esta nueva manera de ser de la maquinaria de guerra aparece en el transcurso de los años cincuenta en un contexto marcado, a la vez, por la amenaza nuclear, el enfrentamiento indirecto entre superpotencias y el gran movimiento de descolonización. Esta guerra de minoría que opone el *movimiento* al *Estado regular*, también puede ser interpretada como la metáfora de un modelo de comunicación: la compleja red de relaciones frente al sistema de mando centralizado y vertical, la *desterritorialización* del espacio estratégico frente a su *territorialización*, el espacio nómada frente al espacio sedentario.

Decirlo es un sofisma: la guerra popular supone otra relación orgánica con el *pueblo*, con la *masa*. Un pueblo y una masa cuya participación en la lucha es, por definición, consustancial a este tipo

¹ R. Aron, *Penser la guerre, Clausewitz*, París, NRF-Gallimard, 1976, vol. II, p. 115.

² G. Deleuze y F. Guattari, *Mille plateaux. Capitalisme et schizophrénie*, París, Minuit, 1980. [ed. esp.: *El antiedipo*, Barcelona, Barral Eds., 1973, 1a. ed.].

³ G. Chaliand, *Stratégies de la guérilla*, París, Mazarine, 1979.

de conflicto. El apoyo de la población resulta tan indispensable para los combatientes como el *agua para el pez*, decía Mao Tse-tung, su principal teórico.⁴ De ahí la importancia concedida al conocimiento y al análisis de las tensiones internas, de las contradicciones económicas, culturales, políticas y sociales a que está sometido ese pueblo con vistas a explotarlas. ¿Qué clases, qué grupos son susceptibles de hacer causa común con el proyecto del Estado regular? ¿Cómo establecer puentes, crear comunidades de sentido en torno a los motivos de la lucha entre estos grupos heterogéneos? Mientras intenta socavar los discursos legitimadores de su adversario, el movimiento ha de producir sus relatos de movilización y de legitimación, no sólo a través de los medios, sino también mediante sus acciones en el terreno. Son los *retos semióticos de la lucha*, de su formalización, de su proceso de aceptabilidad por las *masas*. Retos que Jean-Max Noyer, analista del pensamiento estratégico, describe muy bien al referirse a la “invención de la revuelta”: “Sirviéndose de todos los recursos civiles y militares, valiéndose de las dimensiones culturales y *anhelantes* del enfrentamiento, multiplicando los *terrenos* y *espacios* conflictivos, llevando el conflicto, a la vez, al escenario internacional y al corazón mismo de los imaginarios del adversario y aprovechándose de la mediatización permanente, las guerras populares se definen así por un uso combinado, más o menos hábil, del terror y de la piedad, de la violencia calculada y de la capacidad de inspirar compasión, de suscitar simpatías y procesos de inversiones *afectivas* que le sean favorables.”⁵ Este tiempo de la inventiva, propio del periodo de tensión hacia la toma del poder contrastará, más tarde, con la falta de imaginación de la mayoría de estos movimientos, una vez efectuada la captura del Estado regular por el partido-Estado. La búsqueda de las diversidades y de las mediaciones en el enfoque del *pueblo* se difuminará con la sedentarización, con el final de lo que Deleuze y Guattari llaman la “línea de fuga creadora del espacio nómada”.

⁴ Véase Mao Tse Tung, *On protracted war*, Peking, Foreign Language Press, 3a. ed., 1966. Otro clásico es la obra de Ernesto Che Guevara, fundador de *Radio Rebelde*, la radio de los guerrilleros castristas que desempeñó un papel esencial en el derrocamiento de la dictadura de Batista (1959). Véase también Vo Nguyen Giap, *People's war, People's army*, Nueva York, Praeger, 1962.

⁵ J.M. Noyer, “De la notion de guérilla à la notion de techno-guérilla. Évolution technologique et transformation des machines de guerre”, *Études Internationales*, Université Laval, Québec, junio de 1990, vol. XXI, núm. 2, p. 296.

La desterritorialización, para la guerra de minoría, no sólo es el espacio nómada para sus combatientes, sino también su proyección en el espacio-mundo, gracias a los medios-relevos. Es decir, aquello que los militares encargados de contrarrestarla, intuyeron ya en las primeras guerras populares modernas. Como, por ejemplo, el coronel Roger Trinquier, formado sobre el terreno de las guerras coloniales de Indochina y de Argelia: "Como consecuencia de la actual interdependencia de las naciones, cualquier movimiento reivindicativo en el seno de la población, incluso si es de origen local y carece de largo alcance, será incorporado muy pronto, por adversarios decididos, al marco de los grandes enfrentamientos mundiales. Siempre intentarán, a corto o largo plazo, convertir un conflicto localizado, al principio, y de importancia secundaria, en un conflicto generalizado [...] Se han descuidado las medidas defensivas y el estudio de los medios eficaces de protección. Es más, cuando en alguna ocasión, se han vislumbrado y se ha pensado en su aplicación, los medios de propaganda y de presión de nuestros adversarios siempre han sido lo suficientemente poderosos como para influir en una opinión pública mal informada e inducirla sistemáticamente a rechazar su estudio y su empleo."⁶ El alto oficial francés escribía esto en 1961. Una época en la que, sin embargo, la capacidad de difusión de los medios no guardaba ninguna proporción con la que llegarían a alcanzar en las siguientes décadas.

Mucho tiempo después del final de las guerras coloniales, los responsables del ejército recordarán lo que, en aquel entonces, vivieron como un abandono: la actitud crítica de la prensa de la metrópoli en relación con sus acciones. Treinta años más tarde, con ocasión de la guerra del Golfo, más de un experto de uniforme, omnipresentes en los estudios de televisión, aún se referirá a ello para justificar el secuestro de la información en tiempo de guerra. En la época en la que el coronel Trinquier denuncia el peligro de una "opinión pública mal informada" si hay un texto emblemático sobre el uso de los medios en el marco de las guerras de liberación, ése es el de Frantz Fanon, psiquiatra de origen martiniqués y militante del Frente de Liberación Nacional argelino (FLN). En *Ici la voix de l'Algérie*, escribe: "Antes de 1954, la radio es, en el ámbito psicopatológico, un mal objeto, ansiógeno y maldito. A partir de 1954, la radio adquiere significados

⁶ R. Trinquier, *La guerre moderne*, París, La Table Ronde, 1961, pp. 15-16. [ed. esp.: *La guerra moderna y la lucha contra las guerrillas*, Barcelona, Ed. Herder, 1963].

totalmente nuevos [...] La técnica extranjera, *digerida* con ocasión de la lucha nacional, se ha convertido en un instrumento de combate para el pueblo y en un órgano protector contra la ansiedad.”⁷ Fue a finales de 1956 cuando comenzó a emitir, desde Túnez, *La Voix de l'Algérie Libre*. También es la época en la que, desde El Cairo, *La Voz de los Arabes*, la radio del coronel Nasser, se convierte en el símbolo de la revolución panárabe. Lo seguirá siendo hasta la guerra de los Seis Días, en 1967.

La guerra en la multitud

Para resolver el enigma planteado por la guerra de minoría, el pensamiento militar tuvo que ponerse a la escucha del adversario.

El ejército francés abrió el fuego. “Mientras que la mayoría de los países no apartaba la mirada de las ideas tradicionales de la guerra total y de su doctrina sobre la respuesta masiva, los franceses estaban combatiendo en Indochina contra la herencia de Mao Tse-tung, recuperada por Ho Chi Minh, la *guerra de liberación nacional*, la revolución comunista [...] En cambio, hasta hace muy poco, los Estados Unidos no se habían dado cuenta de la naturaleza de las guerras de liberación.”⁸ Esta observación, formulada por Don A. Starry, teniente coronel de la US Army, se publicó en *Military Review*, la revista teórica de la institución militar norteamericana, en febrero de 1967, un momento crucial en la escalada de las guerras del Sureste asiático. Ya en 1960, desde esa misma tribuna, George Kelly, un ayudante de Henry Kissinger en la Universidad de Harvard, había animado a los “expertos militares norteamericanos más cualificados” a que examinaran “las enseñanzas proporcionadas por la experiencia del ejército francés implicado en la *guerra revolucionaria*”.⁹ Esta guerra de la que se había ocupado ampliamente *La Revue de Défense Nationale* y que el general Nemo, excombatiente en Indochina, había denomi-

⁷ F. Fanon, “This is the voice of Algeria” (1959), en *Communication and Class Struggle*, vol. 2, *op. cit.*, p. 211.

⁸ D.A. Starry, “La guerra revolucionaria”, *Military Review*, febrero de 1967. Véase también: J. Steward Ambler, *The French Army in politics*, Ohio State University Press, 1966.

⁹ G. Kelly, “Revolutionary war and psychological action”, *Military Review*, octubre de 1960.

nado la “guerra en la multitud”, dos años después de la derrota de Diên Biên Phu (1954), en un artículo premonitorio publicado en esta misma revista francesa.¹⁰ Los textos que merecían la atención de los expertos del Pentágono y de sus consejeros civiles eran, sobre todo, los de los coroneles Godard y Trinquier, dos de los artífices de la *pacificación* y de la lucha antiindependentista durante la guerra de Argelia (1954-1962), así como los del coronel Lacheroy. Nada más publicarse, en 1961, *La guerre moderne* del coronel Trinquier se hizo acreedora a una edición norteamericana.¹¹

Para Trinquier, el carácter inédito de la guerra moderna, a la que también llamaba guerra de subversión, residía tanto en la amplitud de sus acciones (políticas, económicas, psicológicas, militares, etc.) como en la indefinición del *enemigo*. “En la guerra moderna, ninguna frontera material separa los dos bandos. El límite entre amigos y enemigos pasa por el seno mismo de la nación; de un mismo pueblo, a veces de una misma familia. A menudo es una frontera ideológica, inmaterial, que, no obstante, ha de ser fijada imperativamente, si queremos alcanzar con seguridad a nuestro adversario y vencerle.” Durante demasiado tiempo, las escuelas militares y las doctrinas clásicas han hecho caso omiso de este “factor esencial en la conducción de la guerra que es el habitante [...] El control de las masas es el arma maestra de esta guerra”.¹² “Esta masa es amorfa. Hay que tomarla, insistía Lacheroy. “¿Cómo tomarla?” “Por la fuerza o el lavado de cerebro” se apresuraba a contestar este mismo coronel, jefe de los servicios de *acción psicológica*. Una noción cuya ambición es la de traducir esta lucha global por el control de las poblaciones. Una lucha por su *pacificación*, término que los teóricos del Pentágono harán suyo en los años sesenta.

Primer elemento de esta doctrina de la pacificación: la sistematización del adoctrinamiento político de la población. Numerosas fuentes atestiguan que los que se enrolaron con mayor virulencia en esta vía fueron los oficiales que pasaron largos meses de cautiverio en los campos de Vietnam donde fueron sometidos a *reeducación*. Seducidos, y al mismo tiempo desconcertados, por la práctica militante de su enemigo, igual que Hitler lo había estado por los revolucionarios

¹⁰ Général Nemo, “La guerre dans la foule”, *Revue de Défense nationale*, junio de 1956.

¹¹ R. Trinquier, *Modern warfare. A French view of counterinsurgency*, Nueva York, Praeger, 1964.

¹² R. Trinquier, *La guerre moderne*, *op. cit.*, pp. 45-46.

rusos, intentaron darle otro sentido. Las lecturas de Goebbels, Hitler, Le Bon, Chajotin, fueron de obligado cumplimiento, mientras que el ejército se ocupaba de que numerosos oficiales volvieran a las aulas universitarias para diplomarse en psicología y en sociología. La organización operativa de la *acción psicológica* fue tomando forma por medio de la edición de un periódico y de octavillas, de compañías de altavoces, de cuerpos paramilitares (SAS o Secciones Administrativas Especializadas; SAU, o Secciones Administrativas Urbanas), de múltiples intervenciones sociales como la construcción de escuelas y dispensarios, etc. Todas estas iniciativas y dispositivos se completaban con medidas tales como la prohibición de vender receptores de radio, si no se acompañaba un permiso expedido por las fuerzas de seguridad.

Segundo componente del enfoque pacificador: los traslados de la población y su realojamiento en poblados divididos en zonas, “compartimentados y saneados”, según la expresión del General Massu, que los justificaba como “una medida de protección contra la minoría de proscritos que hacen reinar el terror e imponen su voluntad a la inmensa mayoría de los buenos ciudadanos”. Las primicias de estas operaciones masivas se remontan a las tropas británicas en su lucha contra las guerrillas en Malasia, en la inmediata posguerra. (De hecho, el ejército de Su Majestad Británica ya había recurrido a ellas, con motivo de la guerra de los Boers —1899-1902—, llegando incluso a copiar una táctica [conocida como de los *reconcentrados*] que había sido estrenada algunos años antes por el ejército español, en su lucha contra las guerrillas independentistas en la isla de Cuba.) Este control territorial y administrativo supuso, en Argelia, el desplazamiento de un millón y medio a dos millones de argelinos.

Tercer elemento: la obtención del *informe*acción* por medio de “equipos especializados que interrogarán sin parar a los sospechosos”. Trinquier dedica numerosos comentarios al problema planteado por la “visibilidad” de las “operaciones de guerra”, especialmente las “operaciones policíacas en las grandes ciudades”. “Estas operaciones se desarrollan en medio de la propia gente, casi en público, mientras

* *Renseignement* en el original. En este contexto, y especialmente en este capítulo se empleará el término “inteligencia” para denominar la actividad o el servicio y el término “informe” para la información elaborada. El diccionario de la Real Academia española de la lengua, en su última edición, ofrece esta definición: “Trato y correspondencia secreta de dos o más personas o naciones entre sí.” [T.]

que, antes, se daban en un campo de batalla al que sólo las fuerzas armadas tenían acceso. Ciertas rudezas inevitables podrían pasar fácilmente por brutalidades inadmisibles a los ojos de un público sensible. Y también es un hecho que, para extirpar la organización terrorista del seno mismo de la población, ésta será duramente atropellada, reunida, interrogada, registrada [...] Nuestros enemigos no desperdiciarán la ocasión de explotar esta situación de hecho en provecho de su propaganda [...] Bajo ningún pretexto podrá permitir un gobierno que se entable una polémica contra las fuerzas del orden que sólo beneficiaría a nuestros adversarios.”¹³ Lo que el oficial llama las *brutalidades inevitables*, no sólo está considerado como un medio para obtener información a cualquier precio sobre las redes clandestinas enemigas, sino también como un medio de destruir, en cada individuo apresado, el sentido de la solidaridad con una organización y una colectividad.

Los principales teóricos franceses de la “acción psicológica” y de la “pacificación” finalmente serán apartados después del golpe de Argel del 22 de abril de 1961. Muchos de ellos volverán a encontrarse en el movimiento terrorista pro-Argelia francesa de la Organisation Armée Secrète (OAS), o en los numerosos frentes que, por todo el mundo, reclutaban a cruzados de la antisubversión.

El enemigo interior

Salvo la Francia de esta generación, los militares británicos serán, en Europa, los únicos en teorizar sobre la guerra contrainsurgente. Según los sociólogos Philip Schlesinger, Graham Murdock y Philip Elliot, a quien se debe un estudio en profundidad sobre la forma en que la televisión del Reino Unido ha cubierto el *terrorismo* e interpretado las acciones de los movimientos armados de Irlanda del Norte (IRA e INLA), la variante británica de la teoría contrainsurgente “tiene mucho en común con la escuela francesa”. Su principal representante es el general Sir Frank Kitson, quien, después de haber bregado en Kenia, en Malasia y en Chipre, estará, a comienzos de los años setenta, al mando de una brigada en el Ulster. Su obra *Low-intensity operations* (*Operaciones de baja intensidad*, 1971) es, a la vez, el resultado de sus

¹³ *Ibid.*, pp. 81-82.

propias experiencias y la síntesis de las enseñanzas suministradas por los teóricos franceses y estadounidenses.¹⁴ El estudio de los tres sociólogos británicos tiene por objeto enseñar cómo los esquemas ideológicos inspirados por estas concepciones de la lucha contra la *subversión* han impregnado no sólo los reportajes, sino también las representaciones de ficción. Sigue siendo una de las escasas investigaciones que han reflexionado sobre la relación televisión-violencia política en una situación de crisis conocida como de *seguridad nacional* en un gran país industrial.

El punto fuerte de los análisis de los tres autores consiste en mostrar cómo, con ocasión de las *situaciones contrainsurgentes*, se tejen nuevas relaciones entre las instituciones mediáticas y las estrategias estatales, cómo *normalidad* y *excepción* se combinan o chocan frontalmente en los complejos modos de control y de presión que el Estado y otras instituciones políticas pueden llegar a ejercer en la radiodifusión. Este punto de vista, por otra parte, está claramente resumido en su conclusión-manifiesto: "Este libro está en desacuerdo con las ortodoxias predominantes de la derecha y de la izquierda. Nosotros rechazamos las quejas contrainsurgentes según las cuales la televisión otorga una gran publicidad al punto de vista de los *terroristas* y moviliza simpatía y apoyo para sus causas. Nosotros también rechazamos la tópica y radical caracterización de la radiodifusión como un conducto excesivamente falto de sentido crítico al servicio de las tesis oficiales. Frente a estas consideraciones unidimensionales, nosotros hemos atraído la atención sobre los distintos tratamientos que la televisión da al *terrorismo* y en relación con los problemas que estas cuestiones plantean a las democracias liberales. Algunos programas son relativamente *cerrados* y funcionan, total o principalmente, dentro de los límites fijados por la perspectiva oficial. Otros, no obstante, son más *abiertos* y dejan sitio a las opiniones alternativas o contrarias. Sin embargo, no habría que exagerar el alcance de esta diversidad. Aunque la televisión es el escenario de una lucha permanente entre las distintas perspectivas en liza sobre el terrorismo, la controversia no es equilibrada. Los programas *abiertos* se emiten con mucha menor frecuencia que los *cerrados* y alcanzan menores audiencias."¹⁵

¹⁴ F. Kitson, *Low intensity operations: Subversion, insurgency, peace keeping*, Londres, Faber and Faber, 1971.

¹⁵ Ph. Schlesinger, G. Murdock, Ph. Elliot, *Televising terrorism. Political violence in popular culture*. Londres, Comedia, 1983, p. 166. De Ph. Schlesinger, véase también: "Ow

Quitando a Francia, el Reino Unido y Estados Unidos, hay que irse hasta América Latina para encontrar otras aportaciones sustanciales a la teoría contrainsurgente. Muy dependientes, en una primera fase, de las doctrinas del Pentágono sobre la seguridad nacional, los militares del sub-continente se han distanciado progresivamente de este lugar de inspiración inicial y han elaborado un pensamiento propio sobre las formas de abordar la *guerra total* contra el *enemigo interior*. Es lo que Paul Virilio llamaba, en 1975, la *guerra pura*, sin enemigos, salvo el que uno se inventa. Ése ha sido el caso, en particular, de los militares argentinos (sin duda los más influidos por la *escuela francesa* en sus aspectos más extremistas), peruanos y chilenos. Así ha ocurrido, sobre todo, con la famosa escuela de guerra —bautizada la *Sorbona*— de los militares brasileños que han contado en sus filas con numerosos geopolíticos, como el general Golbery cuya obra sobre la geopolítica del Brasil data de 1955.¹⁶

Tras el derrocamiento del gobierno constitucional de João Goulart, en 1964, esos conocimientos acerca de la seguridad nacional desembocarán en la creación de un Estado que invocará abiertamente esta doctrina. La forma con la que los generales de Brasilia han gestionado su relación con los medios ilustra bien a las claras la tensión que, en los regímenes dictatoriales modernos, se introduce entre las normas de la *guerra psicológica* contra el *enemigo interior* —todo ciudadano es, de hecho, un sospechoso en potencia para el Estado de seguridad nacional— y las de la cultura comercial de masas que ambiciona e intenta seducir al público-consumidor. Con anterioridad, en la historia de los medios, jamás se había percibido de forma tan clara la contradicción entre las dos concepciones y regímenes de la información. Los militares no lograrán imponer sus esquemas de control total de los “corazones y de los espíritus” mediante la propaganda, tal y

the shape and scope of counter-insurgency thought”, en *Power and the State*, bajo la dirección de G. Littlejohn *et al.*, Londres, Croom Helm, 1978.

¹⁶ Golbery do Couto e Silva (general), *Geopolítica do Brasil*, Río de Janeiro, Livraria José Olympio, 1967 (2a. ed.). Para un análisis de las “*enarquias*” latinoamericanas y de su ideología, véase el número monográfico dedicado al tema por la revista *Critique* (agosto-septiembre de 1977). Además de artículos históricos, se encuentran análisis de los principales tratados de geopolítica escritos por los generales del sub-continente.

* El autor juega con las siglas ENA (École Nationale d'Administration) y su derivado “Enarque” (*Enarca*), con el que se conoce a los egresados de este prestigioso y elitista centro francés de formación de altos funcionarios. [T.]

como prescribía la doctrina y confiarán en los mecanismos del mercado. Con lo que esos años de dictadura serán a la vez los peores años de plomo que vivirá este país y aquellos en los que se inicia el despegue de la industria televisual, que, dos decenios más tarde, será una de las primeras y de las más modernas, o incluso posmodernas, del planeta. Y ello a pesar de una censura especialmente feroz.

Inquietante coincidencia que —junto con Michèle Mattelart— hemos analizado pormenorizadamente en otra obra. “Lo inédito del autoritarismo brasileño estriba sobre todo en esto: mientras que su proyecto político recurre a la coacción y a la vigilancia policial de la sociedad, o sea, al ejercicio de la violencia no simbólica, el poder del Estado, para asegurarse su consenso, se remite en la práctica a los mecanismos que rigen el mercado de la cultura de masas, productos formales de un concepto político y de una sociedad donde la opinión pública tiene voz y voto, es protagonista reconocida del espacio público. Una cultura de masas que corresponde a una idea de democracia representativa, a un proyecto de democratización a través del mercado que permite acceder a la información, a la cultura, al ocio.

“El poder de Estado recurre pues, a procedimientos que son propios de realidades en que la *sociedad civil* desempeña un papel institucionalmente reconocido, procedimientos que pertenecen propiamente a una sociedad cimentada bajo el lema de la *disciplina-mecanismo* y no bajo el de la *disciplina-bloqueo* para decirlo con palabras de Michel Foucault. Y ahí está la paradoja que introduce en el modelo estatal autoritario tradicional, la fase moderna de la economía de mercado y su ley de libre circulación de mercancías y bienes simbólicos” [...] “Clausurar *el teatro de operaciones psicológicas contra los enemigos interiores*” ya no era concebible en un país que había entrado “en una etapa acelerada de su proyecto de desarrollo industrial, de extensión e internacionalización de su mercado interior, en el que la televisión desempeñará una función pionera para conquistar la nueva frontera de mercados”,¹⁷

Como contraste con este modo de funcionamiento de la televisión en manos de grupos privados dentro de una dictadura con economía de mercado está el caso de Corea del Sur, cuyo dispositivo televisual permanecerá bajo la estrecha vigilancia del Estado de seguridad nacional. Habrá que esperar a 1990 para que este nuevo país industrial

¹⁷ M. y A. Mattelart, *El carnaval de las imágenes. La ficción brasileña*, Madrid, Akal, 1988, pp. 25-26.

inicie una liberalización, autorizando la instalación de agencias publicitarias extranjeras en su territorio y abriendo un debate sobre la creación de cadenas comerciales.

La ciencia de la contrainsurgencia

“Las poblaciones son amorfas o indiferentes; basta con detectar, y después formar, una élite activa, para luego introducirla en la masa como una levadura que actuará en el momento preciso.”¹⁸ La visión que los teóricos franceses de la lucha antisubversiva tenían de la diferenciación social se reducía a la mínima expresión. Pese a su profesión de fe en las virtudes de la *acción psicológica*, se aferraron a un conjunto de problemas sometido a una lógica militar. En una palabra, los militares reivindicaban el papel de protagonistas en todas las fases de la lucha.

Sus homólogos estadounidenses no se dejaron engañar y se interrogaron acerca de las implicaciones de tamaña doctrina en la relación ejército-Estado. Así, puede leerse en el artículo, citado más arriba, firmado por Don A. Starry: “Es significativo que a lo largo de los imperios, de las repúblicas, de las restauraciones, de los gobiernos que se han sucedido, el ejército haya permanecido fiel a Francia. El ejército ha evitado la política [...] La guerra revolucionaria, tal como ha sido entendida, ha puesto en tela de juicio la esencia misma de la profesión [...] Es un método que pone directamente en peligro la estructura de la democracia liberal. Las fuerzas armadas pueden combatir perfectamente los efectos de la subversión, pero, en una democracia, no le corresponde a la fuerza militar ser el agente que ataca las causas de la subversión.”¹⁹ El Pentágono, de común acuerdo con la Casa Blanca, recurre al arsenal de las instituciones y de las tradiciones del Estado norteamericano para evitar este fatal desliz.

Dos elementos favorecen la concertación: la existencia de un marco institucional de colaboración político-militar, proporcionado por esa ley-marco que era la *National Security Act*; y un vivero de investigadores dispuestos a movilizarse en torno a los objetivos de la lucha contrainsurgente.

¹⁸ R. Trinquier, *La guerre moderne, op. cit.*, p. 175.

¹⁹ D.A. Starry, *op. cit.*

A partir de 1961, el presidente John Kennedy y su secretario de Defensa, Robert McNamara, se disponen a modificar la mentalidad del Pentágono y reestructurar la institución de arriba abajo. Las obras de Ernesto Che Guevara y de Mao Tse-tung forman parte de las lecturas obligatorias. El personal del departamento de Estado y, más concretamente, el personal destinado en países del tercer mundo, no escapa a esta exigencia. Habrá que esperar, no obstante, a los primeros fracasos en Vietnam, en 1964, para ver cómo triunfa la doctrina Kennedy. Fracasos que obedecen, precisamente, al hecho de que se había confiado excesivamente en los expertos en guerra convencional (en aquel momento, la intervención norteamericana en Vietnam se limitaba al envío de asesores militares).

En 1962, sin embargo, algunos universitarios habían puesto de relieve ante los generales la importancia estratégica que, en lo sucesivo, iba a revestir el estudio del "comportamiento insurgente" (*insurgent behavior*). Aquel año, dos profesores del MIT (Massachusetts Institute of Technology), Ithiel de Sola Pool —una de las grandes figuras de la investigación en comunicación internacional—, y Lucian Pye, habían propuesto, en efecto, en un informe publicado por la Smithsonian Institution, titulado *Social Science Research and National Security*, un método de enfoque pluridisciplinar con vistas a "formular modelos de análisis del cambio social y del control social en los países subdesarrollados".²⁰ Pero los militares lo guardaron en sus cajones. Sólo los fracasados del programa de traslados masivos de población y de su reagrupamiento en *aldeas estratégicas*, así como la resistencia antigubernamental, cada vez mayor, de los budistas, elevaron a la categoría de necesidad la alianza ciencias sociales/contrainsurgencia.

A finales de 1964, los secretariados de Defensa y del Ejército, procedían al inventario de los recursos disponibles para este tipo de investigaciones y hacían balance, sin miramientos, de los estudios existentes. Su conclusión: "De entrada, hay que señalar que existe un conocimiento y una comprensión totalmente incompletos de las condiciones culturales, económicas y políticas que, en cada nación, son causa de conflicto entre grupos."²¹

Un vasto programa de investigación sociológica y antropológica

²⁰ M.T. Klare, *War without end, American planning for the next Vietnams*, Nueva York, Vintage Books, 1972, p. 90. Véase también C. Brightman y M.T. Klare, "Social research and counterinsurgency". *NACLA Newsletter*, Nueva York-Berkeley, marzo de 1970.

²¹ M.T. Klare, *Ibid.*, p. 91.

intentó llenar ese vacío mediante una investigación por redes —compuestas por centros universitarios y entidades privadas—, encargada por los nuevos organismos de coordinación *ad hoc* de la defensa. Los contratos de investigación en ciencias sociales versaron, prioritariamente, sobre las minorías y las élites, sus valores, su vulnerabilidad frente a las operaciones psicológicas, sus relaciones sociales e instituciones de comunicación. De este modo se privilegió, a la vez, el análisis de las minorías étnicas y religiosas y la evaluación de la capacidad de los militares locales para asumir el liderazgo en el desarrollo nacional. Las primeras formulaciones de modelos de la *social systems engineering* iniciaron el tratamiento de la contrainsurgencia mediante su tabla *input/output*. Vieron la luz tramas que *simulaban* los posibles comportamientos y reacciones de los *actores del sistema* en situación insurgente o preinsurgente: gobiernos, militares, partidos políticos, clases medias, campesinos, obreros, minorías, terratenientes, estudiantes, empresarios nacionales, sociedades multinacionales, etc. En el Sureste asiático, pero también allí donde estuviera latente el fuego de la revuelta.²²

Lo cierto es que los fondos de la investigación contrainsurgente irrigaron los más diversos centros de estudios superiores: American University, Stanford, MIT, Johns Hopkins —que desde el final de la segunda guerra mundial, contaba con un centro de investigaciones especializado en la guerra psicológica— y muchos otros. Ithiel de Sola Pool, que había llamado la atención del equipo Kennedy, al poner a punto, en 1960, el primer modelo de simulación de una campaña electoral —la del futuro presidente de Estados Unidos— llegó a prestar su colaboración en la puesta a punto de un modelo de contraguerrilla, bautizado *Agile-coin*. El mismo universitario que, durante los años ochenta, se destacará por su defensa de la desreglamentación neoliberal, será, por otra parte, el único, entre sus colegas, en formar parte, durante los años decisivos 1965-1969, del comité especial (Defense Science Board) encargado de supervisar y evaluar las repercusiones de la alianza entre la investigación y las necesidades de la *seguridad nacional*.²³

La comunidad universitaria estadounidense distó mucho de mos-

²² Véase, en particular, I.L. Horowitz, bajo la dirección de, *The rise and fall of Project Camelot*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1967.

²³ I. de Sola Pool, *The technologies of freedom*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1983.

trarse unánime sobre el hecho de participar en este tipo de investigaciones, a pesar de que muchos investigadores se negaron a hacerle ascos a este maná. Al hacer el balance de la investigación universitaria en materia de *Defensa* desde el comienzo de la guerra fría, un redactor de la revista *Scientific American* no dudaba en escribir, en 1965: "La nueva ciencia de la *human engineering* con el *interface hombre-máquina* ha precipitado a la psicología en el ámbito de las disciplinas favorecidas por los proyectos/contratos y becas de investigación. Ciertos institutos de investigación, organizados en sus comienzos, por iniciativa del departamento de Estado y de las grandes fundaciones privadas, para arrojar luz sobre regiones sombrías del mapamundi, han introducido la sociología y la antropología en la órbita del departamento de Defensa [...] Con los abundantes fondos para proyectos que cubren cada campo de enseñanza, los *campus* se han visto obligados a hospedar un nuevo tipo de *condottieri*, de mercenarios de la ciencia, así como a becarios forrados de doctorados y dispuestos a alquilarse para hacer estudios que responden a las cláusulas de un contrato."²⁴

Por una ironía del destino, el único *input* que los nuevos ingenieros sociales olvidaron introducir en sus simulaciones fue la creciente diferenciación de los actores políticos en el propio territorio de Estados Unidos. Tal y como observaría en 1975, un tanto desengañado, Samuel P. Huntington, un geopolítico que no se anduvo con contemplaciones en su informe de actividad al servicio de la lucha contrainsurgente en el Sureste asiático: "La guerra de Vietnam y, en menor medida, los problemas raciales, han dividido a las élites, así como al público de masas. Además, el número y la diversidad de los grupos cuyo apoyo podía ser importante [para el gobierno] han aumentado formidablemente en los años sesenta [...]. La más notoria de las nuevas fuentes del poder nacional han sido los medios nacionales. Es decir, los grandes *networks* de televisión, los grandes *news magazines* y los periódicos de alcance nacional como el *Washington Post* y el *New York Times*. Existe, por ejemplo, un considerable número de evidencias que sugieren que el desarrollo del periodismo televisado ha contribuido a minar la autoridad gubernamental [...]. Resumiendo, las informaciones televisadas funcionan como una agencia *despatriante* (*dispatriating*). Una agencia que describe las condiciones en las que se

²⁴ G. Piel, citado en M.T. Klare, *War without end*, op. cit., p. 76. Véase también P. Dickson, *Think tanks*, Nueva York. Ballantine, 1971.

desarrolla la sociedad como indeseables y yendo de mal en peor.”²⁵

De hecho, el geopolítico norteamericano, de común acuerdo con el sociólogo francés Michel Crozier y el sociólogo japonés Joji Watanuki, partirá de esta comprobación para diagnosticar, en 1975 la “ingobernabilidad de las grandes democracias occidentales”.

La desinformación en el banquillo

“Es mi generación la que debe detener, la que debe hacer que los militares desanden el camino que han recorrido en nuestro sistema civil. Estas incursiones han subvertido o ahogado las voces civiles en el seno mismo del ejecutivo, han debilitado el papel constitucional y la responsabilidad del Congreso. Han terminado por hacer cargar al público con un peso económico y psicológico que podría resultar desastroso.”²⁶ Con estas palabras, el senador William F. Fulbright concluía su ensayo, *The Pentagon propaganda machine*, publicado en 1970. Al desmenuzar el desproporcionado desarrollo de las estrategias de comunicación del poder militar, denunciaba la influencia de lo que él llamaba las “actividades de relaciones públicas del departamento de Defensa sobre el modo de pensar la nación”.

En marzo de 1972, Fulbright presidía la comisión de investigación del Senado sobre las actividades de la USIA, la agencia de información de Estados Unidos. En el transcurso de sus intervenciones, funcionarios de la agencia, diplomáticos y senadores arrojaron una cruda luz sobre las desviaciones y deslices de este organismo central de propaganda del gobierno norteamericano que contaba con diez mil empleados repartidos por más de un centenar de países. En 1966, el mismo senador por Arkansas ya había presidido una primera investigación sobre las actividades de *lobbying* de la USIA entre los profesionales de la prensa con vistas a mejorar la imagen gubernamental.²⁷

En un memorándum dirigido al director de la agencia, en enero de 1963, el presidente Kennedy había precisado los cometidos de la

²⁵ S.P. Huntington, en *The crisis of democracy. Report on the governability of the democracies to the Trilateral Commission* (por M. Crozier, S.P. Huntington, J. Watanuki), Nueva York, New York University Press, 1975, pp. 98-99.

²⁶ J.W. Fullbright, *The Pentagon propaganda machine*, Nueva York, Vintage Books, 1971 (2a. ed.), p. 157.

²⁷ Véase J. Aronson, *The press and the cold war*, *op. cit.*

USIA, fundada en 1953, en los siguientes términos: "Su tarea es la de ayudar a cumplir los objetivos de la política extranjera de Estados Unidos: a) influyendo en las actitudes del público en las naciones extranjeras; b) teniendo al presidente, a sus representantes exteriores y al conjunto de los departamentos y de las agencias, al corriente de las implicaciones que la opinión extranjera puede tener en las políticas, decisiones y programas, presentes y futuros, que emanan de Estados Unidos. Esta misión de influir en las actitudes será llevada a cabo gracias a la utilización, sin disimulo, de numerosas técnicas de comunicación (contactos personales, red radiofónica, bibliotecas, publicación y distribución de libros, prensa, televisión, cine, exposiciones, enseñanzas de inglés, etc.)." Mediante todos estos recursos, añadía, se trata de "dar de los Estados Unidos la imagen de una nación fuerte, democrática, dinámica, cualificada para liderar los esfuerzos que el mundo despliega para alcanzar esta meta".²⁸

La intensificación del compromiso norteamericano en Vietnam, hizo que, en 1970, a esta misión civil ratificada por el Congreso se le sumara otra: "Prestar apoyo adecuado en materia de guerra psicológica al alto mando en el teatro de operaciones activas y proporcionarle consejos cotidianos y materiales de información básica."²⁹ Una misión que, de hecho, la USIA ya había asumido sobre el terreno, al crear, en Saigón, en colaboración con este alto mando, la JUSPAO (Joint United States Public Affairs Office). El objetivo a alcanzar era definido de forma perentoria por sus propios funcionarios: "Conquistar los corazones y las mentes del pueblo vietnamita para sostener el esfuerzo de guerra norteamericano e intentar influir favorablemente en los periodistas, recoger informes sobre las tácticas de guerra psicológica del enemigo y socavar su moral." Por esta razón, la USIA había sido partidaria, a finales de los años sesenta, del proyecto de pacificación bautizado con el nombre de *Phoenix*, que permitió neutralizar a más de veinte mil opositores al régimen de Thieu.

²⁸ US Senate, *USIA Appropriations Authorization, Fiscal Year 1973, Hearing before the Committee on Foreign Relations United States Senate, March 20-21 and 28*, Washington, US Government Printing Office, 1972, p. 55. Para una descripción de la USIA por uno de sus funcionarios, véase, A.C. Hansen, *USIA: Public diplomacy in the computer age*, Nueva York, Praeger, 1984. Para una visión crítica de la *Voice of America*: H. Fredericks, *Cuban-American War*, Norwood, NJ., Ablex, 1985. Sobre las estrategias de propaganda del gobierno norteamericano, véase Y. Eudes, *La conquête des esprits*, Paris, Maspero, 1982.

²⁹ US Senate, *USIA Appropriations...*, *op. cit.*, Sesión del 20 de marzo de 1972, p. 55.

Pero, en el transcurso de las audiencias públicas que, presididas por el senador Fulbright, se desarrollaron en 1972, no fue éste el aspecto del trabajo de la USIA sobre el que insistió la Comisión. Tres inquietudes animan las preguntas dirigidas por sus miembros a los agentes del organismo de propaganda que desfilan ante el estrado. En primer lugar, el carácter clandestino de algunas de sus operaciones, que la USIA había realizado de incógnito, es decir, sin firmarlas; lo que le estaba expresamente prohibido, toda vez que las instrucciones de Kennedy hablaban de "utilización no disimulada" (*Overt*) de los medios, a diferencia de los métodos de los organismos de Inteligencia como la CIA, cuya misión legal y explícita eran las *covert actions*. A continuación, la relación entre el organismo público y las grandes empresas estadounidenses, con ocasión del montaje de operaciones comunes. Por último, la confusión, que no hace más que aumentar, a medida que se van depositando los testimonios, entre *propaganda* e *información*. Hasta tal punto que el senador norteamericano ha de admitir que "la distinción entre una y otra es extremadamente trabajosa de establecer. Porque, no sólo hay dificultades teóricas, sino también obstáculos prácticos que impiden trazar una línea de separación nítida".³⁰

Cuatro años más tarde, en abril de 1976, un año casi, día por día, desde la caída de Saigón, otra comisión senatorial, presidida por Frank Church, convoca a los responsables de los servicios secretos civiles y militares. En el banquillo: las *covert actions* llevadas a cabo por la CIA y el Pentágono. Operaciones que ocultan actividades tan diversas como la propaganda, la guerra económica, la acción directa preventiva (sabotaje, antisabotaje) o la subversión contra Estados hostiles (ayuda a la guerrilla o a los movimientos de oposición).

La propaganda, en este supuesto, es lo que los excombatientes de la segunda guerra mundial habían catalogado bajo la denominación de: *black propaganda*. Es decir, "una operación fundamental que es competencia de la Inteligencia, no sólo porque no utiliza como munición más que material de Inteligencia, sino también por el hecho de que se lleva a efecto con el mayor sigilo: jamás identifica sus fuentes reales; pretende tener su origen donde el enemigo o en territorio ocupado".³¹ Cabe incluir en esta definición técnica, sobre todo, la

³⁰ *Ibid.*, pp. 7-8.

³¹ L. Farago, *War of wits: The anatomy of espionage and intelligence*, *op. cit.*, p. 330.

difusión y la fabricación de informaciones y de rumores.

En este punto concreto, la comisión Church, por su parte, se propone, por encima de todo, evaluar los peligros que entrañan para el ciudadano estadounidense estas prácticas clandestinas que la virulencia del choque de las ideologías en el transcurso de la guerra fría, según confesión de sus propios protagonistas, “había hecho indispensables a pesar de su carácter, a menudo, francamente ilegal” “La razón por la que la comisión, explica el senador Church, investiga el uso que ha hecho la CIA de los medios norteamericanos, tanto en el pasado como en el presente, es doble: la primera es la capacidad, inherente a las operaciones clandestinas en los medios, de manipular, e incidentalmente, de engañar al público de nuestro país; la segunda, el daño que las relaciones clandestinas del organismo de Inteligencia con periodistas y medios pueden ocasionar a la propia credibilidad e independencia de una prensa libre.”³² Entre otras acusaciones: muy especialmente, las campañas de prensa orquestadas en 1970 por este organismo con vistas a desestabilizar al candidato socialista a la presidencia de Chile, durante los dos meses que precedieron a la transmisión de poderes. La información divulgada en el marco de esta *covert action* había sido ampliamente reproducida por el *New York Times* y el *Washington Post*, *contaminando* —es el término utilizado por el senador— noticias y comentarios. El inventario de este tipo de acciones no acaba ahí, porque, al hilo de las declaraciones de los agentes de información, desfilan los casos de Irán, Italia, Grecia, Guatemala, etc. Países, todos ellos que, en el transcurso de las dos últimas décadas, han constituido *zonas de subversión*, reales o en potencia.

Estas dos series de audiencias tienen el gran mérito de arriesgarse a formular el problema y, sobre todo, de reconocer que podría haber problemas para el ejercicio de los derechos democráticos. No es preciso decir que estas confesiones de los años setenta contrastaban con la actitud cautelosa de las otras grandes democracias occidentales donde la clasificación de estas acciones inconfesadas en la categoría *Confidencial Defensa* permitía conservarlas fuera del alcance de las miradas exteriores. El mérito de las comisiones Fulbright y Church, si cabe, era todavía mayor, si se tiene en cuenta que enfrente, del otro lado del telón de acero, la regla era la opacidad absoluta.

³² US Senate, *Foreign and Military Intelligence. Book I, Final Report of the Select Committee to Study Governmental Operations with Respect to Intelligence Activities, April 26, 1976*. Washington, DC, US Government Printing Office, 1976, pp. 197-198.

Desinformatsia

Las revelaciones de antiguos responsables de los servicios secretos que se habían pasado al Oeste permitían levantar una parte del velo que cubría el dispositivo internacional de propaganda y de desinformación (*desinformatsia*) de la Unión Soviética y de sus satélites.³³ Así fue, por ejemplo, cuando un miembro del *Politburó* checo, el general Jan Senya —una de las primeras deserciones de peso de un alto mando en este ámbito—, reveló, en 1968, cómo los servicios secretos del Este habían logrado engañar en 1962 a los periodistas del *Der Spiegel*, haciéndoles llegar los *planes secretos sobre la estrategia de la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte)*.

En los círculos de la Inteligencia occidental, todo el mundo estaba de acuerdo en difundir la idea de que la extensión de las operaciones de Inteligencia de la Unión Soviética no guardaba proporción con la del otro campo. Todo ocurría como si la guerra de las evaluaciones acerca del potencial del adversario también fuese parte integrante del combate de los propagandistas. Así, no es nada sorprendente encontrar esta estimación en el expediente de la comisión Church: las actividades del Este equivalen a seis veces las del Oeste, y todavía mucho más, si se contabilizan las operaciones clandestinas.³⁴ En el restringido frente de la propaganda, los testigos de la comisión Fulbright ofrecen, ellos también, estimaciones que acusan una neta desventaja para Occidente: radio Moscú emitía, en 1970, una media de doscientas treinta y cinco horas por semana, en quince lenguas, para África; *Voice of America*, no más de ciento treinta, y sólo en cuatro lenguas (inglés, francés, árabe y swahili). Pero, a propósito de una pregunta del senador sobre la eficiencia de tamaño potencial, el responsable de la radio gubernamental termina confesando que “la eficacia de los programas de radio soviéticos no guarda proporción alguna con la amplitud de los esfuerzos desplegados, por la buena razón de que, en numerosos países, estas emisiones son consideradas *demasiado propagandistas*, tan estridentes que los datos de que se dispone indican que no las escuchan más que los miembros del partido o la gente próxima a éste”.³⁵

³³ R.H. Schultz y R. Godson, *Desinformatsia: Active measures in Soviet strategy*. Oxford, Pergamon-Brassey, 1984.

³⁴ US Senate, *Foreign and Military Intelligence*, *op. cit.*, p. 539.

³⁵ US Senate, *USIA Appropriations...*, *op. cit.*, p. 302.

En el espacio interior, el *Glavlit* y el *Gabinete negro* interceptaban en las fronteras la correspondencia entre científicos, revistas y trabajos académicos, e incluso las publicaciones de los organismos especializados de las Naciones Unidas donde las delegaciones soviéticas alardeaban de ser unas ardientes defensoras de una ciencia al servicio de la paz y de la comprensión entre los pueblos. Uno de los testimonios más convincentes es esa investigación etnográfica a la que, durante los años sesenta se entregó Jaurès Medveev, ese científico internado en un asilo psiquiátrico por haber acometido un estudio sobre las prevaricaciones de Lyssenko, y que, más tarde, se refugió en el Oeste. Pero antes de hacerlo, reconstruyó minuciosamente, con los medios a su alcance, el itinerario de su propio correo internacional y el de sus correspondientes extranjeros. Inconveniencias, extravíos extraños, incautaciones, devoluciones al remitente, matasellos misteriosos en las cartas recibidas que indicaban su paso por manos indiscretas, todas estas violaciones del derecho a la correspondencia de un particular incluso llevaron al sabio a demandar —sin provecho alguno, como no fuera un mejor conocimiento del sistema de censura— a la administración postal de su país en nombre de una legislación que sólo era democrática en los textos. Comparando el tiempo que tardan las cartas en llegar a su destinatario desde o en diversos puntos de Europa, con el que tardaban a finales del siglo pasado, Medveev comprueba que el plazo para el despacho del correo postal ordinario entre Inglaterra y Moscú se ha incrementado sensiblemente: ha pasado de tres-cuatro días en 1875-1914 a nueve-veintiún días a finales de los años sesenta. A este ritmo, las cartas de Lenin, pese a que estaba acosado por la policía del zar, enviadas desde Francia o desde Suiza, habrían tardado, en 1969, entre diez y diecisiete días, mientras que, a principios de siglo, llegaban a su familia en tres o cuatro días.³⁶

La mayor parte de los estudios sobre comunicación internacional realizados en los países socialistas durante los años setenta condenaba sobre todo a los *medios de propaganda burgueses*, término consagrado por el lenguaje burocrático para caracterizar a los medios occidentales. Una obra representativa es la de Georgi Arbatov, director del Instituto de los Estados Unidos de la Academia de Ciencias y alto responsable del partido en el sector del trabajo ideológico, cuyo título resumía por sí solo las fijaciones de la época: *The war of ideas in*

³⁶ J. Medveev, *Le secret de la correspondance est garanti par la loi*, op. cit.

contemporary international relations: The imperialist doctrine, methods and organization of foreign propaganda [La guerra de las ideas en las relaciones internacionales contemporáneas: la doctrina imperialista, los métodos y la organización de la propaganda extranjera] (1970).³⁷ Al estar viendo manipulación y complot donde fuera que se emitiesen ideas y opiniones, estudios como éste le daban la espalda a los análisis de Marx sobre la ideología como experiencia vivida de un modo de vida, transcurrida en la *naturaleza de las cosas*. Todo eso, claro está, pasaba por alto la diferencia esencial que separaba a los dos sistemas ideológicos y a su forma de pensar en el papel de los medios. Una diferencia que el historiador Roy A. Medveev, hermano del autor del estudio sobre la correspondencia, explicaba muy sencillamente a sus interlocutores norteamericanos: “Los Estados Unidos cuentan con varios partidos políticos y un gran número de organizaciones y de grupos religiosos. Su propaganda no es más que una parte del flujo general de información. En la Unión Soviética, la información no es más que una parte de las campañas de propaganda del partido.”³⁸

Con el hundimiento de los regímenes comunistas, este proyecto de adoctrinamiento, ajeno a las realidades cotidianas y concretas de la población, revelará, pese a la masividad de sus flujos, su impotencia para alcanzar esa totalización de la vida individual y colectiva, que, sin embargo, era costumbre atribuirle.

En cuanto al dispositivo civil de propaganda del gobierno de Estados Unidos, lo que no ofrece dudas es que habrá que esperar hasta abril de 1991 para que se precipite su crisis anunciada unos quince años antes. En efecto, es en esas fechas cuando el presidente George Bush —“a la vista, sobre todo, del final de la guerra fría, de la revolución democrática en el Este, y de los acontecimientos del Golfo”, por utilizar los términos de su memorándum al grupo de expertos encargados de formular recomendaciones— decidirá estudiar la reorganización de las radios y televisiones oficiales con el fin de que estos “medios sigan siendo competitivos”. Esta cualidad no será, en efecto, la suya,

³⁷ G. Arbatov, *The war of ideas in contemporary international relations: The imperialist doctrine, methods and organization of foreign propaganda*, Moscú, Progress Publishers, 1973 (edición original en ruso, 1970). Para un análisis de varios trabajos soviéticos de este tipo: J.R. Bennett, “Soviet scholars look at US Media”, *Journal of Communication*, vol. 36, núm. 1, invierno de 1986.

³⁸ R.A. Medveev, “Information in Russia: against the languid flow”, *International Herald Tribune*, 29 de febrero de 1984, p. 4.

durante la intervención de los *marines* en Panamá, en diciembre de 1989, ni durante la guerra del Golfo de 1990-1991. Ambos conflictos señalarán el irresistible ascenso de la cadena privada CNN (*Cable News Network*) como intermediario obligado para el dispositivo de la energética diplomacia de la Casa Blanca. En ambas ocasiones, podrá comprobarse cómo la presión emotiva de las imágenes está modificando los procesos de decisión de los responsables políticos. La inmediatez de la información en directo se saltaba las frías cabezas de los expertos. En esta revisión estratégica, una excepción a la regla: la política respecto del gobierno castrista de Cuba por parte del gobierno de Estados Unidos que sigue manteniendo en Florida la radio y la televisión Martí, de acuerdo con el viejo esquema heredado de los hábitos de la guerra entre bloques.

El cuestionamiento de los objetivos y de los métodos de la USIA coincidirá en el tiempo con la puesta en entredicho de la agencia de información, la CIA, ya muy maltrecha por el *Irangate*, ese escándalo de malversación, en beneficio de la *Contra* nicaragüense, de fondos procedentes de las ventas secretas de armas a Irán. A pesar de sus, aproximadamente, dieciocho mil funcionarios y de un presupuesto estimado en tres mil millones y medio de dólares, este dispositivo civil de espionaje será cogido en falta con motivo de la invasión de Kuwait por las tropas de Saddam Hussein. Como tampoco será capaz de prever el momento preciso de la caída del muro de Berlín, en 1989, ni el golpe de Estado en la Unión Soviética, en 1991. Entre los factores de crisis de este servicio secreto: excesivo énfasis en los métodos de espionaje electrónico en detrimento del elemento humano en la recogida de la información, dificultad para dominar e interpretar el flujo de informaciones suministrado por este refinado dispositivo tecnológico, insuficiencia de agentes especializados en lenguas y culturas extranjeras, y, por encima de todo, dificultad para desembarazarse de una visión maniquea y conspirativa del mundo, heredada de la lucha contra el *imperio del mal*, y para enfrentarse a un entorno en el que o sólo resulta difusa la noción de enemigo, sino que los datos sobre las estrategias industriales y tecnológicas de las potencias competidoras resultan tan indispensables para la seguridad nacional como la tradicional materia prima de la información, ocupada en su totalidad por el espionaje político.

Atenerse a una definición unívoca de la información no sería de recibo en una época en la que se está convirtiendo en polifacética. De hecho, es de lo que las empresas privadas, empezando por las japone-

sas, desde hace tiempo, han tomado conciencia con la mundialización de la economía, al ponerse en *vigilancia tecnológica* o, incluso, en *vigilancia estratégica*, dando a entender así que esta operación no sólo concierne a la tecnología, sino al conjunto de datos técnico-económicos y políticos susceptibles de ser tomados en consideración en la elaboración de la estrategia de los actores económicos. Su misión: recoger, a través de las fuentes y redes más diversas (coloquios, publicaciones e informes científicos y técnicos, intercambios, etc.), esta *información estratégica* que la empresa necesita para conservar sus niveles de competitividad; analizarlos cruzando las miradas de diversas disciplinas y ámbitos de actividad y recurriendo a especialistas pertenecientes a diferentes culturas.

En cuanto al Pentágono y su dispositivo de información, vivirá otra historia: seguirá la línea de las crestas de sus futuras victorias.

El Golfo: ¿una guerra posmoderna?

La guerra del Golfo ha arrojado una cruda luz sobre lo que, durante los años ochenta, con la crisis de los complejos militar-industriales y las celebraciones oficiales del final de la guerra fría, tendió a instalarse como una zona de sombra en los debates sobre el futuro de los sistemas globales de comunicación e información: la lógica de la vigilancia y la lógica de lo que el geopolítico norteamericano James Der Derian llama la *cultura de la seguridad nacional*.³⁹ Pero, ¿quién puede negar, después de este conflicto, que la nueva arquitectura de las redes globales también sigue jugándose ahí, a pesar de todo?

La guerra del Golfo es una *guerra de la comunicación*, por un doble motivo.

Lo es, de entrada, por el lugar que ocupa la información, censurada por un sistema de *pools*, bajo estricto control militar. Los militares autorizaron un total de once *pools*, o pequeños equipos de prensa, de cinco a dieciocho personas, cada una de las cuales cubría una unidad específica. Estos *pools* salían al terreno acompañados de un oficial (*Public Affairs Officer*) que escogía las tropas a entrevistar, les daba instrucciones (*briefing*), controlaba los rodajes, revisaba, suprimía

³⁹ J. Der Derian, "Arms, hostages, and the importance of shredding in earnest: reading the national security culture", en *Cultural Politics in Contemporary America*, I, Angus y S. Jhally, bajo la dirección de, Londres-Nueva York, Routledge, 1988.

cualquier información *sensible*. Luego, se enviaba todo a Dahrán y se distribuía a la prensa. El acceso al *pool* resultó desigual, según acreditan las dos demandas presentadas ante los tribunales por periódicos norteamericanos como *Harper's*, *Mother Jones*, *The Nation* y *The Village Voice*, por un lado, y por la AFP, por otro.

Desde el comienzo de la crisis del Golfo, por cierto, los periodistas que no pertenecían a grandes empresas informativas o que no estaban explícitamente recomendados por los gobiernos de la coalición, encontraron dificultades para obtener el visado de las autoridades saudíes. Esto es lo que revela una investigación llevada a cabo por la Gannett Foundation (aproximadamente la mitad de los periodistas estadounidenses pasaron por estas circunstancias). Es así cómo el corresponsal de la cadena hispanófila de Estados Unidos, Univision, necesitó un mes para conseguir su visado, mientras que los corresponsales de las grandes agencias de prensa anglosajonas lo obtenían en menos de una semana.⁴⁰

El procedimiento del sistema de *pools* fue legitimado oficialmente al amparo del precedente de la guerra de Vietnam. No obstante, esta interpretación —que también es, según hemos visto, la de Samuel Huntington y sus colegas— que erige a la televisión en agente de la derrota ha sido brillantemente rebatida por Daniel C. Hallin.⁴¹ En su estudio, publicado en 1986, el politólogo de la Universidad de California ha demostrado cómo el conflicto vietnamita no ha sido la *living room war* que algunos pretenden, esa guerra librada en directo todos los días ante los ojos del mundo. Incluso en ausencia de una censura gubernamental, las *networks* distan mucho de haber enseñado la *true horror war*, guiadas como lo estuvieron por una autocensura dictada tanto por un tipo de relación con sus audiencias como por el gobierno y el ejército. En otras palabras, la televisión ha sido mucho más un *follower* que un líder de opinión, un seguidor antes que un conductor. Tales conclusiones llevarán al investigador norteamericano a afirmar, con ocasión del conflicto del Golfo, que: “Uno de los mitos más tenaces sobre el Vietnam es esa idea de que la cobertura —hasta el punto de saturación— por parte de la televisión hizo que el público se revoliera contra la guerra, y, por consiguiente, que toda guerra

⁴⁰ E.E. Dennis (ed.), *The media at war: The press and the Persian Gulf conflict. A report of the Gannett Foundation*, op. cit.

⁴¹ D.C. Hallin, *The “Uncensored war”: The media and Vietnam*, Nueva York, Oxford University Press, 1986.

televisada perderá el apoyo del público. Este axioma motivó a los británicos a imponer restricciones draconianas a las cadenas durante la guerra de las Malvinas (1982), y es una de las principales razones por las que los medios norteamericanos, durante la guerra del Golfo, hubieron de enfrentarse con la censura militar, por primera vez desde la guerra de Corea.⁴² Que conste en acta, pues.

Piénsese lo que se piense, estudios como el de D.C. Hallin merecen archivarse en la carpeta de los interrogantes que ponen en entredicho las ideas recibidas y le devuelve a la noción de *censura* toda su complejidad social. Demuestra cómo el control estatal sobre los flujos de información en tiempo de guerra y crisis no puede hacer caso omiso de los mecanismos que regulan su producción en tiempo de paz, so pena de perder toda credibilidad y legitimidad social. Esta necesidad que tiene el Estado de una *complicidad metabólica* con las instituciones mediáticas es precisamente lo que aparta a los análisis del politólogo de una tesis *conspirativa*.

En su aspecto clásico, la guerra de la información es la heredera de las técnicas de la guerra psicológica acumuladas en el transcurso de las guerras anteriores. Los llamamientos a la desertión, por ejemplo, lanzados a las tropas iraquíes, ya se habían oído antes. Para convenirse de ello, bastaría, por ejemplo, con volver a leer el detallado relato de David Hertz, guionista de Hollywood en la vida civil y oficial OSS del primer ejército norteamericano durante el asedio de Lorient, en agosto de 1944. Microcosmo, en el que todas las estratagemas y astucias fueron utilizadas para socavar la moral de los, aproximadamente, veintiocho mil soldados alemanes encerrados en su fortaleza.⁴³

También son normas del género las operaciones de desinformación, de producción de falsas noticias o de rumores, sobre el potencial del ejército enemigo, sobre las pérdidas, sobre la envergadura de la marea negra, etc. Formas de acción secreta, todas ellas, por las que se inquietaban, de forma premonitoria, los senadores Fulbright y Church que presentían el riesgo de contaminación de los medios y de las agencias de prensa por la *black propaganda*. Una de las novedades de esta fusión es su extensión, hecha posible gracias a la connivencia de numerosos periodistas, ingenuos o cínicos. Sin despreciar por ello la presión de las *formas paroxísticas* que asumen en época de guerra los

⁴² D.C. Hallin, "Living room war: Then and now", *Extra!, Special issue on the Gulf War*, Nueva York, vol. 4, núm. 3, mayo de 1991, p. 21.

⁴³ D. Hertz, "The Radio Siege of Lorient", *Hollywood Quarterly*, 1946, núm. 1.

símbolos de masas nacionales. Esto es lo que le hacía decir a Elias Canetti, en los años cincuenta, que estos periodos de obcecación traían consigo, de forma masiva, la *religión nacional*.⁴⁴

Pero donde radica el cambio cualitativo en las prácticas de los *psychological warriors*, es en la forma en que se han introducido en el imaginario de la cultura de masas. Es evidente que la *nueva estética de las armas*, que hace que los fabricantes de armamentos estén cada vez más atentos a las formas que circulan en la sociedad post-industrial, les ha ayudado poderosamente. Todo ocurre como si, en el diseño mismo del mortífero ingenio proyectado en la pequeña pantalla, se incorporara desde ahora su dimensión de exhibición mediática, su dimensión *anhelante*, su valor *comunicante*. La vieja polémica iniciada, después de la primera guerra mundial, por el filósofo Walter Benjamin, en contra de la *estética de la guerra*, tan grata a su compatriota Ernst Jünger, merecería ser nuevamente analizada.

Esto nos lleva hasta la segunda razón, que define la guerra del Golfo como una *guerra de la comunicación*. La guerra de las 3 C (Control, Command, Communication Intelligence). De la *puesta en imágenes* que hizo el ejército de la guerra aérea, se obtiene una representación: el triunfo de los *armamentos inteligentes*: videomisiles de crucero, pilotados por sus propios ordenadores instalados a bordo; satélites de reconocimiento que permiten que los pilotos, antes incluso de subirse a sus aviones, conozcan el lugar de las operaciones (cinco satélites-espías sobrevolaron Irak y enviaron en tiempo real los datos recogidos en las consolas de los analistas del Pentágono, proporcionando detalles de hasta diez centímetros); sistemas de mando conectados con todos los aparatos de combate e incluso con las propias armas. En resumen, se despliega ante nuestros ojos un complejo sistema de sistemas expertos, de *redes neuronales*, así como numerosos sistemas y pantallas informáticas que van desde el gran IBM a los portátiles de las unidades ligeras, etc., que sirven, bien como centros de decisión, bien como elemento intermedio para el análisis de los datos, bien como un simple nudo que encamina las informaciones hacia otros sistemas.⁴⁵

Además, mediante una impresionante logística de la intendencia

⁴⁴ E. Canetti, *Masse und Macht*, Hamburgo, Claascen Verlag, 1960. [ed. esp.: *Masa y poder*, Barcelona, Muchnik Editores, 1977].

⁴⁵ Véase Ph. Class, "Sous le feu de la technologie", *01 Informatique*, 25 de enero de 1991; S. Rosselin, "Conflit du Golfe: les satellites savent tout", *Science et Vie*, septiembre de 1990.

—de cada cien soldados norteamericanos, presentes en la operación *Escudo del desierto*, sólo cincuenta y cinco eran combatientes—, esta guerra de las tecnologías de comunicación e información es la primera en gestionarse con *flujos extendidos*. Y en consecuencia, la primera en adoptar los métodos de gestión puestos a punto por los constructores de automóviles nipones: gestión informatizada, disminución máxima de existencias, solicitud de las piezas necesarias, a la orden, en curso de *producción*. (El noventa y cinco por ciento de las operaciones logísticas de la US Air Force se realizó así, sin intervención humana.) La gran diferencia con la gestión de una firma de automóviles estriba en que esta última no administra más de cien mil referencias (o tipos de piezas distintas) al día, mientras que las fuerzas norteamericanas tuvieron que gestionar varios millones. El despliegue de este modelo de organización en tiempo de guerra es tal que permite suponer que “los métodos de gestión puestos a punto para el Golfo, probablemente cambiarán la organización del trabajo en el mundo industrial de mañana”.⁴⁶ Del mismo modo que la ciencia de la organización había dado un paso decisivo al resolver los problemas planteados por el desembarco en las playas de Normandía el 6 de junio de 1944.

A partir de la guerra de las Malvinas, en 1982 pues, esta guerra que enfrentó al ejército de la dictadura argentina con las fuerzas de élite británicas, la utilización pionera, a escala natural, de los medios de destrucción automáticos y autoprogramados, había suscitado nuevos interrogantes acerca de lo que ya se percibía como una conmoción de los datos clásicos de la estrategia. Con tal motivo, Paul Virilio —en la línea de su reflexión sobre la fase suprema de la velocidad y la estrategia de la *visión global*, la *máquina de visión*, hecha posible gracias a los videomisiles, al telecontrol, a los satélites-espías y a la aparición de un nuevo tipo de cuartel general— incluso hablaba de superación de la geopolítica y de la geoestrategia en beneficio, exclusivamente, de la logística. Una logística en trance “de convertirse en *global* no sólo a causa del alcance de las nuevas armas *transhorizonte* y del gran radio de acción de los ingenios, sino, sobre todo, del régimen de temporalidad de los más recientes sistemas de armamento: el paso al acto de guerra no es más que [...] el traspaso de las responsabilidades (humana, política...) desde la fase de la libre deci-

⁴⁶ F. Came, “Le casse-tête de la logistique alliée”, *Libération*, 28 de enero de 1991.

sión de empleo en el campo de batalla, a la fase de la programación industrial y económica".⁴⁷

Jérôme Binde iba más lejos en el diario *Le Monde*: "Bajo una forma experimental, acabamos de *asistir*, en calidad, pues, de esclavos mirones y pasivos, a la primera guerra puramente tecnocrática [...] Las fuerzas propias son, de ahora en adelante, la informática y la comunicación, y la automatización de la maquinaria guerrera. El estilo de esta guerra suscribe su naturaleza: ni lucha de liberación, ni guerra nacional popular, ha enfrentado a *élites* militares desiguales [...]. La guerra de las Malvinas es el momento posmoderno en el que el *valor* militar se reduce a su grado cero [...] La técnica que permite que el agresor extermine a un enemigo a distancia garantiza, ahorrando el terrible cara a cara, la agresión de la guerra en una fase infantil o primitiva: la de la *omnipotencia de las ideas* (Freud)."⁴⁸

Shoot and forget (*Dispara y olvida*): es exactamente la imagen de la guerra como intervención quirúrgica que los nuevos guerreros psicológicos han difundido merced a las imágenes del ordenador del piloto que mata desde muy lejos, sin ver a su enemigo y sin ser visto. El mito de la guerra aséptica y entre profesionales.

Con razón ha podido chocarnos la proliferación de las discusiones *mediocéntricas* sobre la transparencia y la deontología de la información en tiempo de guerra y la carencia de un debate de fondo sobre la *ética* de esta nueva guerra electrónica, auténtica exhibición del marchamo tecnológico de Occidente, fuera de la que resulta, a nuestro juicio, ilusorio, establecer los fundamentos de una moral para el dispositivo mediático y sus *mirones*. Máxime cuando, a diferencia de la guerra de las Malvinas, la guerra del Golfo ha demostrado que la guerra electrónica ocultaba otra. Menos de dos semanas después del cese el fuego, el Pentágono reconocía, en efecto, que la guerra *high tech*, tan traída y llevada por las informaciones censuradas, no había representado más que una parte minoritaria de las acciones. De las ochenta y ocho mil quinientas toneladas de bombas desparamadas sobre Irak y Kuwait, menos del 7 por ciento eran bombas dirigidas por láser. Lo cual explica que el 70 por ciento de las bombas no dieron en el blanco, toda vez que los armamentos

⁴⁷ P. Virilio, "Guerre électronique", *Terminal*, 1984, núm. 11. (Texto de una intervención en el coloquio "Mythes et imageries de la technologie", 3-4 de junio de 1982). En inglés, véase: P. Virilio, *War cinema*, 1989.

⁴⁸ J. Binde, "Le terrorisme technocratique", *Le Monde*, 13 de julio de 1982.

inteligentes, a la vista del costo, sólo se utilizaron para los objetivos más valiosos del adversario.⁴⁹

El deseo de democracia que, en los años setenta, inspiró al Senado de Estados Unidos una interrogación en profundidad acerca de las operaciones psicológicas en tiempo de guerra, no subsiste ya, desgraciadamente, para provocar, en esta misma asamblea, un desmenuzamiento de las prácticas comunicacionales de los guerreros de la *guerra justa*. El consenso de los desfiles en la Quinta Avenida sumerge la impertinencia. El tiempo de la victoria —que también es el de la pulsión de la muerte— no es la hora de los balances.

En cuanto a la propaganda de la dictadura de Bagdad que no dudó en tomar a su pueblo como rehén para convertirlo en un peón en el tablero de una guerra regional, lleva hasta sus extremos la crisis de los grandes relatos de liberación nacional que los partidos-Estados, a falta de otros actores sociales y otros actores políticos, habían vaciado de sentido desde hacía tiempo en los países liberados de la opresión colonial.

Todo esto no debe hacer olvidar —incluso si uno se abstiene de convertir la guerra del Golfo en un conflicto Norte/Sur— que la lógica de la guerra ha hecho florecer los pensamientos simplificadores, las intolerancias y las certezas ciegas en la representación mediática, no sólo de cuantos se oponían a la guerra en el seno mismo de las grandes sociedades occidentales, sino también, y sobre todo, de la otra parte del mundo. El triunfalismo de los grandes países de la coalición ha despreciado olímpicamente los factores a largo plazo, es decir, el riesgo de que no se haga más profundo el resentimiento y no se ahonde el abismo imaginario y cultural entre los excluidos y los integrados.

Abandonemos ahora los senderos de la guerra para adentrarnos por las *vías del progreso*. Estas vías que pensadores como Proudhon, en una época en que lo internacional se percibía todavía como un mero invento de los estados, sólo podían imaginar en su relación con la guerra. “Las relaciones internacionales, escribía en 1860, tienen en la guerra su condición y su efecto. Pero esta manifestación del derecho de la fuerza está sometida a la ley del progreso, porque el progreso lleva a las sociedades a sustituir gradualmente el derecho guerrero de la fuerza por el derecho pacífico del trabajo”.

⁴⁹ F. Rousselot, “L'évènement”, *Libération*, 28 de marzo de 1991.

SEGUNDA PARTE

EL PROGRESO

6. DEL PROGRESO A LA COMUNICACIÓN: LAS METAMORFOSIS CONCEPTUALES

La aldea global

¿Qué sociedad, qué mundo anuncia el advenimiento de la información y de la comunicación electrónica? Esta pregunta ha suscitado, a partir de la segunda guerra mundial, numerosas hipótesis entre los científicos de diversas disciplinas, investigadores o altos funcionarios del Estado. El resultado ha sido que la teoría se ha enriquecido con una multitud de términos y de neologismos que han intentado dar cuenta de los cambios presentes y futuros en el estatuto social, económico y cultural de estas tecnologías. Al escrutar los distintos intereses que han gravitado sobre su producción y sus usos, la genealogía de estos conceptos, teorías y doctrinas permite comprender cuáles han sido y cuáles siguen siendo los envites de estas conmociones en los modos de pensar la comunicación. Conmociones en las que se han producido rupturas significativas o progresivos desplazamientos de sentido, que han hecho pasar a la *comunicación*, de una significación reducida a los medios, a una definición de pretensiones totalizantes, del confinamiento en un sector industrial a su promoción como zócalo de una nueva sociedad. Todo esto, finalmente, ha desembocado en la sustitución de la *ideología del progreso* por la *ideología de la comunicación*.

En esta génesis, un hombre se ha convertido, él solo, en un paradigma: el canadiense Marshall McLuhan. "A la velocidad del instante —escribía en 1974—, la audiencia se transforma en actor, y los espectadores se convierten en participantes. En la nave Tierra o en el teatro global, la audiencia y la tripulación se convierten en actores, en productores antes que en consumidores [...]. La posibilidad de la participación pública se convierte en una suerte de imperativo tecnológico al que se conoce como la ley del lapón: *si esto puede hacerse, hay que hacerlo* —una especie de canto de sirenas del hambre de evolución."¹

¹ M. McLuhan, "At the moment of Sputnik the planet became a global theater in which there are no spectators but only actors", *Journal of Communication*, invierno de 1974, vol. 24, núm. 1, p. 57.

Un punto de vista que había desarrollado más ampliamente, cinco años antes, con la colaboración de Quentin Fiore, en una obra titulada *War and peace in the global village*.

La guerra de Vietnam estaba en su apogeo. El mundo entero, afirmaban, vivía la *primera guerra de la televisión*. Una guerra que “significa el final de la dicotomía entre civiles y militares. Ahora el público participa en cada una de las fases de la guerra, y los combates más importantes los libra el propio hogar norteamericano”. Bastaba con “seguir la ola del cambio como un deportista del *surf*”. Esta “participación en profundidad” en ese nuevo entorno que actúa de forma permanente sobre el *sensorium* explicaba, según ambos autores, por qué “todos los territorios no industrializados, como China, la India y África, progresan a pasos agigantados merced a la tecnología eléctrica”.²

En esta visión de la *aldea planetaria*, todo ocurría en virtud, sólo, del imperativo tecnológico. De ahí a borrar la complejidad de las culturas y de las sociedades en las que aterrizaban y actuaban estos mensajes, sólo había un paso. Un paso que dieron otros analistas inmersos en la lucha de las ideas. Impresionados por esta concepción determinista, vieron en ella aquello de lo que ya estaban convencidos desde hacía tiempo: las nuevas tecnologías de comunicación significaban el fin de las ideologías, el auge de una nueva idea del cambio social que arrumbaba definitivamente la vieja obsesión de las revoluciones políticas. Porque, según ellos, la *revolución de las comunicaciones* ya había empezado a resolver problemas que estas últimas estaban lejos de haber resuelto.

Así, el escritor venezolano Uslar Pietri, no dudaba en cruzar el Rubicón, al afirmar, en 1972: “La revolución mundial ya ha empezado en los Estados Unidos [...]. El acontecimiento político sin precedentes que ha constituido la actitud de rechazo de gran parte del pueblo de los Estados Unidos hacia la guerra de Vietnam, o ante la situación de la minoría negra, no ha sido el fruto de ningún grupo político concreto, de ninguna ideología precisa, ni de un cambio brusco en la gestión de la cosa pública. Fundamentalmente, ha sido el resultado del volumen, de la intensidad y del alcance de los medios [...] El hombre de la calle se ha transformado, de entrada, en testigo ocular, para luego, fatalmente, participar de estos acontecimientos que ha-

² M. McLuhan y Q. Fiore, *War and peace in the global village*, Nueva York, Bantam, 1968, pp. 128 y 136 [ed. esp.: *Guerra y paz en la aldea global*, Barcelona, Eds. Martínez Roca, 1971].

brían seguido siendo lejanos e insignificantes en otras circunstancias." Y concluía con esta profecía: "Todos llegaremos a participar en todo lo que está ocurriendo y vamos a reaccionar a tal fin, al margen de las ideologías, de los modelos y de los mandamientos."³

1972: el gran público norteamericano está familiarizado con el eslogan de la *revolución de las comunicaciones*. Este nuevo *leitmotiv* echó a andar en la segunda mitad de los años sesenta. Para garantizar su impacto en una audiencia masiva, los representantes de la industria del *marketing* y de la publicidad fueron directamente al grano, proclamando, de entrada: "La revolución de las comunicaciones que se ha producido en los últimos siete años ha desarrollado el deseo de consumo, la responsabilidad social colectiva, la rebelión juvenil, la rebelión femenina, la rebelión de la moda, la era del juicio individual, o sea, una nueva sociedad."⁴

En todo el mundo, la *revolución de las comunicaciones* dispondrá, ciertamente, de vulgarizadores-técnicos, pero también contará con escritores-ideólogos, anticomunistas militantes, que en sus obras de gran éxito harán de la *revolución tecnológica* un nuevo caballo de batalla en su lucha contra todo lo que se mueve a su izquierda, e incluirán a quienes no estaban de acuerdo con este nuevo mito redentor, en el saco de los simpatizantes del autoritarismo.⁵

El crisol anarquista

Momificados en el mercado del *prêt à penser** del *todo planetario* que

³ A. Uslar Pietri, "Las comunicaciones como revolución", *Visión*, vol. 40, núm. 8, 22 de abril de 1972. [Esta cita no es transcripción del texto original en castellano, sino traducción de la edición francesa de la presente obra. T.]

⁴ E.B. Weiss, "Advertising nears a big speed-up in communications innovation", *Advertising Age*, 19 de marzo de 1973, p. 52.

⁵ Véase, en particular, la obra de un clásico del género, aparentemente poco propenso a los matices: J.F. Revel, *Ni Marx, ni Jesús*. Para un fino análisis del anticomunismo y de su construcción mediática en Europa en el transcurso de los años setenta, consúltense los trabajos (que no tienen equivalente en Francia) de: Ph. Elliot y Ph. Schlesinger, "Some aspects of communism as a cultural category", *Media, Culture & Society*, 1979, vol. 1, pp. 195-210; D. Childs (bajo la dirección de), *The changing face of Western Communism*, Londres, Croom Helm, 1980.

* Literalmente, "listo (preparado) para pensar"; en realidad, juego de palabras intraducible que alude a la expresión, más conocida, del mundo de la moda *prêt à porter* (listo para llevar o vestir). [T]

acelera su circulación cada vez que se produce un gran apocalipsis o una catarsis mundial, los análisis de McLuhan, con el paso del tiempo, han perdido el signo de sus orígenes.⁶ Separados del mantillo en el que han podido nacer, se ha llegado a olvidar, por una parte, que se inscriben en una tradición intelectual muy precisa y que, por otra, han evolucionado considerablemente desde que, en 1951, el autor canadiense publicó su primer libro.⁷

Sus primeros escritos dejan la puerta abierta a un interrogante sobre el potencial aumento del control social que entraña la nueva tecnología electrónica. Cuanto más se avanza en su obra, más se advierte cómo se va imponiendo el determinismo tecnológico y se convierte en un optimismo desbocado. Cómo se va erosionando la crítica del *industrialismo*. Cómo, también, se va alejando del análisis de los vastos complejos culturales en los que evolucionan estas tecnologías y que les dan un sentido. Por lo demás, el pensamiento mcluhaniano no se explica si no es en función de filiaciones y de parentescos con autores contemporáneos o incluso anteriores. Autores en los que se ha inspirado ampliamente sin casarse necesariamente con ellos. Autores también a los que, a menudo, rinde homenaje y con los que reconoce estar en deuda. Son, fundamentalmente, dos. El canadiense Harold Innis y el norteamericano Lewis Mumford. A su vez, este último no puede entenderse sin otras dos figuras: el geógrafo y anarquista ruso Piotr Kropotkin (1842-1921) y el escocés Patrick Geddes (1854-1932).

Los análisis de Mumford, Geddes y Kropotkin, empezaron, en los años veinte, a revolucionar las visiones sobre la relación entre el campo y la ciudad y abrieron la vía a otra forma de concebir la ordenación urbana. Todas estas personas tenían en común una misma preocupación central y una misma intuición: las tecnologías de comunicación son *extensiones del hombre* y el cambio tecnológico está en el centro de la historia de la civilización. Mumford, ya en su primera obra, titulada *Technics and civilization* (1934), toma prestada de Geddes la distinción que éste hace entre *paleotechnic* (vapor y mecánica) y *neotechnic* (electricidad).⁸ Más tarde también recuperará la utopía de Kropotkin y

⁶ J.W. Carey, "Mc Luhan and Mumford: The roots of modern media analysts", *Journal of Communication*, verano de 1981, vol. 31, núm. 3.

⁷ M. McLuhan, *The mechanical bride: Folklore of industrial man*, Nueva York, Vanguard Press, 1951.

⁸ L. Mumford, *Technics and civilization*, Nueva York, Harcourt, Brace & World,

profetizará que la electricidad sería una vía para salir de la era maquinista industrial y restaurar la vida de las comunidades. Harold Innis es ese sociólogo que, a diferencia del ecléctico y hombre de los medios que fue el literario McLuhan, se dedicó a sentar las bases de una teoría, no sólo acerca de los efectos de las tecnologías en la sociedad, sino sobre la causa de las innovaciones y de los cambios en las comunicaciones. Y para llegar hasta allí recurre a la geografía y a la economía.⁹ En *La Galaxia Gutenberg* (1962), sin duda su libro más importante, McLuhan llega a escribir; "Harold Innis es la primera persona en abordar el proceso de cambio como implícito en las formas mismas de la tecnología. Mi libro no es más que una nota a pie de página que explica su trabajo."¹⁰ Lo cual lleva a uno de los exégetas del pensamiento mcluhaniano a decir que el famoso aforismo *el medio es el mensaje* es una "audaz destilación de Innis".¹¹

El pensamiento de estos autores tendrá distintos puntos de destino: así como McLuhan fue perdiendo poco a poco el espíritu crítico de los primeros tiempos para convertirse en el profeta de una nueva era de gracia, Innis jamás se apartó de su proyecto que renovó la economía política de los medios; mientras que Mumford se distanció cada vez más de su utopía inicial que apostaba por las virtudes redentoras de las redes técnicas de comunicación. Más allá de estas diversas trayectorias, recordaremos que la principal aportación de estos autores anglosajones consiste en haber roto el postulado de la prioridad del contenido sobre la forma, es decir, en haber insistido sobre el hecho de que es el propio medio el que determina el carácter de lo que ha de ser comunicado y el que lleva a un nuevo tipo de civilización. Este postulado, alimentado por los pedagogos de la filosofía de la Luces y por los *hombres tipográficos* de la galaxia Gutenberg, sólo había sido un obstáculo que, durante mucho tiempo, había impedido comprender la naturaleza de los cambios introducidos por las redes electrónicas.

1934. [ed. esp.: *Técnica y civilización*, Madrid, Alianza Editorial, col. Alianza Universidad, 1971 (1a. ed.), trad. Constantino Aznar de Acevedo].

⁹ H. Innis, *The bias of communication*, Toronto, Toronto University Press, 1951; *Empire and communications*, *ibid.*, 1972.

¹⁰ M. McLuhan *The Gutenberg Galaxy: The Making of typographic man*, Toronto, University of Toronto Press, 1962, pp. 63-64.

¹¹ T.W. Cooper, "McLuhan and Innis: The Canadian theme of boundless exploration", *Journal of Communication*, verano de 1981, vol. 31, núm. 3, p. 155.

Un porvenir radiante

“El hecho de utilizar la televisión —y, por lo tanto, la tendencia que, en el mundo entero, lleva a sustituir el lenguaje por la imagen, a presentar reportajes sobre la guerra o escenas de hambruna, realizados en países tan lejanos como la India, por ejemplo— favorece una participación en los asuntos mundiales un poco más cosmopolita, aunque marcadamente impresionista.”¹² Este texto de Zbigniew Brzezinski, que data de 1969, no sólo muestra que podía enfocarse de forma distinta la noción de *participación*, sino que el enigma sobre la naturaleza del nuevo entorno cultural suscitado por McLuhan y que éste creía poder resolver con la metáfora, también anidaba entonces en numerosas cabezas.

En efecto, en los años sesenta van tomando forma los primeros enunciados académicos sobre la naturaleza social, económica y política de la mutación tecnológica en el ámbito de las comunicaciones y, por consiguiente, sobre su nueva dimensión internacional. Entre los pioneros, el sociólogo de la Universidad de Columbia, Daniel Bell, y, precisamente, el politólogo Zbigniew Brzezinski, profesor en el mismo establecimiento, director del Instituto de investigación sobre los problemas del comunismo, y futuro *sherpa* del presidente Jimmy Carter del que llegará a ser asesor en materia de seguridad nacional. A Daniel Bell se le atribuye el concepto de *sociedad post-industrial*. En el haber de Z. Brzezinski figura el de *sociedad tecnotrónica*. En el centro de sus preocupaciones: anticipar y preparar el porvenir de la sociedad surgida de la revolución industrial.

Ya no hay dudas: lo que tienen en común estos trabajos, y otros muchos, que datan de las décadas de los sesenta y de los setenta, es su voluntad de no circunscribirse a la mera problemática de los medios, tal como la habían configurado los enunciados de la sociología de la comunicación y de la cultura de masas, para reinsertarlos en el contexto más amplio del nuevo sistema tecnológico de las *comunicaciones*.

Si bien la obra de Bell sobre la sociedad postindustrial data de 1973, su reflexión sobre el tema es anterior.¹³ De hecho, arranca en 1959

¹² Z. Brzezinski, *Between two ages. America's role in the technotronic era*, Nueva York, Viking Press, 1970, p. 13.

¹³ D. Bell, *The coming of post-industrial society*, Nueva York, Basic Books, 1973. [ed. esp.: *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Madrid, Alianza Editorial, col. Alianza Universidad, 1976].

con sus primeras contribuciones en el seminario de Salzburgo. Pero parece que fue la Comisión del año 2000, constituida en Estados Unidos en 1965 y presidida por el propio Bell, la que puso estos análisis en boga. Esta comisión, por su parte, había sido creada siguiendo los pasos de los trabajos del futurólogo Herman Kahn, físico de formación.¹⁴ El término *postindustrial*, sin embargo, no es de Bell. Se remonta hacia los años veinte y su inventor es el socialista británico Arthur J. Penty, autor de dos obras (*Old worlds for new: A study of the post-industrial State* y *postindustrialism*).¹⁵

En un artículo publicado en 1968 el sociólogo norteamericano identifica, dentro de la sociedad post-industrial, cinco *dimensiones* que la distinguen de la sociedad anterior: 1] creación de una economía de servicios o *terciaria*; 2] predominio de la clase de los especialistas y de los técnicos; 3] peso del saber teórico, como fuente de innovación y de cambio (el desarrollo de los productos de las nuevas industrias procede del trabajo realizado por las ciencias puras, de lo que Bell llama la *codificación del saber teórico*); 4] creación de una *nueva tecnología de la inteligencia* con su panoplia de herramientas como el análisis de los sistemas, la teoría de los juegos, la teoría de la decisión, etc.; 5] posibilidad de un crecimiento tecnológico autónomo.¹⁶

Formuladas en los *golden sixties*, estas *dimensiones* suponían que las tendencias predominantes observadas a lo largo de esos años de franca prosperidad en las grandes naciones industrializadas iban a perdurar a un ritmo de crecimiento exponencial sostenido. Esta visión se debe, pues, al optimismo de la época. Deja traslucir una concepción lineal de la historia, compartida, por cierto, tanto por la teoría de la modernización de W.W. Rostow —de la que nos ocuparemos en el próximo capítulo— como por las perspectivas del Hudson Institute de Kahn. Las hipótesis iniciales de Bell que más se han visto afectadas por las evoluciones sociales y económicas, a partir de los años setenta,

¹⁴ H. Kahn y A.J. Wiener, *The year 2000: A framework for speculation on the next thirty-three years*, 1967.

¹⁵ (Viejos mundos para uno nuevo: un estudio del Estado post-industrial y post-industrialismo.) Acerca de su génesis, véase M. Marien, "Les deux visions de la société post-industrielle", *Futuribles*, núm. 12, otoño de 1977.

¹⁶ D. Bell, "The measurement of knowledge and technology", *Indicators of social change*, bajo la dirección de E. Sheldon y W. Moore, Nueva York, 1968. Reimpreso en *The coming of post-industrial society*, *op. cit.* La formulación original del concepto "Sociedad Post-Industrial" fue presentada por el propio Bell en un foro sobre cambio tecnológico y social, en Boston, en 1962, en un documento inédito.

son las que se referían a la continuidad de la *sociedad de la abundancia*; a la creencia inquebrantable en una ciencia y en una técnica neutras y autónomas, en manos de una élite de especialistas, dueños y señores, en última instancia, de las decisiones, como motor de la innovación social e industrial; a la perennidad del Estado-providencia y del Estado proveedor de fondos para la industria avanzada, y, más concretamente, para todo lo que se relaciona con el *complejo militar-industrial*. La primera será puesta en entredicho, en particular, por la crisis energética de 1973. En cuanto a la segunda, la historia se encargará de recordar que todo lo que es técnicamente posible no es económicamente rentable ni, tampoco, aceptable para el juego social. La tendencia al retraimiento del Estado en beneficio de los mecanismos del mercado le infligiría a la tercera hipótesis un severo desmentido a comienzos de los años ochenta. Con ella, se derrumbará la idea de altos funcionarios científicos de Estado, que planificaban desde lo alto de su codificado saber teórico el porvenir de la sociedad.

Bell afirmaba que la sociedad post-industrial ponía el acento en dos tipos de servicios, los *servicios sociales* (tales como la educación, la sanidad, la seguridad social) y los *servicios profesionales* (informática, análisis de sistemas e investigación científica). Una cosa es cierta: la fuerte tendencia al crecimiento de estos *servicios sociales* que él detectaba en las sociedades regidas por las nociones de *Welfare State* y de servicio público ha sido, con la crisis de estas nociones, ampliamente suplantada por el fabuloso desarrollo de los *servicios profesionales*. Además, el hinchamiento del sector terciario por ocupaciones parasitarias y por servicios en los que las piernas y los brazos cuentan más que las funciones intelectuales contribuirá a relativizar el mito de una sociedad de servicios prácticamente advenediza, mera expresión del auge de las ciencias y de las técnicas. “La tendencia no es el destino”, decía Lewis Mumford. Y eso es lo que se le escapó a esta primera generación de pensadores sobre lo postindustrial, en la búsqueda de un *tipo ideal* de sociedad del futuro.

El mito cientista

La reflexión de Bell es contemporánea de otra problemática a cuya formalización ha contribuido enormemente: la del *fin de la ideología*. Una problemática que permite ver, desde un ángulo complementario, su teoría sobre la sociedad postindustrial.

En 1962, Bell, en efecto, y en otra obra, le había ajustado las cuentas a la ideología. “La más importante función latente de la ideología, podía leerse, es la de fustigar la emoción [...]. Fusiona las energías emocionales de las masas, canalizándolas hacia una política.”¹⁷ A semejanza de numerosos politólogos, tales como Seymour Martin Lipset y Edward Shils, llegaba a la conclusión de que, en las sociedades occidentales, la ideología, definida, pues, como el imperio de las emociones y de la pasión, aguijoneada por la lucha de clases, había perdido su sitio, de ahora en adelante, puesto que ya habían sido resueltos los problemas políticos fundamentales que planteaba la organización de la sociedad y de la democracia industrial.¹⁸ Reinaba la racionalidad en las sociedades de la abundancia que se definían como sociedades estables. Razón por la que se estaban encaminando hacia el estadio superior de la democracia y de la economía post-industriales. La misión de las sociedades occidentales era la de fomentar en cualquier otra parte el desarrollo de instituciones política y económicamente libres, a su imagen y semejanza.

Los grandes promotores de disturbios son los *intelectuales* que, a diferencia de los *científicos*, movidos por la objetividad, carburan con subjetivismo, con ideología. Los intelectuales, escribe Bell, promueven a un primer plano “su experiencia, su percepción individual del mundo, sus privilegios, así como sus privaciones. Juzgan el mundo a través de sus sensibilidades”.¹⁹ Para sacar a las ciencias sociales de este subjetivismo, Bell habla de la necesidad de delimitar con precisión *los componentes ideológico y científico* de la teoría social. Es el precio que hay que pagar para alcanzar la objetividad. Con este rasero, la ideología y el ideólogo son, necesariamente, la otra y el otro. Y al otro, el sentido común lo tachará de propagandista. El debate no es tal, puesto que los dados están trucados. Y así es desde el primer uso político del término *ideólogo* con propósitos denigrantes: cuando Napoleón, deformando la palabra forjada en 1796 por el filósofo Destutt de Tracy, denominó así a los liberales que se oponían a su régimen. Inventor del concepto de ideología, Destutt de Tracy creó el término *ideologistas*

¹⁷ D. Bell, *The end of ideology*, op. cit. [ed. esp.: *El fin de las ideologías*, Madrid, Tecnos, 1964].

¹⁸ S.M. Lipset, *The political man*, Londres, Heineman, 1960; E. Shils, “The end of ideology?”, *Encounter*, noviembre de 1955. Del mismo autor: “Ideology and civility”, *The intellectuals and the powers*, Chicago Press University, 1972.

¹⁹ D. Bell, *The end of ideology*, op. cit., p. 372.

para distinguir al grupo filosófico y político del que formaba parte. Con Napoleón, la acepción común de ideología se convirtió en sinónimo de "análisis o discusiones huecos de ideas abstractas".²⁰ Muchos de los puntos del diagnóstico de Bell no eran tan inéditos como parecían. Ya sustentaban la argumentación del libro de Raymond Aron sobre *El opio de los intelectuales*, publicado en 1955.²¹ La ideología es la expresión contemporánea de los viejos milenarismos. Los dirigentes de esta nueva forma de milenarismo son auténticos líderes religiosos.

Pero, en aquel momento, la mayor parte de la clase intelectual de Europa estaba en el bando de quienes pensaban que la tesis sobre la muerte de las ideologías no era en sí sino otra ideología. Los politólogos, que, en Estados Unidos, no dejaron de expresar sus reticencias hacia Lipset, Bell y sus colegas, así lo habían entendido cuando uno de ellos escribió, en 1966: "[Todo ocurre como si] la ideología debiera extinguirse necesariamente ante el salto realizado por la instrucción pública, los medios de comunicación de masas, la multiplicación de los lavavajillas, de los automóviles y de los televisores [...]. Puede decirse, sin riesgo a equivocarse, que podemos encontrarnos con millares de intelectuales europeos, y decenas de millones de otros europeos, que reaccionarán ante esta afirmación de forma irónica o con total desconfianza [...]. El supuesto del que parte esta tesis es que el futuro consistirá en historias nacionales que serán réplicas aburridas de la historia *anglo-americana*. En resumen, se nos ha hecho creer que ellos se parecen cada vez más a nosotros."²²

La Europa de aquella época era la prueba, en efecto, de que había otras posibles lecturas del fenómeno *ideología*. El empirismo le parecía una versión más del cientismo. En los años cincuenta, Roland Barthes, en su *Mitologías*, había desmitificado la pretensión de esta particular concepción del mundo y de la sociedad, de situarse fuera de la ideología. Le devolvía la pelota. "La ideología cientista dará cuenta del hecho, pero se negará a explicarlo: el orden del mundo bastará, jamás será signifiante. Por último, la idea fundamental de un mundo perfectible, móvil, producirá la imagen invertida de una humanidad inmutable, definida por una identidad infinitamente repetida. En

²⁰ A. Lalande, *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, París, PUF, 1956.

²¹ R. Aron, *L'opium des intellectuels*, París, Calman-Levy, 1955.

²² J. La Palombara, "Decline of ideology: A dissent and interpretations", *The American Political Science Review*, vol. LX, núm. 1, marzo de 1966, p. 14.

resumen, el paso de lo real a lo ideológico se define como el paso de una *anti-físis* a una *pseudo-físis*.²³ Le parecía al semiólogo que la noción de mito daba cuenta de este paso de lo real a lo ideológico. El mito vacía los fenómenos sociales de lo real, los priva de su historia y los domestica integrándolos en la *naturaleza de las cosas*. De esta forma, el mito exculpa y purifica el orden existente y hace que su subjetividad y su singularidad sean los parámetros de la objetividad y de la universalidad, hace que la ley de algunos sea la ley de todos. Se comprende que este enfoque de lo ideológico no se acomode apenas a ese otro, consagrado no sólo por Bell, sino por el conjunto de la sociología empírica. Como lo demuestra esta definición sacada del *Diccionario norteamericano de ciencias sociales*, en su edición de 1964: "La ideología es un modelo de creencias y de conceptos (factual y, a la vez, normativo) que intenta explicar a los individuos y a los grupos un fenómeno social complejo con vistas a canalizar y simplificar sus decisiones."²⁴ También se aprecia mejor el porqué de ese malentendido sobre el mito del fin de las ideologías, profundamente arraigado en la tradición conservadora. Esto explica por qué ese mito tiene tan larga vida. Se representa sistemáticamente en cada periodo en el que se trata de hacer que callen aquellos y aquellas que creen que el "mundo es perfectible" y que lo invariable no puede ser el supuesto de todas las variaciones. ¿No es, acaso, la mejor prueba de que la ideología existe de verdad y que, ciertamente, no puede ajustarse a un "modelo simplificador para canalizar las decisiones"? Para convencerse de su vitalidad, bastaría con invocar el último de sus avatares, el mito del *fin de la historia*, reciclado a finales del año 1989 por Francis Fukuyama, director adjunto de la célula estratégica del departamento de Estado norteamericano. El hecho de que los transistores se hayan convertido en un *gadget* en China popular, que Mozart sirva de música de fondo en los supermercados japoneses y que la música *rock* sea, en Praga, la expresión de una rebelión contra una ideología stalinista sin resuello, era para este neoconservador de treinta y seis años una señal inequívoca de la homogeneización democrática del mundo bajo la

²³ R. Barthes, *Mythologies*, anotado y traducido por A. Lavers, Londres, Paladin-Grafton Books, 1973, pp. 154-155. [ed. esp.: *Mitologías*, Siglo XXI, 1980]. Acerca de la desaparición de las ideologías en la democracia pluralista, véase P. Ansart, *Ideologies, conflits et pouvoir*, París, PUF, 1977.

²⁴ J. Gould y W.L. Kolb, *Dictionary of the Social Sciences*, Nueva York, The Free Press, 1964, p. 315.

bandera del liberalismo occidental.²⁵ La réplica la encontrará en la portada de la revista norteamericana *New Republic*: “¿La historia ha concluido? Dígaselo al Perú.”

El argumento del subjetivismo utilizado por Bell y sus colegas para, en nombre de la ciencia, dejar fuera de carrera a la sociología crítica se parecía como un clon al argumento que los burócratas de los países del Este esgrimían ante los intelectuales disidentes que, pese a las chinchorrerías y a los *gulags*, seguían cumpliendo con su oficio, pensando en la sociedad. Y la creencia mística en la ciencia y en la tecnología, tan arraigada entre los sociólogos del *establishment*, Bell, Rostow y Kahn, nada tenía que envidiar a la teoría de la revolución científica y técnica de sus colegas de la *Nomenclatura* que, en el Este, en aquella misma época, consagraba a la ciencia como *fuerza productiva directa*.

La ciudad global

Con Brzezinski, se penetra en la geopolítica del imperio en la era de la revolución científico-sociológica. A diferencia de Bell, al que, no obstante, reconoce como un precursor, su obra *Between two ages*, que lleva por subtítulo *America's role in the technotronic era*, trata del espacio-mundo y del lugar que en él ocupa, y debería ocupar en los decenios venideros, la superpotencia Estados Unidos en su competición con la otra superpotencia, la Unión Soviética. Según indica el título de la edición inglesa, Estados Unidos atraviesa por un periodo de transición. Son los primeros en salir de la era industrial para entrar en la *era tecnotrónica*. Un neologismo que prefiere a la expresión de Bell porque, a su juicio, responde mejor y más directamente a las características de las principales fuerzas que están en el origen del cambio. El autor pone de relieve que, de la misma forma que a la sociedad industrial que sucedió a la sociedad agrícola no se le llamó *sociedad post-agrícola*, es preferible designar a la nueva era y a la nueva sociedad con un término que le sea propio. La *sociedad tecnotrónica* es una “sociedad cuya forma está determinada en el plano cultural, psicológico, social y económico, por la influencia de la tecnología y de la electrónica —especialmente en el campo de los ordenadores y de las

²⁵ F. Fukuyama, “The end of history?”, *The Public Interest*, verano de 1989.

comunicaciones".²⁶ Las características tecnológicas que destaca no difieren sustancialmente de las que señalaba Bell. Pero su análisis privilegia la nueva complejidad social y cultural que resulta de la nueva apuesta; en la raíz misma de la complejidad, el carácter global de los procesos políticos. En la época de la política internacional clásica, los cuatro factores de la potencia y de la integración eran esencialmente de alcance nacional, ya fueran armas, medios de comunicación, economías o ideología. Sin embargo, estos cuatro factores están convirtiéndose en mundiales.

La noción de globalidad, por tanto, es esencial. La causa *evidente e inmediata*: las comunicaciones. Medios de comunicación y ordenadores han creado una "sociedad de elementos extraordinariamente entrelazados". La paradoja de esta sociedad consiste en esto: en un mismo movimiento, la realidad (y también la humanidad) se unifica y se fragmenta; "mientras que la realidad inmediata con la que estamos en contacto se está fragmentando, la realidad global absorbe cada vez más al individuo, lo rodea y, eventualmente, lo sumerge."²⁷

La nueva realidad, sin embargo, no será, se arriesga a predecir Brzezinski, la de la *aldea global*. Porque "la sorprendente analogía establecida por McLuhan no concede suficiente importancia a la estabilidad de las personas, a la intimidad que les une, a los valores implícitos admitidos en común y a las tradiciones que representaban los principales elementos constitutivos de la *aldea primitiva*".²⁸ Estima que la analogía de la *ciudad global* responde mejor a la sociedad tecnocrática. *Ciudad global* porque estamos en presencia de "un nudo de relaciones interdependientes, nerviosas, agitadas y tensas". Antes que hablar de relaciones de intimidad, hay que hablar de influencia recíproca. Es decir, de *interdependencia*, otro concepto clave en el pensamiento del autor. Este concepto no es, ciertamente, de Brzezinski, pero, con él, se incorpora a las referencias operativas de la diplomacia de la economía internacional. En 1945, la palabra *interdependencia* ya había sido remozada. El politólogo Christian Richard le había dado entonces a la palabra un matiz de *analogía biomórfica*. Se concibe como la solidaridad de tipo orgánico, que descansa en la diferenciación de las funciones y en la división del trabajo, tal como se produce entre los órganos de un cuerpo vivo. Al introducir este

²⁶ Z. Brzezinski, *Between two ages*, op. cit., p. 9.

²⁷ *Ibid.*, p. 18.

²⁸ *Ibid.*, p. 19.

término en el lenguaje de la filosofía política, Richard pensaba que, en lo sucesivo, era imposible establecer una paz duradera respetándole a cada nación el derecho a una soberanía absoluta.²⁹ Brzezinski, por su parte, empieza a pensar que este nivel político ya no es suficiente y que la revolución tecnocrática exige la reordenación de las relaciones internacionales en el campo de la economía. En el horizonte de esta legitimación de una nueva división mundial del trabajo, se atisba la legitimación de la libertad de acción de esas grandes unidades económicas supranacionales que son las sociedades de vocación multinacional cuya expansión se compecece mal con la defensa de la idea de soberanía.

Si Brzezinski se niega a adherirse a McLuhan, es, justamente, porque esta interdependencia en el interior de lo que es el *sistema nervioso* del planeta está plagada de "eventuales defectos en su funcionamiento provocados por retrasos o consignas de silencio"; mientras que "la confianza mutua y la estabilidad recíprocamente reforzada caracterizan la intimidad de una aldea".³⁰ En cuanto a la noción de *homogeneidad* del mundo moderno de mañana, nada es más incierto. Por una parte, está fuertemente amenazada por la *parcelación intelectual*, o sea, el creciente distanciamiento entre el ritmo de extensión de los conocimientos y el de su asimilación. Lo que hace que "la unidad intelectual de la humanidad plantea un inquietante problema". Lo que hay que tratar de evitar, sobre todo, es que la homogeneidad no sea la "de la inseguridad, de la incertidumbre y de la anarquía intelectual".³¹ Todos ellos, factores de inestabilidad.

La *primera sociedad global de la historia* es Estados Unidos. Es el principal propagador de la revolución tecnocrática. Es la sociedad que *comunica* más que otra cualquiera, puesto que el 65 por ciento del conjunto de las comunicaciones mundiales parten de ella y que es la que lleva más ventaja en la puesta a punto de un cuadro mundial de la información. Pero, sobre todo, es la única en haber conseguido proponer un modelo global de modernidad, esquemas de comportamiento y valores universales. Precisamente por ese carácter global es por lo que, según Brzezinski, resulta cada vez más inadecuado hablar de su influencia en el mundo y de sus relaciones con los otros

²⁹ C. David, "Toward an international declaration of interdependence", *Freedom*, febrero-marzo, 1945.

³⁰ Z. Brzezinski, *op. cit.*, p. 19.

³¹ *Ibid.*, p. 23.

pueblos, en términos de *imperialismo*. Este término, por lo demás, sólo es válido para el breve periodo de "reacción pasajera ante el vacío creado por la segunda guerra mundial y el miedo al comunismo". La irradiación de la revolución tecnológico-científica *made in USA* ha cambiado radicalmente los datos del problema. La fuerza de esta revolución es tal que "incita a los países menos avanzados a imitar a los más avanzados y a importar nuevos métodos, técnicas y prácticas de organización".³²

La otra cara de la moneda

En la historia de los conceptos y concepciones que han conformado el pensamiento acerca del papel de las máquinas de comunicar en la organización social, el primero que tuvo la intuición del carácter estructurante de la nueva tecnología fue un científico: Norbert Wiener, el padre de la cibernética. En su trabajo titulado *Cybernetics or control and communication in the animal and machine* (1948) diagnostica —cuando la informática está todavía en pañales— que la sociedad del futuro se organizará en torno a la *información*. En esta época se constituye la reserva argumental a la que, en las décadas siguientes, irán recurriendo tanto los partidarios de una informatización a ultranza de la sociedad, como sus detractores.³³

Nada tiene de extraño esta ambivalencia. Wiener, en efecto, presenta el nuevo ideal de la *sociedad de la información* a la vez que pone en guardia contra los riesgos de su perversión. El principal enemigo es la entropía, es decir, esa tendencia que la naturaleza tiene a destruir lo ordenado, precipitando la degradación biológica y el desorden social. Como escribe Wiener en su introducción: "La cantidad de información en un sistema es la medida de su grado de organización: la entropía es la medida de su grado de desorganización; siendo el uno, el negativo del otro."³⁴ La información, las máquinas que la tratan y las redes que tejen son las únicas en condición de luchar contra ese aguafiestas que impide circular en todos los sentidos. La sociedad de

³² *Ibid.*, p. 33

³³ Véase Ph. Breton, *Une histoire de l'informatique*, *op. cit.*

³⁴ N. Wiener, *Cybernetics: Control and communication in the animal and the machine*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1948, p. 11. [ed. esp.: *Cibernética*, Madrid, Guadiana de Publicaciones, 1971].

la información sólo puede ser una sociedad en la que la información circule sin trabas. Por definición, es incompatible con el secuestro y con la práctica del secreto, la desigualdad en el acceso y la transformación de todo lo que circula por los canales de comunicación en mercancía. La persistencia de estos factores no puede sino favorecer las penetraciones de la entropía. En otras palabras, hacer retroceder al progreso.

Abstracto cuando expone las leyes de la moderna teoría de la comunicación, el cibernético se vuelve hiperconcreto cuando se trata de remover los obstáculos a la libre circulación de la información. Así, en el último capítulo de la edición original de su obra, Wiener se muestra implacable en su análisis de las instituciones del poder. Al mismo tiempo, nos revela lo que entiende por el vínculo “información, lenguaje y sociedad”, título que lleva ese capítulo redactado a modo de conclusión. “De todos los factores antihomeostáticos en la sociedad —escribe Wiener—, el control de los medios de comunicación es el más eficaz y el más importante. Una de las enseñanzas de mi obra es que todo organismo está cohesionado en su acción merced a la posesión de los medios que permiten adquirir, utilizar, memorizar y transmitir la información. En una sociedad demasiado grande para el contacto directo de sus miembros, estos medios son la prensa —libros o periódicos—, la radio, el sistema telefónico, el telégrafo, los correos, el teatro, las películas, la escuela y la Iglesia [...]. Ahora bien, por todas partes, tenemos una triple limitación de los medios de comunicación: la eliminación de los menos rentables en beneficio de los más productivos; el hecho de que estos medios están en manos de una clase ciertamente reducida de gente adinerada y que, naturalmente, expresan las opiniones de esta clase; por último, el hecho de que, en su condición de grandes arterias hacia el poder político y personal, atraen a todos esos ambiciosos en la búsqueda de ese poder. Este sistema que debería contribuir, más que cualquier otro, a la homeostasis social ha caído directamente en las manos de quienes más se preocupan por ese juego del poder y del dinero”.³⁵

Transparencia, rechazo de la exclusión social, interrogantes sobre la lógica del mercado: he aquí, en cualquier caso, tres preguntas que Wiener tenía presentes y que son ajenas a los diseñadores de la sociedad post-industrial o tecnocrática.

³⁵ *Ibid.*, pp. 161-162.

Por la criba de la balanza de pagos

Desde una perspectiva más especializada, unos pocos economistas, en el transcurso de los años sesenta y a comienzos de los años setenta, han intentado darle un contenido más preciso al término genérico de *información*.

Uno de los esfuerzos más serios es el que realizó un especialista en la evaluación de balanzas de pago, Fritz Machlup, un antiguo profesor de Princeton que enseñaba economía en la Universidad de Nueva York. La obra que recogía sus investigaciones apareció en 1962.³⁶ Treinta años más tarde, seguía figurando como obra de referencia. Su objeto: la producción y distribución de *conocimiento* en Estados Unidos, una actividad económica que pesa cada vez más en el presupuesto de la nación. Si cualquier información en el sentido habitual del término es conocimiento, afirma F. Machlup, no puede llamarse información a cualquier conocimiento. En consecuencia, su esquema de análisis distingue cinco tipos de conocimiento: el conocimiento práctico, útil para el trabajo, las decisiones y las acciones (incluye tanto los conocimientos relativos a la profesión, los negocios, el oficio, como la política o el hogar); el conocimiento intelectual, que *satisface* la curiosidad intelectual, como si formara parte de la educación liberal, la enseñanza científica, la cultura general, y que exige una *concentración activa*; el conocimiento pasatiempo, que satisface el deseo de entretenimiento ligero y de estímulo emocional (rumores, bromas, sucesos, cotilleos, juegos, etc.); en resumen, todo lo que no exige más que una actitud pasiva; el conocimiento espiritual, ligado al saber religioso; el conocimiento no querido, adquirido accidentalmente y poco recordado. Todas estas categorías constituyen la base de lo que llama "industria del conocimiento".

En la discusión de sus criterios de clasificación, un punto es especialmente revelador del cambio —que se está produciendo— de la definición misma de cultura, cada vez más violentada por el dispositivo de la cultura de masas. Revelador también del malestar que esto provoca en un viejo economista en busca de parámetro. Machlup confiesa su idea preconcebida —y prevé la objeción de *esnobismo* o de *elitismo* que con toda seguridad le será formulada— de separar el *entretenimiento* y la alta cultura. Se niega a adoptar la nomenclatura

³⁶ F. Machlup, *The production and distribution of knowledge in the United States*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 1962.

oficial que, bajo el epígrafe *entretenimiento*, reúne tanto a las películas como a la ópera, a los conciertos como a los espectáculos de variedades. De esta forma, piensa resolver un dilema con el que ya se había enfrentado otro economista, Anthony Downs. Al no querer cortar por lo sano, éste había tomado la decisión de soldar, sin más, los dos términos *entertainment knowledge*, y, por tanto, de reagruparlo todo.³⁷ ¡Este mismo prejuicio llevó a Machlup a clasificar los *spots* publicitarios en el apartado de *conocimiento no querido!*

La otra entrada escogida por Machlup para desglosar la industria del conocimiento es el enfoque *ocupaciones*. Al hacer balance de los distintos tipos de *comunicadores* o de *productores de conocimiento*, enumera hasta seis: el transportador (*transporter*), que entrega el mensaje sin cambiar nada; el transformador (*transformer*), que cambia la forma del mensaje (como hace la o el taquígrafo); el procesador (*processor*), que cambia forma y contenido, pero siguiendo únicamente procedimientos de rutina (reajuste, combinaciones, cálculos), como, por ejemplo, un contable que prepara los balances; el intérprete (*interpreter*), que cambia forma y contenido, utilizando su imaginación, como, por ejemplo, el traductor; el analizador (*analyzer*), que, junto a las normas de procedimiento aceptadas, recurre a su propio juicio y a su propia intuición de tal modo que el mensaje transmitido puede parecerse en algo o en nada al mensaje recibido; el creador original (*original creator*) que, a una reserva de información recibida, con mensajes de todo tipo, le añade su genio de inventor y su imaginación creadora, de tal modo que, entre lo que él ha recibido de los otros y lo que comunica, hay muy poco en común.

A partir de este esquema conceptual, Machlup analiza en detalle todas estas actividades y ocupaciones que constituyen la *industria del conocimiento* y evalúa su contribución al producto nacional: la *educación* (desde la enseñanza reglada, pública o privada, hasta la formación permanente, pasando por la instrucción dispensada por el ejército); la *investigación-desarrollo* (investigación aplicada y fundamental); los medios de comunicación (productos impresos, fotografía y fonografía, cine, teatro, radio y televisión, publicidad y relaciones públicas, correos, telégrafos y teléfonos, espectáculos deportivos, convenciones

³⁷ A. Downs, *An economic theory of democracy*, Nueva York, Harper, 1957. Véanse también las aportaciones de K.E. Boulding, "The economics of knowledge and the knowledge of economics", en *Economics of information and knowledge*, bajo la dirección de D.M. Lamberton, Middlesex, Penguin, 1971.

o conferencias); las máquinas de información utilizadas en los tres sectores mencionados (impresión, instrumentos musicales, equipos de rodaje, equipamiento telegráfico y telefónico, instrumentos de señalización, aparatos de medida, ordenadores, máquinas de escribir); los servicios de información ofrecidos por los servicios profesionales (el conocimiento para la venta, los servicios jurídicos y médicos, la ingeniería y la arquitectura, la contabilidad y la auditoría); los servicios financieros (bancos, corredores, seguros, etc.); el servicio de información de las grandes empresas comerciales; los servicios ofrecidos por el gobierno.

F. Machlup advierte sobre la dificultad de circunscribir estadísticamente todos estos elementos constitutivos de la industria del conocimiento. Entre los escollos insuperables, cabe destacar los servicios que no son objeto de transacción en el mercado. Así ocurre, concretamente, cuando se trata de evaluar el costo de la educación pública subvencionada por el gobierno. "Nos faltan, escribe, las evaluaciones de las que disponemos para la mayoría de las restantes industrias en las que el consumidor establece una relación con el producto, al pagar un precio por su adquisición. No hay *ventas totales* ni precio de venta". A pesar de la falta de fiabilidad de algunas de las estadísticas disponibles, Machlup llega al siguiente diagnóstico: entre 1940 y 1959, la fuerza de trabajo de Estados Unidos ha crecido en un 23 por ciento, mientras que la que está ocupada en la industria del conocimiento ha aumentado en un 80 por ciento; el grupo de ejecutivos y funcionarios ofrece el índice más elevado (103 por ciento). En cuanto al grado de participación de la industria del conocimiento en el producto nacional bruto, representaba, a finales de los años cincuenta, alrededor del 29 por ciento. En el transcurso de los años anteriores, su tasa de crecimiento (10.6 por ciento) ha duplicado la del producto nacional bruto, alcanzando la producción en los otros sectores un 4.1 por ciento.

El universitario norteamericano desea que su estudio sirva de base de reflexión para una reforma del aparato educativo cuya productividad mide. Su meta no consiste, pues, en aportar una contribución directa a los debates que ya han dado el salto estructural al hablar no sólo ya de *industria* sino de *sociedad de la información* (o de sus numerosos sinónimos). Nada hay pues en ese pionero de la medición económica que le pueda relacionar con ese tipo de problemática sobre el porvenir de la sociedad en la era del *conocimiento*.

Ésta es, en cambio, la principal preocupación del informe de Marc Uri Porat, publicado en julio de 1977 por el gobierno de Estados

Unidos y que comprende nada menos que nueve volúmenes. Su objetivo: definir y medir el peso de la economía de la *información* en la sociedad estadounidense.³⁸ Después de haber inventariado más de 6 000 productos y más de 70 tipos de actividad, susceptibles de ser colocados bajo el paraguas de la información, llega a la conclusión de que, en 1967, la información primaria y secundaria —según se intercambie o no en un mercado determinado— alcanzaba el 46 por ciento del producto nacional bruto de Estados Unidos. Es decir, un 25 por ciento procedente de la producción, del tratamiento y de la distribución de bienes y servicios de información y 21 por ciento procedente de la producción de servicios de información por las burocracias privadas y públicas para su uso interno. Los *trabajadores de la información* acaparaban, ellos solos, más del 53 por ciento de la masa salarial. El sector industrial que, todavía en 1946, representaba alrededor del 40 por ciento, unos veinte años más tarde no suponía ya más del 25 por ciento de la fuerza de trabajo. El sector de la información había escalado hasta el 47 por ciento.

Marc Porat divide los servicios de información en tres categorías fundamentales: la información financiera, seguros, contabilidad, así como la que contienen las bases de datos; la información cultural (películas, televisión, radio, libros, periódicos, revistas); la información-conocimiento (patentes, dirección empresarial, asesoramiento). En el *conocimiento* incluirá, pues, el conjunto del *know-how* (saber-hacer) y del *saber-presentar*, así como la experiencia en organización, la información científica y técnica y la información para la gestión. En 1973, las exportaciones de estos *conocimientos* representaban cerca de diez veces las de películas y programas de televisión. Lo que le lleva a decir que, de ahora en adelante, el problema de la dependencia cultural de un país se vuelve más complejo, porque “un sistema tecnológico de producción, una vez instalado, es el artefacto cultural más duradero”.³⁹ Apunta las implicaciones que entraña esta nueva apuesta para la elaboración de la política exterior de su país. Incluso se refiere explícitamente a las acusaciones de *imperialismo cultural* que, en aquella época, llueven de los grandes organismos de la comunidad internacional.

³⁸ M.U. Porat, *The information economy: Definition and measurement*, Washington, DC, julio de 1977 (9 volúmenes).

³⁹ M.U. Porat, “Global implications of the information society”, *Journal of Communication*, invierno, 1978, vol. 28, núm. 1.

El cerebro del planeta

En la segunda mitad de los años setenta es cuando estas problemáticas han empezado realmente a abrirse camino en Europa, tanto a través de las instituciones internacionales como en el seno de los gobiernos. Para la pequeña historia, no es ocioso recordar que la primera reunión de expertos organizada en París, en 1975, por la OCDE, sobre las implicaciones del maridaje entre la informática y las telecomunicaciones se hizo con documentos redactados por el sociólogo Ithiel de Sola Pool, Marc Porat y uno de sus colaboradores, Edwin Parker, norteamericanos los tres;⁴⁰ que en el primer coloquio sobre la investigación en ciencias humanas en el campo de las telecomunicaciones, celebrado en Issy-les-Moulineaux, por iniciativa del Centre National d'Études des Télécommunications (CNET) y con la colaboración del Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), en abril de 1977, figuraba, entre los escasos invitados extranjeros, el mismo Ithiel de Sola Pool;⁴¹ por último, que Daniel Bell fue una de las estrellas —merced al video— de la semana *Informática y sociedad* que tuvo lugar en París, en otoño de 1979.

Tales acontecimientos no eran más que el reflejo de la efervescencia que reinaba en torno a estos temas. En 1978, se publicaba el informe de Simon Nora y Alain Minc sobre *La informatización de la sociedad*, encargado, dos años antes por el presidente Giscard d'Estaing. Por vez primera en Europa, un gran país industrial le tomaba la medida al cambio tecnológico y diseñaba las grandes líneas de una política nacional en la materia. Hasta entonces, sólo otro gobierno había producido un documento semejante: Japón, en 1970, por mediación de su superministerio de Comercio internacional y de industria (MITI). De hecho, reincidirá en 1979. Este mismo año, también se conocerán las propuestas de la comisión Clyne, en Canadá. Entretanto, Tokio ya había sacado las enseñanzas operativas de ese diagnóstico sobre la importancia de las tecnologías electrónicas, y tomaba medidas para fomentar la implantación de sus firmas electrónicas en el extranjero. En 1972, ese ministerio proponía a la Dieta una ley para proteger las inversiones japonesas en el exterior.

⁴⁰ E. Parker, "An information-based hypothesis", *Journal of Communication*, *ibid.*

⁴¹ A. Giraud *et al.*, bajo la dirección de, *Les réseaux pensants: télécommunications et société*, Paris, Masson, 1978.

Del informe francés nació el término *telemática*, fruto de la creciente imbricación de los ordenadores y de las telecomunicaciones. Para hacer frente a una crisis económica y política que no dudaban en calificar de civilización, S. Nora y A. Minc proponían apostar por las nuevas tecnologías de la información. La telemática debía abrir un “horizonte radicalmente nuevo, toda vez que transporta información, es decir, poder”. En virtud de su función estructurante, la información contribuiría al establecimiento de “un nuevo modo global de regulación de la sociedad”. Este “nuevo sistema nervioso de las organizaciones y de toda la sociedad” debía “recrear un ágora informativa, ampliada a las dimensiones de la nación moderna”. Las nuevas redes telemáticas se convertían en el foco del replanteamiento de las relaciones entre el ciudadano y el Estado, entre la sociedad civil y el Estado. A las virtudes descentralizadoras de la telemática, se les pedía que velaran por el frágil equilibrio entre el orden soberano de la autoridad pública y la autogestión de los ciudadanos, que favorecieran la “expansión de la sociedad civil”.

Esta visión terapéutica de la tecnología de la información como garante de la reconstrucción del consenso social iba acompañada de una estrategia industrial de desarrollo del binomio telecomunicaciones-informática. Las nuevas tecnologías como medio para un *New Deal*: la puesta en práctica de esta estrategia de salida de la crisis les parecía inevitable a los autores del informe si Francia quería conservar su sitio en un mercado cada vez más mundial en un contexto de competitividad reforzada. En el horizonte se dibujaba el espectro de la supremacía de IBM. Abogando por una política de independencia nacional, escribían: “Los bancos de datos son, a menudo, internacionales y el desarrollo de las transmisiones facilitará su acceso sin una excesiva penalización tarifaria desde cualquier punto del globo: de ahí la tendencia en ciertos países a utilizar bancos norteamericanos, sin tener que constituirlos en el territorio nacional. La indiferencia ante este fenómeno radica en la creencia de que esta dependencia no es ni más fuerte ni más inquietante que cualquier otro tipo de suministro. Pero el riesgo es de otro tipo. La información es inseparable de su organización, de su forma de almacenamiento [...]. El saber terminará por acomodarse, como siempre lo ha hecho, a las existencias de información. Dejar a otros, es decir, a los bancos norteamericanos, el cuidado de organizar esta *memoria colectiva*, y contentarse con echar mano de ella, equivale a aceptar una enajenación cultural; la instalación de bancos de datos

constituye, pues, un imperativo de soberanía."⁴²

Dos informes oficiales más específicos sobre los flujos transfronterizos de datos vendrán a confirmar, a principios de los años ochenta, este diagnóstico sobre los retos internacionales del control de los flujos.⁴³ "El desafío esencial —advertía en 1980 el presidente de la Comisión francesa sobre los flujos transfronterizos de datos, Alain Madec— sigue siendo el acondicionamiento del territorio a escala mundial, y, más concretamente, la localización de las actividades terciarias superiores: el *cerebro del planeta*."⁴⁴

El filósofo Jean-François Lyotard, a petición del Consejo de Universidades del Gobierno de Québec, también había redactado, en 1979, un informe sobre el saber en las sociedades más desarrolladas, publicado con el título de *La condición postmoderna*, en el que insistía en una concepción del saber "como principal reto, quizás el más importante, en la competición mundial por el poder". Pero, sobre todo, se había interrogado acerca de lo que le parecía un efecto del progreso de las ciencias: la crisis de "ciertas categorías sociales afectadas a las funciones de sujeto crítico" (tercer mundo, partidos, juventud estudiantil, epónimos de la revolución, el gran héroe, etc.) y el derrumbamiento paralelo de lo que él llamaba los meta-relatos, los grandes relatos de

⁴² S. Nora y A. Minc, *L'informatisation de la société*, París, La Documentation française, 1978, p. 72 [1a. ed. en esp.: *La informatización de la sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1980].

⁴³ J.P. Chamoux, *Information sans frontières*, La Documentation française, 1980; A. Madec, *Les flux transfrontières de données*, París, La Documentation française, 1980 [ed. esp.: *El mercado internacional de la información. Los flujos transfronteros de informaciones y datos*, Madrid, FUNDESCO/Ed. Tecnos, 1984].

En los grandes países industriales, la segunda mitad de los años setenta es especialmente fértil en materia de informes sobre la *sociedad de la información*. Véanse algunos títulos: "Consultative Committee on the Implications of Telecommunications for Canadian Sovereignty (Clyne Committee)", *Telecommunications and Canada*, Hull, Québec, Canadian Government Publishing Centre, 1979; Australian Telecommunications Commission, *Telecom 2000: An exploration of the long term development of telecommunications in Australia*, Melbourne, Telecom Australia, 1975. Sobre Japón, véase: Y. Masuda, *The information society as post-industrial society*, Bethesda, Md., World Future Society, 1981; A.S. Edelstein et al., *Information societies: Comparing the Japanese and American Experience*, Seattle, Washington, International Communications Center, School of Communications, University of Washington, 1978.

Sobre el estado de los debates en América Latina en dicho periodo, véase: A. Mattelart y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática. op. cit.*

⁴⁴ A. Madec, "Comment définir les règles du jeu", *Le Monde Diplomatique*, diciembre de 1980.

legitimación, los grandes riesgos, los grandes periplos y la gran meta (por ejemplo, el discurso de las Luces, el de Hegel sobre la culminación del Espíritu, o el de los marxistas sobre la emancipación de los trabajadores). Esta crisis, según pronosticaba, afectaría, cada vez más, a la función de los estados-naciones: "La idea de que los conocimientos dependen de ese *cerebro* o de ese *espíritu* de la sociedad que es el Estado, perderá validez a medida que se vaya reforzando el principio inverso según el cual la sociedad sólo existe y progresa si los mensajes que circulan por ella son ricos en informaciones y fáciles de decodificar. El Estado empezará a parecer como un factor de opacidad y de *ruido* para una ideología de la *transparencia comunicacional*, que corre pareja con la comercialización de los saberes."⁴⁵ Ligando el cambio de función de los estados con la escalada de un nuevo tipo de élites del saber, el filósofo concluía; "Digamos, para resumir, que las funciones de regulación y, por tanto, de reproducción, están y estarán cada vez menos en manos de los administradores para ser confiadas a los autómatas. El gran problema consiste y consistirá en disponer de las informaciones que éstos deberán tener en su memoria con el fin de que se tomen las buenas decisiones. La disposición de las informaciones corresponde y corresponderá a expertos de todo tipo. La clase dirigente es y será la de los que toman las decisiones".⁴⁶

Al interpretar las hipótesis de Lyotard acerca de un futuro, hecho únicamente de pequeños relatos de legitimación, como una exhortación determinista a desconfiar de las más mínimas veleidades de acción social concertada, algunos psicoanalistas como Félix Guattari no dejarán de ver en este diagnóstico sobre la condición postmoderna el "paradigma de todas las sumisiones, de todos los compromisos con el *statu quo* existente".⁴⁷

Disonancia frente a la prospectiva del final de los años setenta, que propone a las tecnologías electrónicas desempeñar un papel de prótesis sociales: la reflexión emprendida aisladamente por Jacques Ellul, cuyas ideas habían rebasado, hacía ya cierto tiempo, el marco de las fronteras francesas para alimentar la reflexión de pensadores estadounidenses sobre la ética del progreso técnico.⁴⁸

⁴⁵ J.F. Lyotard, *La condition post-moderne*, París, Minit, 1979, pp. 15-16.

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ F. Guattari, "L'impasse postmoderne", *La Quinzaine Littéraire*, 1-15 de febrero de 1986, p. 21.

⁴⁸ J. Ellul, *La technique ou l'enjeu du siècle*, París, Colin, 1954.

En los primeros años cincuenta, este pensador protestante señalaba cómo la técnica, que en otros tiempos no era más que *medios (moyens)*, se había convertido en *medio (milieu)*.^{*} A su juicio, sólo la toma en consideración de la función social que las nuevas *máquinas de pensar* están llamadas a desempeñar, permitiría comprender el alcance de la técnica como mediador. Profundamente escéptico respecto del potencial democrático de estas nuevas formas de integración meramente técnica, no ha dejado desde entonces de denunciar los graves desequilibrios que ese *milieu*, convertido en verdadero *sistema técnico*, supone para los ciudadanos. Para Ellul, que no vacila en hablar de *baladronada tecnológica*, la sociedad de las redes, como nuevo modo de gestión social, es una sociedad en la que predominan grupos de individuos sin otras interacciones que las establecidas por la técnica en función de la técnica.

Sociedades vulnerables

En boca de los especialistas de la defensa, la ecuación de la soberanía nacional puesta de relieve por el informe Nora-Minc conseguía un nuevo término: la seguridad de Occidente. “Tras haber perdido el control —escribía en 1978 un antiguo embajador francés ante la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN)— de las fuentes de energía y de las principales materias primas ¿acaso somos ahora vulnerables y estamos amenazados?... Una contramedida sería, sin duda, que Occidente se consagre cada vez más a las actividades que incorporan más materia gris y más alto tecnicismo [...]. Si a los países en vías de desarrollo les es posible adquirir nuestras tecnologías, es en Occidente donde, casi exclusivamente, se elaboran y se ponen a punto. ¿Debemos considerar la no-transferencia de nuestras ventajas si el de los recursos que nos son necesarios nos fuera negado?”.⁴⁹

Seguridad, seguridad nacional, vulnerabilidad: estos términos impregnarán los discursos de numerosos estados sobre el papel de las tecnologías de información; tanto del supergrande como de los pequeños, que carecen de ambiciones hegemónicas.

* El juego de palabras pretende sugerir la transformación de unos simples instrumentos subordinados en entorno condicionante. [T.]

⁴⁹ F. de Rose, “Les progrès scientifiques et techniques: les problèmes qu’ils posent à l’Ouest”, *Revue de l’OTAN*, octubre de 1978.

En 1980, Suecia produjo un informe muy controvertido que lleva por título: *La vulnerabilidad de la sociedad informatizada*. Su idea básica: la economía corre el riesgo de caerse porque todos los sistemas informáticos son vulnerables a los actos de guerra, al terrorismo, al embargo económico, a los errores.

Los redactores del informe le recomiendan al gobierno que elabore una legislación para dotar al país de un dispositivo eficaz de prevención y acción en caso de crisis. Les proponen confeccionar una lista de las *empresas-K*, es decir, aquellas que más dependen de la información electrónica y que, por consiguiente, son susceptibles de convertirse en los objetivos preferentes. Incluso ponen de relieve que, en caso de *avería informática*, sólo seguiría funcionando el 15 por ciento del potencial nacional de producción y de distribución.⁵⁰

En 1983, el Senado norteamericano difunde su informe sobre las grandes líneas de una política exterior en el ámbito de la informática y de las telecomunicaciones.⁵¹ Este documento oficial enlaza con la Communications Amendment Act de 1982, una fecha importante en el debate sobre la reforma de la ley creadora del sistema de comunicación de Estados Unidos, la Communications Act, de 1934. El Senado había recibido el encargo de inventariar los problemas que la nueva hegemonía ejercida por la materia prima *información* corría el riesgo de entrañar para la *seguridad política y económica* de Estados Unidos. Como telón de fondo: el aumento de las *actitudes proteccionistas*, en nombre de la soberanía nacional, en los países más dispares y en los grandes organismos representativos de la comunidad de naciones. Este informe iba a contrapelo de esta posición porque se fundaba en la certeza de que sólo el principio del libre flujo de la información y el de la competencia en un mercado libre estaban en medida de garantizar la protección de los intereses de todos, empezando por los de Estados Unidos.

En cualquier caso, hasta 1991, con ocasión de la guerra del Golfo, los grandes países industriales no descubrirán la verdadera complejidad de la relación seguridad-transferencia de los conocimientos. El temor de asistir a la repetición del enfrentamiento militar con potencias regionales hará que se plantee la necesidad de la *no-proliferación* de las *tecnologías desestabilizantes*. Necesidad, pues, de una reducción

⁵⁰ A. Lloyd, "Sweden fears data processing (DP) reliance", *Datamation*, junio de 1980.

⁵¹ US Senate, *Range Goals in International Telecommunications and Information: An Outline for United States Policy*, Washington, DC., US Government Printing Office, 1983.

de las exportaciones de armamentos y de tecnologías civiles, llamadas de doble uso, susceptibles de ser desviadas por el país importador para poner a punto sus propias armas.⁵² Los países del Sur no dudarán en considerar esta propuesta como una forma de impedir su desarrollo en el campo de las altas tecnologías.⁵³ Recordemos que una transferencia de tecnología inicial permitió que grandes países —como la India y Brasil— pudieran arrancar sus industrias informáticas y aeroespaciales y producir fibras ópticas.⁵⁴ Este proceso de apropiación de las tecnologías extranjeras también ha propulsado al gigante latinoamericano, sin embargo, dentro del club de los seis primeros exportadores de armas del mundo.

El aborto del universalismo comunista

¿Qué pensará, más de veinte años después de la publicación de *Between two ages*, Z. Brzezinski, de vuelta a sus estudios después del fracaso de la reelección de Jimmy Carter? Ésa fue la pregunta planteada en diciembre de 1990 por el especialista en geopolítica Michel Foucher: ¿Cree usted que el factor dominante del poder, en los años noventa, será el poderío militar, el éxito económico, la proyección cultural o ideológica?

Respuesta: “El factor militar, seguramente, perderá importancia, con la desaparición de la amenaza soviética. En consecuencia, es posible que el éxito económico y la influencia cultural adquieran cada vez más importancia. Lo cual nos lleva a la cuestión de la ideología. Pienso que hoy corremos el riesgo de creer demasiado ingenuamente en los modelos de riqueza y de libertad de mercado de Estados Unidos, Japón y Alemania... Sea como fuere, la base del poderío norteamericano es, en gran parte, su dominio del mercado mundial de las comunicaciones. El ochenta por ciento de las palabras y de las imágenes que circulan en el mundo provienen de los Estados Unidos.”⁵⁵

⁵² P. Dabiez, “Tentations du tiers monde”, *Le Monde*, 2 de julio de 1991.

⁵³ C. Raghavan, “North blocks high-tech to South”, *Third World Resurgence*, núm. 9, mayo de 1991.

⁵⁴ Sobre la historia de la informática brasileña, véase: A. Mattelart y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática*, op. cit.

⁵⁵ Z. Brzezinski, “Washington est le seul super-grand”. Declaraciones recogidas por M. Foucher, Edición especial “La Nouvelle Planète”, *Libération*, 15 de diciembre de 1990, p. 16.

La *debacle* política y económica de los países comunistas cambia efectivamente el planteamiento de arriba abajo. Ratifica el fracaso del proyecto de internacionalismo soñado por Marx y Engels en su *Manifiesto*, contrapunto de la vocación supranacional del capital. La utopía del internacionalismo, en cuanto abolición de la nación, no ha podido resistir las fisuras sucesivas que se han producido en la solidaridad entre los “proletarios de todos los países” que los fundadores de la doctrina imaginaban como una “clase sin intereses nacionales”. No sólo se han reforzado la nación y los nacionalismos en los países que reivindicaban tal idea, sino que el Estado y su “máquina burocrática y militar”, de la que Marx predecía la desaparición bajo el reino del comunismo, ha invadido toda la sociedad, hasta el punto de ahogarla.

El universalismo comunista ha sucumbido al dogmatismo comunista, transformándose en un comunismo de sectas y excomuniones mutuas. En 1979, al interrogarse sobre la inadecuación de estas “sociedades que segregan el aburrimiento” a la modernidad, Z. Brzezinski escribía de forma premonitoria: “La tragedia del comunismo, como concepción universal, es que llegó demasiado pronto y demasiado tarde a la vez. Demasiado pronto para convertirse en la fuente de un auténtico internacionalismo, porque la humanidad apenas si estaba despertando a la conciencia nacional y porque los débiles recursos tecnológicos de comunicación de los que entonces se disponía no eran suficientes para sostener una concepción universal del mundo. Y ha llegado demasiado tarde para el Occidente industrializado, porque el nacionalismo y las concepciones liberales del reformismo de Estado le habían precedido y habían conquistado, gracias al Estado nacional, un espacio que podría haber correspondido a su humanismo. Ha llegado demasiado pronto para el Este preindustrial, donde ha servido de timbre de alarma a las masas adormecidas, precipitándolas en un nacionalismo cada vez más extremista.”⁵⁶

Lo que el teórico de la sociedad tecnocrática, en cambio, no podrá prever, es la perennidad, en la era de la *ciudad global*, de la vieja “diplomacia de la cañonera” —cuya caducidad anunciaba— pese al auge de la “diplomacia de las redes”. En una palabra, la tensión entre la geopolítica y la geoeconomía.

Con la perspectiva que proporcionará la guerra del Golfo y la lucha

⁵⁶ Z. Brzezinski, *Between two ages*, op. cit., p. 124.

por el control del reparto de la renta mundial del petróleo se calibrarán mejor las trampas de los discursos sobre la salida de la crisis merced a las altas tecnologías de la información, esta nueva materia prima que, según nos habían hecho creer, estaba destronando definitivamente a las energías tradicionales como línea de demarcación entre los ricos y los pobres. Una diferenciación que, desde los años cincuenta, no ha cesado de marcar la historia de las estrategias y de las teorías de la comunicación internacional, dejando aparecer la otra cara del progreso abandonada en la sombra por la ideología de la tecnología redentora.

7. LA REVOLUCIÓN DE LAS ESPERANZAS CRECIENTES

Contra el fatalismo: la modernización

“El progreso es el desarrollo del orden”, escribía Auguste Comte en el *Catecismo positivista*. “El progreso no constituye, por todos los conceptos, más que el desarrollo del orden”, reiteraba en el *Discurso sobre el conjunto del positivismo*. Unos ciento treinta años más tarde, en 1968, Robert McNamara, presidente del Banco Mundial y antiguo secretario de Estado de Defensa de John Kennedy, escribía: “La seguridad es el desarrollo. Sin desarrollo, no puede haber seguridad.”¹

La expansión de las grandes potencias se había llevado a efecto en el siglo XIX, bajo el signo del *progreso* como civilización. Esta misión civilizadora fue aceptada por el comerciante, por el militar y por el misionero. En nombre de la civilización occidental, le fue denegado a muchos pueblos el derecho a gobernarse por sí mismos. La primera guerra mundial había renovado esta coartada con un orden imperial y colonial. En el pacto de la Sociedad de Naciones, firmado en junio de 1919, podía leerse, por ejemplo, lo que ya había señalado el presidente Wilson, el 8 de junio de 1918, en su discurso programático sobre los *catorce puntos para la paz*: tratándose de “pueblos incapaces aún de administrarse ellos mismos en las condiciones especialmente difíciles del mundo moderno, el bienestar y el desarrollo de estos pueblos forman una misión sagrada de civilización”. El texto añade que “el mejor método para realizar este principio es el de confiar la tutela de estos pueblos a las naciones desarrolladas”. La noción de *desarrollo* sigue siendo muy cercana a la de civilización y es más propia del ámbito cultural y social que de la economía. El desplazamiento se efectuaría progresivamente. Algunos textos de la Sociedad de Naciones harán alguna tímida alusión en los años treinta. Pero no se convertirá realmente en un concepto-unificador hasta después de la segunda guerra.

¹ R. McNamara, *The essence of security*, Nueva York, Harper & Row, 1968, p. 149. Sobre la genealogía del concepto de desarrollo, véase S. Latouche, “Un concept à approfondir”, *Options*, París, núm. 31, junio de 1990.

Fue en 1949 cuando la noción de *desarrollo* apareció en el lenguaje de las relaciones internacionales para designar, por mediación de su contrario —el subdesarrollo— la situación de parte del planeta que todavía no tenía acceso a las ventajas del progreso, uno de los tres pilares de la religión de la humanidad, tan grata al fundador de la sociología del organismo social. La expresión nació en la Casa Blanca y pasó a la historia merced a un discurso pronunciado por el presidente Truman, titulado *Punto cuatro*. Este programa tenía por objeto movilizar las energías y la opinión pública en torno a los grandes desequilibrios sociales que amenazaban con abrirle paso al comunismo mundial. La ideología del progreso se metamorfoseaba en ideología del desarrollo. La comunicación y sus técnicas estaban llamadas a ocupar un puesto de vanguardia.

Hasta diez años más tarde, en 1958, no aparecerá la primera obra sobre la posible contribución de los medios al *desarrollo* de los países del *tercer mundo*. Su título: *The passing of traditional society*. Su autor, Daniel Lerner, especialista en guerra psicológica y autor, por esta circunstancia, de una primera obra titulada *Sykewar: Psychological warfare against Germany D-Day to VE-Day* (1949). Como subtítulo de su trabajo sobre la superación de la sociedad tradicional: *Modernizing the Middle-East*.² El libro, en efecto, recoge los resultados de investigaciones llevadas a cabo en seis países de Oriente Medio, con vistas a evaluar la exposición de diversas categorías de población a las emisiones transmitidas por radios internacionales. Un total de 1 600 entrevistas realizadas en Turquía, en Líbano, en Egipto, en Siria, en Jordania y en Irán. Estaba previsto un séptimo país: Irak; pero el equipo de encuestadores había tenido que interrumpir sus investigaciones por motivos políticos. En aquella época, la región ya había sido clasificada por los geopolíticos como estratégica, por razones de *equilibrio petrolero*. En 1951, el primer ministro iraní, M. Mossadegh, había nacionalizado los pozos y refinerías de petróleo; dos años más tarde, había sido derrocado por un golpe de Estado. En 1956, la nacionalización del canal de Suez había provocado un conflicto con Israel, Inglaterra y Francia.

Este estudio de audiencia había sido encargado, en 1950, al Bureau of Applied Social Research de la Universidad de Columbia —que

² D. Lerner, *The passing of traditional society, modernizing the Middle East* [La superación de la sociedad tradicional. La modernización del Oriente Medio (Próximo)] Nueva York, The Free Press, 1958.

dirigía Paul Lazarsfeld— por Leo Lowenthal, responsable en los años 1949-1954 de la rama *Evaluación de los programas de radio* del International Broadcasting Service, dependiente del Departamento de Estado. Esta investigación, realizada en el transcurso de los años 1950-1951, debía determinar, para decirlo sin rodeos, la posición que ocupaba *Voice of America* en relación con sus competidores directos: fundamentalmente, la BBC y Radio Moscú. Provistos de un cuestionario de unas cincuenta páginas, encuestadores autóctonos, formados por un representante de Columbia en ese país, habían entrevistado así, en Jordania, a 325 personas, durante dos o tres horas. La muestra, repartida entre cinco grupos (los beduinos del desierto, los granjeros de las aldeas, la burguesía urbana y rural, las élites), había sido interrogada sobre su exposición a los medios (radio, prensa, cine), y sus opiniones respecto de los asuntos locales, nacionales e internacionales. Algunas preguntas intentaban así pulsar las opiniones de los encuestados sobre la guerra de Corea, sobre la noción de *imperialismo soviético*, de *imperialismo norteamericano*, sobre Palestina.³

Pero, más allá del estudio específico de las audiencias, se trataba de recoger la mayor cantidad posible de material para establecer una tipología de las actitudes en relación con el *desarrollo*. Nada le pareció al sociólogo estadounidense más obvio que aplicar mecánicamente lo que había aprendido de sus investigaciones sobre la guerra psicológica como oficial de Inteligencia durante la segunda guerra mundial. Detectó tres categorías: los modernos (asimilables a las categorías antinazis), ya convertidos, que conjugan lo mejor de las tres formas de movilidad propias de la sociedad moderna (física, social y psíquica); los tradicionales (los nazis, en sus anteriores estudios); los de transición, o apolíticos, la categoría más susceptible de responder al esfuerzo de la propaganda.⁴ En esta obra, lo mismo que en los informes sectoriales sobre esta investigación, el término *westernization* (occidentalización) servía de contraseña para definir la actitud moderna y los *gustos cosmopolitas* de ciertas categorías de audiencia.

Modernización = desarrollo: la homologación se realizó tan pronto

³ Se han publicado algunos extractos de archivo de esta investigación con el título de "Survey of communications patterns in Jordan", en W.E. Daugherty y M. Janowitz, bajo la dirección de, *A psychological warfare casebook*, *op. cit.*

⁴ Véase S. Samarajiva, *The tainted origins of the communication and the development field: Voice of America and the passing of traditional society*, Department of communication, Simon Fraser University, Canadá, 1984.

como el libro de Daniel Lerner se convirtió en un clásico. Será reforzada por otros libros que vendrán a continuación: *The achieving society*, de David McLelland (1961), *Communication and political development*, publicado bajo la dirección de Lucian Pye (1963), *Mass media and national development*, de Wilbur Schramm (1964).⁵ Este último libro llegó, incluso, a ser reeditado por la UNESCO donde se convirtió en obra de referencia a lo largo de toda la década. El organismo internacional, que comenzó realmente a preocuparse de los medios a partir de 1962, no escatimó esfuerzos, por cierto, para divulgar las tesis de estos autores, y, en concreto, publicó en varias lenguas una antología de textos reunidos por Bert Hoselitz y Wilbur Moore, con el título de *Industrialisation et société*.⁶ Esta preeminencia de la sociología estadounidense en los hemisferios internacionales llegó incluso a suscitar un comentario mordaz por parte del sociólogo británico Jeremy Tunstall: "En los años sesenta, Daniel Lerner, Ithiel de Sola Pool y Wilbur Schramm se convirtieron en una especie de circo ambulante [...] asesorando primero a un gobierno en Asia para luego pasar a una agencia federal en Estados Unidos. Lerner fue el líder intelectual del circo, Ithiel de Sola Pool, uno de los charlatanes académicos más vehementes y más anticomunistas, fue el comisario. El tercer miembro era Schramm, que fue un auténtico representante comercial, instalado en Stanford. Schramm, en los años sesenta, llegó a ser considerado como el experto favorito de la UNESCO en materia de medios de comunicación de masas."⁷

Inscrito en la tradición de una psicología individual, Lerner trabaja el concepto de *empathy*, es decir la *movilidad psicológica* o la *capacidad de proyectarse a sí mismo en el papel* del otro. El problema consiste en sacar lo *tradicional* de su inercia y de su fatalismo, haciendo que adopte esta movilidad que define la actitud moderna. Son muchos los sociólogos y politólogos que se dedicarán a confeccionar el retrato del *hombre moderno*, definido esencialmente por su flexibilidad mental

⁵ D.C. McLelland, *The achieving society*, Princeton, NJ., Van Nostrand, 1961; L. Pye (bajo la dirección de), *Communications and political development*, Princeton, NJ., Princeton University Press, 1963; W. Schramm, *Mass media and national development*, Stanford, Ca., Stanford University Press, 1964.

⁶ B. Hoselitz y W. Moore (bajo la dirección de), *Industrialisation et société*, Paris, UNESCO, 1963.

⁷ J. Tunstall, *The media are American. Anglo-American Media in the World*, Londres, Constable, 1977, p. 208.

frente a situaciones nuevas, y en línea con los grandes esquemas de valores de las sociedades industriales occidentales.⁸ Trasplantan a su manera los análisis de Max Weber sobre la ética protestante y el espíritu del capitalismo, que veía en el *empresario* una singular combinación de deseo de realización personal, de búsqueda innovadora, de espíritu de competitividad, de afán de lucro, y de honestidad metodológica.⁹

Más allá de sus diversas variantes, la teoría de la modernización admite una única matriz. El cambio social está definido como el paso *lineal* entre la sociedad tradicional y la sociedad moderna (industrial, urbana y occidental). El primer polo —negativo— concentra todas las desventajas: se trata de una sociedad, una cultura, una personalidad, estáticas, homogéneas, detenidas en el tiempo, regidas por un sistema único de valores en el que las diversas instituciones están indiferenciadas, dominadas por valores que superan al individuo, tales como la tradición, lo mágico, la divinidad, los antepasados, lo sagrado, alérgicas a las otras culturas y poco dispuestas a asimilarlas; resumiendo, una sociedad en la que todo se resiste al cambio cultural. El otro polo reúne todos los triunfos para componérselas: la sociedad moderna se mueve por una transformación consciente y voluntaria; el cambio está institucionalizado: está, pues, dentro de la normalidad de las cosas, es exigido por la creciente aplicación de la ciencia y de la tecnología a todas las esferas de la vida social; los valores ya no se adscriben mediante la tradición ni se aceptan pasivamente, sino que están conformados según criterios de eficacia y de racionalidad por un individuo secularizado, libre de elegir; la sociedad moderna es una sociedad orientada hacia el exterior, abierta y cosmopolita; las diversas instituciones están especializadas, segmentadas.

Esta forma de conocimiento de las sociedades, que procede mediante el establecimiento y la confrontación de tipos *ideales* o de *modelos*, tiene, evidentemente, como principal defecto, que no refleja más que a ella, toda vez que está totalmente construida. Lo menos que se le puede objetar, es que deja en la sombra los fundamentos epistemológicos y culturales de los que las proponen. Es la razón por

⁸ A. Inkeles y D.H. Smith, *Becoming modern*, Cambridge, Mass, Harvard University Press, 1974.

⁹ M. Weber, *The protestant ethic and the spirit of capitalism*, trad. por T. Parsons, Nueva York, Charles Scribners, 1930. [ed. esp.: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Barcelona, Península, 1969].

la que chocarán tan rápidamente, una vez sobre el terreno, con la resistencia y la opacidad de lo real. Lo que molesta en esta concepción evolucionista del desarrollo, no sólo es esa generalización que priva a cada una de las sociedades del tercer mundo de su historia y presenta realidades y culturas muy dispares, sino también esa aversión a lo *tradicional*, incapaz de dar vida a otra cosa. Esta aversión linda con el desprecio. Así, a semejanza de la mayoría de los representantes de la teoría de la modernización, David McLelland, que trabajó en la influencia de la *necesidad de resultado* (*need of achievement*) —una noción muy cercana a la de *empathy*— sobre el crecimiento económico, no ve, por ejemplo, en las culturas tradicionales, consideradas afectivas e irracionales, más que obstáculos para el desarrollo. Para este teórico de la *sociedad de resultado*, sociedad moderna por excelencia, la moderna *cultura del empresario* no sabe qué hacer con estas culturas tradicionales, como no sea protegerlas en función, exclusivamente, de su interés histórico.

Manifiesto no comunista

En esta visión insulsa del cambio social, los medios ocupan un lugar destacado: son considerados como agentes de desarrollo y productores de conductas modernas. Son los portadores de la *revolución de las esperanzas crecientes*, aquella a la que estimulan los modelos de consumo y de aspiraciones que pregonan cuantos ya han alcanzado esa etapa superior que representa la sociedad moderna en la evolución humana.

Esta tesis está sintetizada en un texto de Ithiel de Sola Pool, publicado por la UNESCO en inglés, francés y español, en 1963: "La propaganda en favor del modernismo que contienen los medios de comunicación comerciales no es sólo un pretexto para hacer comprar una determinada marca de jabón. El alegato en favor de una preferencia no es más que una pequeña parte del alegato en favor de un modo de vida totalmente modernizado. Los medios de comunicación, llamados a abrirles el mercado a nuevos productos, a nuevos intereses, diseñan, además, el retrato de un nuevo tipo de hombre en un nuevo tipo de ambiente. Como ya subrayara Marx, el director de empresa es un revolucionario, aun cuando no sea esa su intención. Son los medios de comunicación de masas los que transforman lo que, de otro modo, no habría sido más que el sueño incumplido de algunos moderni-

zadores en la aspiración dinámica de todo un pueblo.”¹⁰

Los medios expresan la modernidad tecnológica y social al mismo tiempo que la transmiten a las élites. Y ambos irradian hacia los sectores atrasados del país. La población está dividida, por un lado, en *grupos de referencia* —*líderes de opinión*— y, por otro, en una masa pasiva. Pueden comprobarse nuevamente ahí, en la práctica, las teorías de la persuasión por etapas, puestas a punto, dos décadas antes, por Lazarsfeld, Katz y sus colaboradores, acerca de los procesos de toma de decisión de los electores como compradores.

Los medios actúan como *barqueros* que permiten que los individuos tradicionales pongan el pie en la orilla del *progreso*. Porque esta teoría remite, fundamentalmente, a una idea del progreso. Los que ilustran muy bien esta concepción son los economistas de la modernización como Walt W. Rostow, el cual no dudaba en ponerle a su principal obra sobre las etapas del crecimiento, publicadá en 1960, el siguiente subtítulo: *A non-communist manifesto*.¹¹ Partiendo de un análisis histórico del desarrollo industrial de Inglaterra, obtenía su modelo lineal de las “etapas del crecimiento” que cada país había de atravesar. El modelo era universal: cualquier sociedad deseosa de emprender la transición desde la *sociedad tradicional* —prenewtoniana en su concepción de la ciencia y de la tecnología— hasta la de la *era del consumo masivo*, obligatoriamente tenía que repetir la experiencia de la industrialización de las que la habían precedido. Al superar progresivamente estas etapas, llegaban a alcanzar el *progreso*, medido, esencialmente, por el crecimiento del producto interior bruto per cápita. En este paso de una sociedad, de una economía, a otra, la etapa llamada de *despegue* (*take-off*) era crucial. Venía a continuación el desarrollo propiamente dicho de este despegue y de su madurez, umbral de la fase de consumo elevado.

Esta visión evolucionista no está muy lejos de las “fases institucionales” por la que, según Daniel Lerner, había de transitar todo candidato al desarrollo: “En todas partes, el crecimiento urbanístico implica un crecimiento de la alfabetización. La cual implica el creci-

¹⁰ I. de Sola Pool, “Le rôle de la communication dans le processus de la modernisation et du changement technologique”, en *Industrialización y sociedad*, *op. cit.* (bajo la dirección de), B. Hoselitz y W. Moore, p. 287.

¹¹ “Un manifiesto no comunista”, W.W. Rostow, *The stage of economic growth*, Cambridge, University Press, 1960 [ed. esp.: *El proceso del crecimiento económico*, Madrid, Alianza Editorial, 1967].

miento de la exposición a los medios. Ésta, a su vez, *conduce* a una amplia participación económica (renta per cápita) y a la participación política (voto). Este modelo, desarrollado en Occidente, es un hecho histórico [...]. Se encuentra el mismo modelo básico en cualquier sociedad en vías de modernización, en todos los continentes, con independencia de las diferencias de raza, de color o de credo."¹²

De esta teoría cuantitativa del desarrollo, se derivó un enfoque por índices. Un enfoque del que se apoderaron alegremente los funcionarios de los organismos internacionales como la UNESCO. Los *modernizadores* y su modelo de explicación causal por mediación de índice habían diagnosticado, por ejemplo, que sólo un país que contara con un 10 por ciento de su población residiendo en las ciudades, podía aspirar a *despegar* en el ámbito de la alfabetización. Mínimo exigido, también, para el despegue de los medios que, a partir de este umbral, podían aspirar a crecer uniformemente con la urbanización hasta un 25 por ciento. Y así sucesivamente. Se pusieron, pues, a clasificar a los distintos países *subdesarrollados*, por escalas. La correlación entre los índices se convirtió en la clave. La *exposición a los medios*, medida en función de los periódicos, del papel prensa, de los aparatos de radio, de las butacas de cine por habitante, se cruzaron con la renta per cápita, la tasa de analfabetismo, las tasas de urbanización y de industrialización. Esto dio origen a una estrategia de *estándares mínimos*. Para salir del subdesarrollo había que disponer, al menos, por cada cien habitantes, de diez ejemplares de periódicos, cinco aparatos de radio, dos televisores y dos butacas de cine.¹³

Todos estos índices y correlaciones fueron ordenados por politólogos que obtuvieron modelos de *desarrollo político*. La urbanización se conjugaba con la alfabetización, la exposición al medio y la participación mediante el voto. Según observaba el británico Peter Golding, uno de los críticos más incisivos de las distintas versiones de la teoría de la modernización vigente en los estudios sobre comunicación: "Los campesinos van a la ciudad, aprenden a leer, estudian los periódicos y votan disciplinadamente [...]. El desarrollo político está considerado como una variable dependiente. La urbanización no depende en este sistema de ninguna otra variable. La causalidad es unívoca. Los partidos políticos, las elecciones libres, el número de líderes políticos,

¹² D. Lerner, *The passing of traditional society*, op. cit., p. 47.

¹³ UNESCO, *Mass media in the Developing Countries*, París, Paper núm. 33, 1961 [ed. esp.: *Los medios de información en América Latina: factor de desarrollo económico y social*].

son los únicos índices para definir el juego complejo del *desarrollo político* [...] Todos los índices, en efecto, están desprovistos de contenido. La educación, en esta concepción, es un número de escolares en los establecimientos, y no un sistema de transmisión cultural: los medios de comunicación de masas son el número de radios, sin que nadie se preocupe de su uso. Esta endeblez del modelo deriva del hecho de que el desarrollo político está considerado como un proceso de integración y de cohesión social hecho posible, normativamente, merced a la existencia de una red de comunicación."¹⁴

Los nuevos constructores de la nación

El chorro de títulos publicados sobre el tema del desarrollo-modernización durante la primera mitad de los años sesenta está a la altura de la intensificación del riesgo. En lo sucesivo resulta imposible seguir retrasando la lucha contra el desarrollo so pena de ser desbordado por élites seducidas por el modelo de la revolución violenta. En este punto de no retorno, la cuestión del desarrollo se plantea como problema de seguridad. Pero este tercer término de la ecuación no aparecía sino muy raras veces en los escritos de los sociólogos del desarrollo. De hecho, el único que se refiere abiertamente a este tema es Lucian Pye, profesor de ciencia política en el MIT, antiguo oficial de Inteligencia en China y, sobre todo, autor de uno de los primeros análisis sociológicos de una guerrilla moderna, la que hicieron las fuerzas comunistas contra los británicos en Malasia.¹⁵

Y sin embargo, apenas si es posible comprender la teoría de la modernización sin esa vertiente represiva, en estrecha relación con las doctrinas de la contrainsurgencia y de la seguridad nacional. Una de las principales razones es que, en este periodo, en el que la modernización garantizaba el proyecto de desarrollo, también legitimaba el aumento del poder militar en numerosos países. Entre 1967 y 1972, el número de países gobernados por estados mayores aumentó más del doble. Hasta tal punto que la casta militar les pareció a numerosos teóricos de la modernización como la que estaba en mejores condi-

¹⁴ P. Golding, "Media role in national development: Critique of a theoretical orthodoxy", *Journal of Communication*, verano de 1974, vol. 24, núm. 3, pp. 45-46.

¹⁵ L.W. Pye, *Guerrilla communism in Malaya: Its social and political meaning*, Princeton, NJ., Princeton University Press, 1956.

ciones para aceptar el desafío del desarrollo y de la "construcción de la nación" (*nation-building*). En torno a esta noción central, en efecto, trabajaron numerosos politólogos norteamericanos, durante los años sesenta. "*Nation-building* es un término metafórico que designa el proceso social o los procesos mediante los cuales una conciencia nacional aparece en ciertos grupos que, merced a una estructura social más o menos institucionalizada, hacen todo por obtener la autonomía política de su sociedad."¹⁶ Según estos sociólogos, el ejército era el que estaba llamado a ser ese grupo de elegidos en el plano de la conciencia nacional. Capacidad profesional, equipamiento, mano de obra, sistemas de sanciones y modelos de emulación experimentados; todas estas bazas hacían del ejército el mejor garante del proyecto nacional.

Desde esta perspectiva, Lucian Pye daba comienzo, en 1961, a petición del Pentágono, a una serie de estudios que se iniciaba con el siguiente preámbulo: "Se necesita con urgencia una investigación sistemática acerca de las capacidades de las instituciones militares para guiar el desarrollo económico y tomar parte en la gestión de las políticas nacionales."¹⁷ En la misma antología en la que aparecieron estas manifestaciones de Pye, otro sociólogo, J.J. Johnson, añadía: "Hace algunos años, se solía admitir que el porvenir de las nuevas naciones estaría sobradamente determinado por las actividades de sus intelectuales occidentalizados, sus burócratas de tendencia socialista, sus partidos nacionalistas en el poder, o, incluso, sus amenazantes partidos comunistas... Ahora que los militares se han convertido en un elemento clave en la toma de decisiones, al menos en ocho países de África y de Asia, carecemos de conocimientos suficientes."¹⁸ El resultado más llamativo de estas discretas invitaciones a la comunidad académica fue la realización y la publicación, en el transcurso de la década, de un impresionante conjunto de monografías sobre el poder militar en entornos tan distintos como Egipto, los países del Próximo Oriente, Brasil, Chile, Perú o Indonesia.

En esta riada de estudios, las problemáticas desarrolladas por Lucian Pye en torno a la *construcción de la nación* son las que más se refieren al papel de los medios como expresión del proyecto moder-

¹⁶ D. Wilson, "Nations-building and revolutionary war", en *Nation-building* (bajo la dirección de), K.W. Deutsch y W.J. Foltz, Nueva York, Atherton Press, 1963, p. 84.

¹⁷ L. Pye, en J.J. Johnson (bajo la dirección de), *The role of the military in underdeveloped countries*, Princeton, NJ., Princeton University Press, 1962, p. 69.

¹⁸ J.J. Johnson, *Ibid.*

nizador. Lo que más llamará la atención es su perspicacia para detectar las tensiones inherentes a la irrupción moderna. Esto es lo que escribía en su estudio sobre Birmania: "En el corazón del problema sobre la construcción de la nación, está la siguiente pregunta: ¿cómo puede estimularse la difusión de una cultura mundial y, al mismo tiempo, atenuar sus consecuencias perturbadoras?".¹⁹

1961 es el año en el que el presidente Kennedy somete al voto del Congreso la Foreign Assistance Act que autoriza a la Administración a proporcionar su apoyo a los programas de *acción cívica* acometidos por los militares en el tercer mundo. Una noción que el departamento de Defensa incluye en su glosario al año siguiente y define así: "La utilización de las fuerzas armadas locales en proyectos útiles a la población civil en todos los terrenos, ya sea el de la educación, la formación, las obras públicas, la agricultura, el transporte, las comunicaciones, la sanidad pública u otros sectores que contribuyen al desarrollo económico y social, y que serviría también para mejorar la relación de las fuerzas armadas con la población."²⁰ Atrapadas en el engranaje de la lucha contrainsurgente, muy pocas fuerzas armadas asumieron ese nuevo papel de buen samaritano. La *acción cívica*, mediante la cual los aprendices de brujo de la investigación financiada por el Pentágono pretendían asociar, con toda legalidad, el poder militar con la vida civil de la nación, resultó luego haber sido, en muchos de los casos, el primer peldaño de la escalada hacia la toma del poder por la fuerza.

La segunda razón por la que resulta imposible disociar estrategia modernizadora y seguridad es que el auge de la primera es contemporáneo de la potenciación de los planes de cooperación con las fuerzas del orden (Public Safety Programs). Este fenómeno sería llevado a la pantalla en 1972, merced a la película de Costa-Gavras, *Estado de sitio*, inspirada en uno de esos planes de modernización de las fuerzas del orden, en Uruguay. Esta puesta al día de las fuerzas de policía que dependían del Office of Public Safety —lanzado por la administración Kennedy— de la USAID (United States Agency of Inter-

¹⁹ R. Moore, "Toward a definition of military nation-building", *Military Review*, julio de 1973.

²⁰ L.W. Pye, *Politics, personality, and nation-building: Burma's search for identity*, New Haven, Conn., Yale University Press, 1962, p. 13; véase también L.W. Pye y S. Verba, bajo la dirección de, *Political culture and political development*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 1965.

national Development), brazo derecho del departamento de Estado en materia de cooperación, se plasmó en el envío de expertos y en el suministro del último grito de la tecnología, para frenar al *enemigo interior*. Pero también en la transferencia de conocimientos mediante formaciones en las que la enseñanza sobre psicología de masas, la patología del insurgente, la técnica fotográfica en las manifestaciones y disturbios civiles y otros muchos temas que no se enseñaban en ninguna carrera universitaria oficial recurrieron al saber y al saber-hacer de la sociología de la comunicación.²¹

Por último, quizás no sea ocioso recordar que esta vertiente militar de las estrategias de modernización también tuvo, hacia el final —es decir, en la segunda mitad de los años setenta, antes de su completa deslegitimación—, sus momentos de paranoia a gran escala. ¿Cómo entender si no, el derroche de tecnologías electrónicas y aeroespaciales militares más elaboradas en el Irán del Sha y de su policía política la Savak? En 1974-1975, las exportaciones de armas hacia ese país, en el que Estados Unidos veían al incondicional gendarme del golfo, representaban el 40 por ciento del total de ventas de armas de la industria de Estados Unidos en el extranjero. Hecho único en los anales de la industria aeroespacial, la instalación del sistema nacional de satélites no era competencia ni de la NASA, ni de Comsat, sino de la US Air Force. Y todo eso porque, por primera y última vez en un país del tercer mundo, los usos militares del sistema debían coexistir con las funciones civiles de enlaces de programas, datos y conversaciones telefónicas. Se trataba, entre otras cosas, de instalar una base de Inteligencia muy importante, capaz de escuchar todas las conversaciones electrónicas en la región del Golfo (proyecto IBEX). Irán suscribía con una firma estadounidense el *contrato del siglo* para la modernización de su red nacional de telecomunicaciones. Apenas habían transcurrido cuatro años cuando esta mega-máquina tecnológica bajo alta vigilancia militar se derrumbó (1979) como un castillo de naipes ante el trabajo de hormiguitas de los ayatollahs y de sus redes de fieles armados con sus casetes radiofónicos.²²

²¹ M. Klare, *War without end*, *op. cit.*, capítulo 9 ("The first line of defense").

²² H. Mowlana. "Technology versus tradition. Communication in the Iranian revolution". *Journal of Communication*, verano de 1979, vol. 29, núm. 3.

Yugular la explosión demográfica

En agosto de 1961, un programa de gran envergadura proporcionó un marco de acción para un ambicioso proyecto de modernización, civil en este caso: la Alianza para el Progreso, programa de ayuda al *despegue* de las economías latinoamericanas. Verdadero plan Marshall para el desarrollo, ambicionaba crear otras formas de cooperación internacional con los países del hemisferio, nuevas fórmulas políticas para llevar a cabo la "revolución en libertad" con el fin de contrarrestar así la expansión de la revolución castrista, entonces triunfante. Esta revolución pacífica pretendía romper con la vieja tradición de la Casa Blanca de apoyar a las oligarquías tradicionales y a las dictaduras militares, y contaba con el auge de las clases medias.

Pero si bien esta oferta de colaboración apuntó prioritariamente hacia los países de América Latina, no es menos cierto que el tercer mundo en su conjunto estuvo en el punto de mira de esta filosofía de la modernización. Sus efectos concretos se hicieron sentir en tres áreas de aplicación: la planificación familiar, la innovación en el campo y las nuevas tecnologías educativas. En todos estos ámbitos, la *difusión de actitudes modernas* ocupaba un lugar destacado.

Si la consigna de los años sesenta es la lucha contra el subdesarrollo, también es el combate contra la explosión demográfica. En la mente de los estrategas del desarrollo, la suerte de una depende del otro. Los esfuerzos para despegar serán vanos si, al mismo tiempo, no se pone freno a las tasas de fecundidad del tercer mundo. Multiplicación de los acuerdos en los distintos organismos de las Naciones Unidas, replanteamiento de los organismos de ayuda en la materia, se van definiendo los objetivos de este combate. Se toma a la opinión pública por testigo. En un artículo publicado en el *New York Times*, en abril de 1965, con el muy sugestivo título de *We help build the population bomb*, el agrónomo William Vogt, viejo partidario de los métodos extremos, la emprende con la pusilanimidad de la política oficial de Estados Unidos: "Deberíamos proporcionar una ayuda activa en todos los aspectos del control de natalidad, con la misma liberalidad con la que construimos altos hornos o centrales hidroeléctricas en el extranjero [...]. Si nos aferramos a la vía que hoy estamos siguiendo, si permitimos que aumenten las presiones del crecimiento de la población en la mayoría de los países subdesarrollados del mundo, vamos hacia la catástrofe [...]. Debemos proceder de modo que nuestros programas de ayuda sean realmente útiles, subordinándolos a este elemento

único que es el equilibrio de la población sin el cual los restantes factores económicos son inútiles.”²³

La posición del, entonces, presidente de Estados Unidos, Lyndon Johnson, carecía de ambigüedad. En un discurso pronunciado con motivo del vigésimo aniversario de las Naciones Unidas, en junio de 1965, había llegado a afirmar: “Actuemos sabiendo que menos de cinco dólares invertidos en el control de natalidad equivalen a cien dólares invertidos en el desarrollo económico.”²⁴ Para agilizar la implantación de esta política, el sucesor de John F. Kennedy había procedido a una total reestructuración de la estrategia seguida en esta materia por la USAID.²⁵

En esta nueva normativa, a la vez que se precisaba que el organismo se negaba a dictar políticas y a imponer la adopción de métodos, se decía que la USAID consideraría cualquier petición de cooperación relativa a estudios demográficos, así como a asistencia técnica, incluida la formación de especialistas en planificación familiar. Las grandes fundaciones educativas de Estados Unidos contribuyeron sustancialmente a esta nueva exhibición, aportando dinero fresco y expertos. El Population Council, fundado en 1952, organismo privado, subvencionado por las fundaciones Ford y Rockefeller, se transformó, a la vez, en centro de apoyo logístico, y en un lugar de elaboración de doctrinas y de estrategias. Ahí es donde se sitúa la aportación conjunta de la sociología de la comunicación y de la sociología demográfica (llamada, aún, sociología de la población).²⁶

Lo que se esperaba de las ciencias sociales era, en primer lugar, que prepararan el terreno para la adopción de esta innovación, sondeando a las poblaciones-objetivo. Fue el cometido de las encuestas denominadas AUK (*Attitude, Use, Knowledge*). Su finalidad consistía en calibrar las actitudes de la población frente a la eventual introducción de medios para limitar la natalidad, los conocimientos que la población analizada podía tener de las diversas técnicas y, en su caso, el uso que

²³ W. Vogt, “We help build the population bomb”, *The New York Times*, 4 de abril de 1965, vol. VI, p. 120.

²⁴ *Public papers of presidents. Lyndon B. Johnson, 1965*, Washington DC, Government Printing Office, 1966, vol. II, p. 705.

²⁵ Population Reference Bureau, *Population Bulletin*, Washington, vol. XXI, mayo de 1965.

²⁶ Véase B. Berelson, bajo la dirección de, *Family planning and populations programs. A review of world development*, Chicago, University of Chicago Press, 1965.

les reservaba. Los sociólogos encargados de estas encuestas, por su parte, no ocultaban la filosofía de su actuación: "La principal función —escribía J.M. Stycos de la Universidad de Cornell, en *The Public Opinion Quarterly*— de estas encuestas es similar a la de cualquier estudio de mercado: demostrar que existe una demanda de bienes y servicios; en el caso que nos ocupa, se trata de una demanda para el control de natalidad [...]. Estos estudios representan, además, una forma de empezar cierta acción sin atraer la controversia. Además de proporcionar informaciones útiles para los futuros programas, la propia investigación estimula el interés de las personas, directa o indirectamente implicadas, y puede acelerar todo el proceso de formación de las políticas en la materia."²⁷ Como todas las acciones gobernadas por el principio y la teoría de la difusión, a semejanza de los procesos de persuasión publicitaria a los que calca, el proceso mediante el cual se disemina una idea desde su fuente de creación o de invención hacia sus usuarios finales está rigurosamente codificada por etapas: conocimiento, interés, evaluación, ensayo, adopción.

La segunda función de la sociología de la comunicación de masas en la expansión de la planificación familiar consistió en surtir a los programas de informes sobre el uso más eficaz de los medios y sobre los esquemas de motivación más adecuados para desencadenar el proceso de persuasión. La literatura sociológica de este periodo revela, a la vez, la ingenuidad y el cinismo de estos masivos desembarcos de las modernas técnicas de venta con vistas a crear actitudes modernas, fundamentalmente entre las mujeres y los hombres de las capas populares.²⁸ ¿Qué mejor símbolo, imaginarse pueda, que no sea éste?: ¿para todos los adeptos de la vasectomía en la India, los sociólogos del Population Council no habían encontrado en aquellos años mejor recompensa que un radio de transistores! El rizo de la modernización se cierra sobre sí mismo.²⁹

²⁷ J.M. Stycos, "Survey research and population control in Latin America", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 28, otoño de 1964, p. 368.

²⁸ Véase, a título ilustrativo: D. Boque, "Some tentative recommendations for a sociologically correct family planning communication and motivation program", en *Research in family planning*, bajo la dirección de C. Kiser, Princeton, NJ., Princeton University Press, 1962.

²⁹ Para una evaluación contradictoria de estas políticas, contrástense: N.J. Demerath, *Birth control and foreign policy: The alternatives to family planning*, Nueva York, Harper & Row, 1976; B. Mass, *Population target: The political economy of population control in Latin America*, Toronto, Latin American Working Group (LARU), 1976.

A pesar de este despliegue de las políticas masivas de control de natalidad, en 1991, el informe anual del Fondo de las Naciones Unidas para actividades en materia de población (FNUAP) estimará que, si se decide tener controlado el ritmo de crecimiento demográfico para el año 2000, lo que equivale a no superar los 6 400 millones de habitantes —es decir mil millones más que al principio del decenio— habría que encontrar unos 4 500 millones de dólares.

El laboratorio campesino

Las políticas de modernización del campo pensaban ahorrarse las reformas agrarias radicales como la que entrañaría, por ejemplo, una redistribución de la propiedad de la tierra. La *revolución verde* llegaba en el momento preciso. Formalmente, no significaba más que una *revolución genética*: por hibridación, los científicos estadounidenses movilizados gracias al apoyo financiero de la fundación Rockefeller, en particular, habían obtenido nuevas variedades de semillas de cereales mucho más productivas, especialmente de arroz y de trigo. Pero, en el contexto de la competición ideológica, la *revolución verde* rápidamente se convirtió en un eslogan: contra la solución llamada política, ofrecía la solución técnica a un problema social peligroso. Estas nuevas variedades de semillas unidas a una inyección de nuevas técnicas agrícolas, nuevos abonos químicos y formas de irrigación, se presentaban como el medio que proporcionaba mejores resultados a la hora de atajar el subdesarrollo y el hambre en el mundo.

Varios teóricos pusieron manos a la obra. Así nació la teoría de la difusión de las innovaciones, o difusionismo. El término *difusionismo* y las teorías difusionistas, no obstante, no se remontan a esta época. Han estado íntimamente vinculados a la formación de la etnología clásica durante las últimas décadas del siglo XIX. El difusionismo alemán en el que se incluye, especialmente, a Ratzel, y el inglés con el triunvirato W.H.R. Rivers/Elliot Smith/W.J.Perry, estuvieron en el centro del debate sobre el “modo de difusión de los progresos”, sobre las leyes del desarrollo-evolución, concebido en términos de fases, sobre las “razas activas” y las “razas pasivas” y, más globalmente, sobre el establecimiento de relaciones entre los modelos “desarrollados” y los modelos “primitivos” de civilización/cultura. Este debate enlaza directamente con el que rodeó el concepto de “imitación”, tan grato al francés Gabriel Tarde, embrión de una teoría difusionista de los

ragos culturales. Al definir la imitación como un acto espontáneo, irracional, que mueve a los individuos y a las clases inferiores a copiar, incluso a remedar, a sus superiores, y, sobre todo, al erigirla en determinante único del vínculo social, diversos epígonos del difusionismo revelaban ya, en aquella época, los fundamentos elitistas y etnocéntricos de sus referencias.

El principal representante de la nueva versión del difusionismo será Everett Rogers, de la Universidad Stanford. Y ello, desde su primera obra, publicada en 1962, *The diffusion of innovations*, a la que seguiría *Modernization among peasants*, en 1969. En esta última, Rogers sintetizaba perfectamente el concepto de desarrollo que guiaba su entendimiento de la modernización. Escribía: "El desarrollo es un tipo de cambio social por el que se introducen nuevas ideas en un sistema social, con vistas a producir un aumento de la renta per cápita y del nivel de vida, mediante métodos de producción más modernos y una organización social perfeccionada."³⁰ No podemos abstenernos de subrayar una vez más esta tendencia a la tautología, característica de toda esta corriente que, a semejanza de una fórmula publicitaria, pasa por alto la definición de lo *nuevo*, de lo *perfeccionado*. Mejor dicho, la da por conocida.

Las investigaciones de Rogers han recorrido todos los campos de aplicación de la modernización: desde la planificación familiar hasta las tecnologías.³¹ Pero, sobre todo, ha estudiado el ambiente campesino. En este sentido, se integra en toda una tradición de investigaciones de sociología rural que arrancó en los años veinte en Estados Unidos para ir tomando vuelo en los años cuarenta, para observar el proceso de adopción de las innovaciones tecnológicas por los agricultores. Es una de las mejores ilustraciones de lo que puede dar de sí la extrapolación de las teorías de la persuasión por etapas en contextos distintos al de Estados Unidos. A partir de estas hipótesis, en efecto, elaborará sus tipologías de agricultores (los *innovadores*, los *adoptantes precoces*, la *mayoría precoz*, la *mayoría con retraso*, y los *rezagados*).

En los años sesenta esos ejes de investigación han ejercido su

³⁰ E.M. Rogers, *Diffusion of innovation*, Nueva York, The Free Press of Glencoe, 1962; E.M. Rogers y L. Svenning, *Modernization among peasants. The impact of communication*, Nueva York, Holt, Rinehart and Winston, 1969.

Acerca de la historia de las teorías etnológicas difusionistas, véase R. Löwie, *The history of ethnological theory*, Nueva York, Holt, Rinehart and Winston, 1937.

³¹ E.M. Rogers, *Family planning*, Nueva York, The Free Press, 1973.

influencia sobre más de un animador rural, desde Colombia hasta la India. Pero, muy pronto también, han tenido que soportar el aluvión de las críticas procedentes de ese mismo tercer mundo. Críticas que, por otra parte, pueden ser extensivas al conjunto de las investigaciones que invocan la teoría de la modernización. Las objeciones más juiciosas y las más constantes han procedido de sociólogos especializados en comunicación y extensión rurales.³²

Globalmente, lo que refutan las críticas del modelo de difusión es su pretendida neutralidad y los tres supuestos que la legitiman: la comunicación engendra por sí misma el desarrollo; el crecimiento de la producción y del consumo de bienes y servicios constituye la esencia del desarrollo y desemboca en un reparto justo de la renta y de las oportunidades; la clave del aumento de la productividad es la innovación tecnológica, sin preguntarse a quién beneficia ni a quién perjudica. Vistos a través de este esquema de la estructura de poder de estas sociedades a las que irían a parar, los conceptos, aparentemente unívocos, de la sociología empírica exhalaban otro sentido: la obsesión por el *individuo* dejaba en la sombra el peso de lo social en la formación de las decisiones, el *líder* ocultaba la élite o la oligarquía, el *cosmopolitismo* enmascaraba la comunidad de intereses entre el poder rural y el poder urbano, el *grupo de referencia* diluía la realidad de las relaciones de fuerzas y de sojuzgamiento interno de la que es víctima el campesinado.³³

Esta percepción crítica es del todo coherente con las numerosas iniciativas de *educación popular* que, desde el comienzo de los años sesenta, han visto la luz en el tercer mundo, especialmente las experiencias de alfabetización y de *concientización* del pedagogo brasileño Paulo Freire. Frente a la *concepción bancaria* de la extensión rural, Freire opuso su *pedagogía del oprimido*.³⁴ Una pedagogía que, partiendo de la sociedad concreta en la que vive el educando, la hace emerger progresivamente como fuente de conocimientos en un encuentro de doble vía entre educador y educando.

³² R.H. Crawford and W.B. Ward, eds., *Communication strategies for rural development, proceedings of the Cornell-CIAT 1974 International Symposium*, Ithaca, Nueva York, Cornell University, 1974.

³³ L.R. Beltran, "Alien premises, objects, methods in Latin American communication research", *Communication Research*, vol. 3, núm. 2, 1976.

³⁴ P. Freire, *Pedagogy of the oppressed*, trad. por M.B. Ramos, Nueva York, Seabury Press, 1971. [ed. esp.: *Pedagogía del oprimido*, México, Siglo XXI Editores, 1992.]

Esta búsqueda de participación popular en el proceso de desarrollo será tan fuerte que llegará a desestabilizar a muchos de los teóricos de la modernización antes de que finalicen los años setenta.

La teleeducación: la panacea

“En una región como la India en la que aproximadamente las tres cuartas partes de la población en edad de procrear son analfabetas —casi 9 de cada 10 mujeres— y donde un número considerable de personas vive en aldeas que no son fácilmente accesibles, no resulta fácil transmitir la idea de la planificación familiar a gran escala.”³⁵ Esta observación realizada en junio de 1966 en esa poblada nación se sumaba a la que hacía el régimen militar instalado en Brasilia desde hacía dos años, el cual, en cambio, se inquietaba menos por la planificación familiar que por la carga que el analfabetismo hacía recaer sobre el proyecto de modernización del país. Para estos centuriones, evidentemente, no cabía encomendarse a los principios pedagógicos de un Paulo Freire —por lo demás, en exilio forzoso— que habrían transformado la alfabetización en una auténtica cruzada nacional. Ya que, para ser viable, esta alternativa habría exigido la movilización política de las capas populares. ¿Acaso la pedagogía popular no incitaba al sujeto de la alfabetización a reapropiarse de sus vivencias y de su historia? ¿No asociaba acaso aprendizaje con toma de conciencia?

Entonces, todas las esperanzas se depositaron en las primeras experiencias de educación vía satélite. Las tierras de elección fueron, precisamente, la India y el Brasil. Su objetivo inmediato se resumía en una expresión: “la comunicación para el desarrollo”, mientras que sus metas a medio plazo consistían en transformar estos dos laboratorios de aplicación de la tecnología espacial a las necesidades específicas de dos países del tercer mundo, en un escaparate para el resto.

En el protocolo de acuerdo suscrito en 1969 entre Nueva Delhi y Washington, la NASA y el departamento indio de energía atómica se concedían seis años para llevar a cabo la experiencia. Se precisaba que, de esta forma, la India confiaba en “aumentar la productividad

³⁵ “India: report of United Nations advisory mission”, *Studies in family planning*, junio de 1966.

agrícola, apoyar los objetivos de la política de planificación familiar y consolidar la cohesión nacional.³⁶ A cambio de la asistencia y de la aportación técnica y científica norteamericana, la India se comprometía formalmente a “evaluar los resultados de la experiencia y a ponerlos a disposición del mundo entero”. El acuerdo también especificaba que la evaluación debería llevarse a efecto, siempre que fuera posible, en términos cuantitativos. Más claro: se trataba de evaluar la planificación familiar, la productividad agrícola y el crecimiento de la renta merced a la comparación entre las aldeas dotadas de televisión y aquellas que no tenían esta oportunidad de acceso a la modernidad. El documento se refería, incluso, a la comparación de las tasas de natalidad.

La India les había parecido a los estrategas de la introducción de la tecnología espacial, el país ideal para intentar este tipo de experiencia. Prácticamente sin sistema televisual —de hecho, una sola cadena recibida por 10 000 aparatos— y 550 000 aldeas que era preciso enlazar las unas con las otras. Hasta se agitaba el señuelo, en la literatura de promoción del proyecto, de que un sistema convencional hubiera exigido treinta años para llevar esta tarea a feliz término, mientras que el satélite lo haría en diez. Y además, con la misma tasa de inversión anual.³⁷ La experiencia fue bautizada con el nombre de SITE (Satellite Instructional Television Experiment) y se llevó a cabo recurriendo al satélite norteamericano ATS-6. Su señal llegó hasta unas 2 300 aldeas, distribuidas por seis estados, que fueron equipadas con aparatos colectivos de televisión. SITE, que, como ha quedado dicho, enlazaba con el satélite ATS-6, fue inaugurado el 1 de agosto de 1976 y se extendió a lo largo de un año. Desde el punto de vista de su objetivo primordial (*estimular las aspiraciones*), sus resultados fueron modestos: si bien la experiencia contribuyó a fomentar la integración nacional sometiendo a todos los receptores a los mismos programas, y los maestros que participaron en ella tuvieron la oportunidad de salir de su aislamiento mejorando la práctica de su enseñanza, en cambio, los resultados esperados en cuanto a la mejora de las prácticas agrícolas y a la adopción de la planificación familiar no fueron, según las numerosas evaluaciones a las que SITE dio lugar, en modo alguno

³⁶ NASA, *Memorandum of understanding between the Department of Atomic Energy of the Government of India and the United States*, 1969.

³⁷ A. Frutkin, “Space communications in the developing countries”, en *Communications technology and social policy*, bajo la dirección de G. Gerbner et al., *op. cit.*

significativos.³⁸ Lo cierto es que el escaparate, cuando el proyecto llegó a término, estaba ya bastante deslavazado.

Entre el protocolo de acuerdo y su realización —parcial— la India había tenido tiempo para empezar a dar señales de su ambición por transformarse en una potencia espacial e informática. Un año antes de que se formalizara SITE, un cohete soviético había lanzado su primer satélite, construido por ingenieros locales. A finales de los años setenta, la televisión abre sus puertas a la publicidad comercial. Sus beneficios suben vertiginosamente: el Estado propone entonces un plan de conjunto, al término del cual los industriales podrían comprar espacios de media hora. Como contrapartida, financiarían una telenovela de veinticinco minutos y tendrían derecho a un minuto de publicidad gratuita. “Las primeras telenovelas producidas en esas condiciones, cuenta un periodista indio, sobre todo *Rajani* (o el retrato de un ama de casa militante populista), tuvieron un éxito fulgurante: la televisión se venía abajo ante la demanda de patrocinadores.”³⁹ La función de entretenimiento de la televisión irá ocupando, pues, cada vez más espacio. Un espacio que compartirá con un video catapultado merced a una piratería salvaje, organizada desde Singapur, cabecera de la red. En 1990, la televisión cubrirá más de las tres cuartas partes del territorio y casi la mitad de la población seguirá sus emisiones y los programas en video. Sólo la radio AIR (All India Radio) que de 90 estaciones en 1985 pasó a 250 cinco años más tarde —la primera cadena de cobertura nacional se inauguraría en 1988— sigue desempeñando la función educativa del medio.⁴⁰ Según algunos, incluso estaría rivalizando, con éxito, con la televisión, en lo que a función informativa se refiere. Tan fuerte es, en efecto, la influencia del entretenimiento en la programación televisual.

³⁸ N.D. Jayaweer, *Communication satellites. A third world perspective*, Informe presentado en el seminario sobre “Nuevas Tecnologías y el Nuevo Orden Internacional de la Información”, Bonn-Bad-Godesberg, 1982. Véase también el *dossier* dedicado a la experiencia SITE por *Journal of Communication*, otoño de 1979, vol. 29, núm. 4.

³⁹ V. Singh, “Arvin Shinde, le maharajah de la vidéo”, *Libération*, 20 de abril de 1987.

⁴⁰ J. Srampickal, “Are tv and vcrs threatening radio in India”, *Media Development*, 1990, núm. 4.

Gestores High Tech

La política de modernización por mediación de la tecnología de los satélites eligirá como su otro teatro de operaciones una de las regiones más pobres del Estado federal brasileño: el Río Grande do Norte. El problema central, en este caso, era, sin lugar a dudas, la recuperación escolar: más del 40 por ciento de la población en edad de ir a la escuela no la frecuentaba.⁴¹

Directamente patrocinado por el Instituto de Investigaciones espaciales (INPE), uno de los altos organismos de la política tecnológica del Brasil, este proyecto —siempre mediante un enlace con un satélite ATS de la NASA— debía demostrar, a escala reducida, la eficacia de un prototipo de *sistema total* de uso de lo audiovisual con fines de educación primaria y proponer un modelo de organización susceptible de generalizarse. Esta es la razón por la que la responsabilidad del proyecto recayó sobre todo en especialistas de Systems Engineering Management. Enviados a Estados Unidos para formarse en la división espacial de la firma General Electric, volvieron de allí con la idea de que era posible trasplantar ese modo de organización en la puesta a punto del proyecto Río Grande do Norte.

Este plan piloto —denominado SACI-EXERN— lanzado en 1974 será interrumpido hacia 1977-1978, con el pretexto oficial del costo que hubiera supuesto la compra de un futuro satélite. Pondrá de relieve las contradicciones en el seno mismo del Estado brasileño entre las estrategias en materia de telecomunicaciones, en materia de educación y de política científica, sin contar las divergencias entre intereses civiles y militares, especialmente importantes en un régimen que se ampara en la *seguridad nacional*. Significó, sobre todo, el fracaso de una solución tecnocrática para la cuestión de la educación, el fracaso de lo que el sociólogo brasileño Laymert Garcia Dos Santos ha llamado la *gestión sistemista*, que sería arrasada por “las desreglamentaciones de la racionalidad”.

Pero la duración del proyecto, de todas formas, fue lo suficientemente larga para que pudiese observarse la filosofía del desarrollo que animaba a sus expertos. Tales como los de Stanford que, desde 1967, recorrían el universo para realizar una prospección sobre los mercados del futuro, provistos de su maletín con un informe que prometía

⁴¹ E. McAnany y J.B. Oliveira, *The SACI/EXERN Project in Brazil. An analytical case study*, París, UNESCO, 1980.

el oro y el moro: el informe ASCEND, Advanced System for Communications and Education in National Development. "Todo ocurría, explica L. García Dos Santos, como si Stanford fuese el centro nervioso desde el que debía irradiar, hacia todos los continentes, la promoción de los satélites de teleducación, como si esta Universidad concediera a la promoción un estatuto científico y cartas credenciales culturales que no podían pretender otorgar los estudios de factibilidad emanados de los laboratorios de las firmas directamente implicadas en la fabricación."⁴² Y ese mismo investigador ejecutaba definitivamente al informe: "Lo que llama la atención del lector de ASCEND es que no tiene ninguna de las cualidades de un trabajo universitario, si por ello se entiende la discusión de los fundamentos teóricos de la gestión y el esfuerzo de análisis y de comprensión de un problema determinado. El informe ASCEND es, más bien, un estudio de factibilidad cuya principal ambición es la de vender una tecnología concreta. Sus autores, de hecho, lo dicen sin recato: 'Nuestro objetivo consiste en enseñar lo que ha de hacerse mañana con la tecnología de hoy, de tal modo que cada nación pueda incorporarla en su plan de desarrollo nacional.'"⁴³

En cualquier caso, no será éste el camino emprendido por el estado brasileño. En 1977, a través de sus enlaces con los satélites Intelsat, la red de televisión privada Globo —por mediación de su fundación educativa Roberto Marinho, nombre del presidente de este grupo *multimedia*— inauguraba sus emisiones de tele-enseñanza y ponía los primeros espacios horarios de su parrilla de programación matinal al servicio de la recuperación escolar. Globo asociará progresivamente a esta iniciativa, patrocinadores tan prestigiosos como la firma farmacéutica Hoescht o el Banco do Brasil.⁴⁴ En 1990, Brasil acogerá al cuarto *network* de televisión del mundo, dispondrá de un sistema de satélite nacional propio y encabezará un proyecto de fabricación de sus propios ingenios espaciales. Pero la década de los ochenta se saldará con un balance educativo alarmante: según las cifras oficiales, el 42 por ciento de los niños abandona la escuela antes de concluir el

⁴² L. García Dos Santos, *Les dérèglements de la rationalité. Étude sur la démarche systématique du projet SACI/EXERN*, París, Université de Paris VII, 1980. (Tesis de doctorado de tercer ciclo en ciencias de la información y de la comunicación, dirigida por A. Mattelart.)

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Véase M. y A. Mattelart, *El carnaval de las imágenes*, *op. cit.*

ciclo primario; la cuarta parte de la fuerza de trabajo está constituida por niños entre los 10 y los 14 años que ganan un salario tres veces inferior al de los adultos. En diez años, la mano de obra adulta en el Nordeste aumentó en un 12 por ciento, la de los niños en más del 100 por ciento.

A la vista de estas cifras, se comprenderá mejor por qué muchos de los supervivientes de la teoría de la modernización de los *golden sixties*, se atreverán a hablar, dos décadas más tarde, de la “revolución de las frustraciones crecientes”. Para una mayor comprensión, nada mejor que este texto de Jean Baudrillard a propósito de los “fantasmas del país de Jauja de la ideología del consumo”, escrito en 1968, en la época en que la sociología empírica sólo apostaba por la modernización y la democracia por el consumo: “El exceso de las aspiraciones en relación con las posibilidades reales expresa el desequilibrio, la contradicción profunda de una sociedad en la que la *ideología democrática* de progreso social con frecuencia viene a compensar y sobredeterminar la inercia relativa de los mecanismos sociales. En otras palabras: los individuos *esperan* porque *saben* que pueden esperar —*no esperan demasiado* porque *saben* que esta sociedad opone de hecho barreras infranqueables a un ascenso libre—, *no obstante, quizás esperan demasiado* porque también viven de la ideología difusa de movilidad y de crecimiento. El nivel de sus aspiraciones proviene, pues, exactamente, de un compromiso entre un realismo alimentado por los hechos y un irrealismo mantenido por la ideología ambiental —compromiso que, a su vez, refleja la contradicción interna de la sociedad global.”⁴⁵

El ocaso de un modelo

En 1976, el pionero del difusionismo, Everett Rogers, se daba prisa en enterrar al *paradigma dominante* y proponía superar la visión etnocéntrica que lo había guiado. Al referirse a Mao Tse-tung, a la *pedagogía de los oprimidos* de Paulo Freire, a las críticas llegadas del tercer mundo y del primer mundo, admitía la quiebra de las concepciones cuantitativas del desarrollo y de su logística comunicacional, que sólo habían conseguido desequilibrar una estructura social ya muy sesgada. La definición de desarrollo que el sociólogo de Stanford preconizaba,

⁴⁵ J. Baudrillard, “La morale des objets”, *Communications*, 1969, núm. 13, p. 31.

ya nada tenía que ver con la que daba de ella al principio de los años sesenta. El desarrollo se convertía en “un amplio proceso de participación en el cambio social de toda una sociedad, que intenta hacer progresar social y materialmente a la mayoría del pueblo, haciéndole alcanzar un mayor control sobre su entorno; y todo ello, dentro de una mayor igualdad, una mayor libertad y otro valor cualitativo”.⁴⁶

Rogers encajaba mejor con esta nueva visión del desarrollo descentralizado porque le parecía que iba, de un modo natural, en el sentido de la prodigiosa expansión de las tecnologías ligeras que sólo podían favorecer un modelo interactivo de comunicación, un “modelo de redes interpersonales”. *Small is beautiful*: pasaba así del mito del dispositivo mediático pesado y vertical como ordenante de innovaciones al de micro-medio horizontal cuya arquitectura descentralizada desencadenaba la participación activa de quienes estaban interesados en la adopción de la novedad. Era una forma como otra cualquiera de reincorporarse al debate en curso sobre la crisis general del desarrollo.

El desarrollo ¿para quién, por quién y por qué? Tales eran —desde muchos lugares— las preguntas formuladas a un modo de crecimiento que se había fijado como un fin en sí “la acumulación de capital con vistas a acumular todavía más capital” (Immanuel Wallerstein). Lo que comenzaba a convertirse en un problema era la justificación de este objetivo, socialmente absurdo, con los presuntos beneficios sociales a largo plazo que este modelo de crecimiento iba a proporcionar. La noción biológica de crecimiento de los modernizadores y de sus líderes de opinión, apoyados en tasas exponenciales que, supuestamente, iban a ampliar el círculo de sus beneficiarios, quedaba, en lo sucesivo, sujeta a beneficio de inventario.

“Contar con sus propias fuerzas”, movilizar los recursos locales con el objeto de satisfacer las necesidades locales: ésta era la dirección que la nueva filosofía del desarrollo se proponía seguir para contrarrestar el modelo de desarrollo anterior concebido como un movimiento de extraversion, cuyo motor eran el comercio y las transferencias del exterior. Es la estrategia que los anglo-sajones designarán con el término de *self-reliance*.⁴⁷ En el centro de esta búsqueda: la rehabilita-

⁴⁶ E.M. Rogers, “Communication and development: The passing of dominant paradigm”, *Communication Research*, 1976, vol. 2, núm. 2. Del mismo autor, “The rise and fall of the dominant paradigm”, *Journal of Communication*, 1978, vol. 28, núm. 1.

⁴⁷ “Confianza, o seguridad, en sí mismo”. A título de ejemplo, véase: J. Galtung et

ción de las culturas específicas en la definición de una vía de desarrollo propia y el reconocimiento, entre las *necesidades básicas*, de la participación de los ciudadanos en la producción de la sociedad. Una reflexión, pues, sobre la solidaridad individual y colectiva, a nivel local, nacional, así como en el plano internacional.

Una idea así de generosa dará lugar a numerosas interpretaciones e inspirará tanto estrategias de Estado como acciones de la sociedad civil. Enunciada por vez primera en 1967 (declaración de Arusha), el Movimiento de países no alineados la hará suya tres años más tarde, al ver en ella un medio de corregir las carencias y la lentitud en la aplicación de las medidas destinadas a instaurar un nuevo orden económico mundial. Al incorporarla a su doctrina del desarrollo, las Naciones Unidas consagrarán el concepto de *desarrollo endógeno o autocentrado*. El cual estimulará reflexiones innovadoras sobre el *imperativo industrial*, sobre las modalidades de la transferencia de tecnología, sobre los modelos culturales que ésta representa, sobre el margen de maniobra de que dispone un país dependiente en su negociación con el sistema-mundo.⁴⁸ En el plano de la cooperación internacional, este concepto suscitará otros: codesarrollo, cooperación descentralizada. Términos que intentarán definir nuevas formas de relaciones internacionales entre el Norte y el Sur. Tramas de desarrollo-participación que movilizarán, alrededor de proyectos y situaciones concretas, a actores (sector informal, sector asociativo, corporaciones locales) distintos de los que fueron entronizados por el desarrollo-modernización.

Estimando que el margen era demasiado estrecho, por no decir inexistente, ciertos teóricos del desarrollo y, detrás de ellos, algunos especialistas de la comunicación internacional propondrán llevar la idea de la autonomía hasta su extremo, la autarquía, planteando la necesidad, para los países de la periferia, de *desconectarse*, de *disociarse* del sistema-mundo.⁴⁹ Sin tener en cuenta las lecciones de la historia trágica de las naciones-partidos-estados que optaron por apartar a su pueblo de la influencia de las redes internacionales de comunicación.

al., *Self-reliance: A strategy for development*, Londres, Bogle-L'Ouverture Publications, 1980.

⁴⁸ J.L. Reiffers *et. al.*, *Sociétés transnationales et développement endogène: effets sur la culture, la communication, l'éducation, la science et la technologie*, París, UNESCO, 1981.

⁴⁹ Véase, en particular, C. Hamelink, *Cultural autonomy in global communication*, Nueva York, Longman, 1983.

8. LA REGLAMENTACIÓN INTERNACIONAL DE LOS FLUJOS: AUTOPSIA DE UNA DOBLE COLISIÓN FRONTAL

El principio de no injerencia

¿En qué sentido circulan los flujos internacionales de información y de comunicación? ¿Qué retos económicos, políticos y culturales representan en las correlaciones de fuerzas entre las grandes potencias y, más globalmente, entre los diversos Estados-naciones? ¿Cómo se regulan? ¿Es deseable dictar reglas? ¿Con qué reglas y con qué eficacia? Estas preguntas se repitieron en los años sesenta. En esta ocasión, actores diferentes, referencias políticas y culturales distintas de las que fueron prescritas por la guerra fría, han intentado expresarse en las tramas de las negociaciones internacionales.

Sin embargo, el debate se inició nuevamente a propósito de un enésimo episodio del enfrentamiento diplomático entre los dos supergrandes. En 1969, los expertos del Comité de usos pacíficos del espacio extraatmosférico, creado nueve años antes por instigación de la Asamblea general de las Naciones Unidas, entregaban sus conclusiones: a largo plazo, hay que prever la llegada de los satélites de difusión directa (que suprimen la necesidad de estaciones terrestres de enlace); es necesario, pues, ocuparse del problema de los métodos de desreglamentación.

En noviembre de 1972, con motivo de la 27ª Asamblea General, la delegación soviética propone que se elabore un Convenio internacional sobre los principios que rigen la utilización por los estados de satélites artificiales destinados a la televisión directa. Se apoya en los trabajos del Comité y en los debates que se han desarrollado por iniciativa suya, algunos meses antes, sobre este mismo asunto ante la UNESCO. Esta propuesta es aprobada por todas las delegaciones salvo una: la de Estados Unidos. El primer apartado del texto aprobado decía lo siguiente: "Las actividades llevadas a cabo en el ámbito de la televisión directa internacional por satélite deberían serlo de forma compatible con los derechos soberanos de los Estados, incluido el principio de no injerencia, y con el derecho de toda persona a investigar, recibir, difundir informaciones e ideas, proclamado en los

instrumentos pertinentes de las Naciones Unidas".¹

¿Cómo conciliar el principio de la libre circulación de las ideas y de las informaciones, piedra de toque de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948, con el principio de la soberanía nacional? Desde el final de la segunda guerra mundial, había estado en el centro de los debates sobre la reorganización del mundo. La televisión directa no hacía más que relanzar el enfrentamiento que había provocado el asunto de la interferencia de las ondas radiofónicas. En 1950, se había impuesto el punto de vista de los adversarios de la interferencia de las emisiones internacionales, en detrimento de la Unión Soviética y de los países del Este que la consideraban como un medio de luchar contra la *agresión ideológica* y cualquier *forma de propaganda* procedente del Oeste. Si Francia —sobre todo durante la guerra de Argelia (1954-1962)— y el Reino Unido —entre otras, durante la crisis de Suez (1956)— recurrieron, ellos también, a la interferencia de las emisiones de la radio del Egipto nasseriano, consideradas excesivamente subversivas, esta práctica de la interferencia fue la norma durante años en el bloque del Este. Alternando la flexibilización con el endurecimiento de las medidas, a tenor de las fluctuaciones del barómetro de las tensiones internas e internacionales, las autoridades no cesaron de impedir que sus ciudadanos pudieran escuchar las "radios de la propaganda" y, por encima de todo, la radio oficial del gobierno estadounidense, *Voice of America* y las dos estaciones clandestinas *Radio Free Europe* y *Radio Liberty* (que empezaron a emitir en 1950 y 1953, respectivamente), cuya creación fue decidida directamente por la CIA en 1947, con la misión exclusiva de machacar, la primera, a los países del Este, y la segunda, a la Unión Soviética. En 1972, *Voice of America* emitía, en dirección a los países situados más allá del telón de acero, 185 horas por semana; *Radio Liberty*, 24 horas, y *Radio Free Europe*, 540 horas.²

El dispositivo de interferencia de las ondas instalado por la Unión Soviética era tal que los funcionarios de las radios norteamericanas hacían circular el rumor de que su presupuesto rebasaba, por sí solo, la suma asignada por la Casa Blanca al conjunto de su propaganda

¹ "Principes régissant l'utilisation par les États de satellites artificiels de la terre aux fins de télévision directe internationale", reproducido en *Les nouvelles chaînes*, Paris-Ginebra, PUF-Cahiers de L'IUED, 1983 [publicado en castellano en *Comunicación y Cultura*, núm. 2].

² US Senate, *USIA Appropriations...*, *op. cit.*, p. 56.

radiofónica. La escucha de las radios extranjeras llegó, incluso, a ser castigada, en 1960, como *crimen ideológico*. Y durante algunos años, las autoridades prefirieron frenar los avances técnicos aportados por el transistor para apartar a los oyentes de los flujos internacionales de información. La experiencia de la interferencia radiofónica durante los años cincuenta y sesenta había demostrado, no obstante, cuán poroso era el sistema de protección técnica contra el agresor. Los ciudadanos escuchaban cada vez más las radios extranjeras. Así lo atestigua este análisis del filósofo y economista de la RDA, Rudolph Bahro, quien, en 1978, doce años antes, pues, de la caída del muro de Berlín, pronosticaba: "En el enorme vacío que se ha abierto, acaba de precipitarse la producción ideológica de masas del Oeste [...]. Cuando la técnica que ha permitido los satélites termine suprimiendo totalmente el anacrónico aislamiento de las masas soviéticas respecto de la *imagen del mundo presente*, los dirigentes en el seno del aparato de Moscú se encontrarán reinando sobre un volcán de necesidades materiales insatisfechas. Esto, y sólo esto, está en el origen del ambiente de pánico que se desprende, por ejemplo, del proyecto de Convenio elaborado por Gromiko [entonces responsable de la diplomacia moscovita] sobre los *Principios para la utilización del satélite terrestre artificial en las emisiones de televisión en directo*, documento que no deja de evocar el estilo de Nicolás I. En la Unión Soviética, no se trata ya, en el momento actual, de prevenir la *diversión ideológica* en el sentido tradicional del término. La máquina propagandística va a sentirse totalmente impotente frente a la mera visión de la *sociedad de consumo*."³

R. Bahro sabía de lo que hablaba. La RDA, en efecto, fue una de las primeras en experimentar la televisión transfronteriza como consecuencia del desbordamiento de las cadenas de la otra Alemania. En cuanto a Berlín-Este, su posición insular le permitía mirar las cadenas de las tropas británicas y norteamericanas estacionadas en la RFA. La televisión de Alemania Oriental, de hecho, no pudo hacer caso omiso de esta competencia directa y modificó su programación para intentar conservar a sus telespectadores. Las zonas, que por razones de orografía, no tuvieron acceso a este maná de la cultura de masas, fueron bautizadas como el *valle de los ignorantes*.

³ R. Bahro, *L'alternative*, París, Stock, 1979, p. 222.

La pedagogía a costa del entretenimiento

El choque frontal entre el Este y el Oeste no sólo era el enfrentamiento entre dos principios de organización de la información: por un lado, la retención, la penuria y el secreto; por otro, la saturación y la transparencia, al menos pregonada.

Esta confrontación por mediación de sistemas audiovisuales también ponía frente a frente a dos concepciones de la cultura, dos formas de encarar la *democratización cultural*. Por una parte, la cultura de masas como prolongación de un sistema político concreto, el de la democracia liberal, expresión de un proyecto de cooptación social, modo particular de generar consenso, cada vez más dependiente de las lógicas del mercado, y estructurado en torno al *entretenimiento*. Por otra, un proyecto en el que el acceso a los bienes de la alta cultura clásica es el signo distintivo de una democratización del ocio, un proyecto indisociable de la idea de la vocación pedagógica de los medios de difusión. Según lo resumía, en 1973, un responsable de la televisión soviética, al comentar la importancia de las emisiones musicales en una parrilla de programación para todos los públicos: "A la vez que atendemos los deseos de esparcimiento, diversión y distracción de los telespectadores, hemos de cumplir con nuestra tarea primordial, que deriva de la gran misión que incumbe a la televisión de educar la conciencia social, elevando el nivel de educación cultural de los telespectadores para formar su sensibilidad estética. La televisión ha de propagar entre las masas las ideas progresistas de nuestro tiempo y ha de ser la herramienta de su enriquecimiento espiritual."⁴ ¿Qué televisión occidental, guiada por la lógica de la audiencia, podría, en efecto, permitirse, tal y como ocurría en Hungría, suspender sus emisiones, un día a la semana, para que sus telespectadores puedan ir al teatro, asistir a un concierto o a otras actividades culturales?

Más allá de las connotaciones represivas de la tesis soviética acerca de la necesidad de regular los flujos, visto al trasluz, también eran, pues, dos formas de concebir y realizar el ocio las que se enfrentaban. Porque, del otro lado, detrás de la tesis del *free flow of information* [libre flujo de la información], defendida con uñas y dientes por la delegación estadounidense desde las tribunas de las Naciones Unidas, se

⁴ Citado en B. Paulu, *Radio and Television Broadcasting in Eastern Europe*, Minneapolis, Minnesota, University of Minnesota Press, p. 99.

adivinaba el principio de funcionamiento de la cultura de masas y de la modernidad mediática: el *entertainment*.⁵ Al amparo de la defensa del derecho de cada individuo a recibir y a retransmitir, libremente, todas las informaciones, sin limitación de fronteras, este principio, revisado y corregido por la diplomacia norteamericana se convertía en la defensa de la libertad de circulación de los productos culturales en un mercado sin cortapisas.⁶ Un mercado en el que, en aquella época, las empresas de Estados Unidos reinaban a sus anchas. Ahora se comprende por qué era tan grande la tentación de ciertos demócratas de no darle la razón a ninguna de las dos superpotencias que apenas si se privaban de hacer malabarismos, la una con la soberanía nacional, la otra con los derechos humanos.

Todo esto, desde luego, estaba muy lejos de la utopía de Marx y Engels, basada en la explosión de la pueblerina mentalidad del orden feudal, quienes, en su *Manifiesto comunista*, vaticinaban: "En lugar del antiguo aislamiento de las regiones y naciones que se bastaban a sí mismas, se establece un intercambio universal, una interdependencia universal de las naciones. Y esto se refiere tanto a la producción material como a la producción intelectual. La producción intelectual de una nación se convierte en patrimonio común de todas. La estrechez y el exclusivismo nacional resultan de día en día más imposibles; de las numerosas literaturas nacionales y locales se forma una literatura universal."^{*}

Lo que se sacará en limpio de las primeras controversias diplomáticas sobre la regulación de los satélites de difusión directa es, fundamentalmente, esto: las nuevas tecnologías empiezan a hacer estallar el marco reglamentario nacional y su carácter transfronterizo hace difícil el ejercicio de la soberanía expresado en una ley restrictiva, mientras que los enfrentamientos entre estados hacen difícil el

⁵ Acerca del choque entre la cultura del *entertainment* y la cultura de la *penuria televisual* en el socialismo real, véase T. Mattelart, *Télévisions occidentales vers l'Est: une nouvelle frontière?*, memoria de DEA [Diplôme d'Études Approfondies], Université de Grenoble 3, octubre de 1990. Véase también C. Feigelson, *La télévision en Union Soviétique*, París, INA/Champ Vallon, 1990.

⁶ Acerca de la génesis de la doctrina del *free flow of information*, véase H. Schiller, *Communication and cultural domination*, White Plains, Nueva York, M.E. Sharpe, 1976, capítulo 2.

* La versión española [Ediciones en Lenguas Extranjeras, Moscú, URSS, 1930] de la presente cita está extraída de Carlos Marx y Federico Engels, *Manifiesto comunista y otros escritos políticos*, Barcelona, Ediciones Grijalbo, 1975, p.27 [T.]

establecimiento de un convenio internacional. A lo sumo, estarían dispuestos a aceptar “declaraciones de principios” de valor más moral que jurídico. A falta de un terreno de entendimiento sólido, el único punto de equilibrio político es la noción de “código de buena conducta”.

Esta observación tendrá nuevamente ocasión de reproducirse, en noviembre de 1974, cuando la Asamblea General de las Naciones Unidas sea invitada a pronunciarse sobre una reglamentación de los satélites de observación de la Tierra. Estos ingenios espaciales habían empezado su carrera dos años antes con el lanzamiento por la NASA del satélite ERTS (Earth Resources Technology Satellites). La explotación civil de las imágenes obtenidas por satélite era ya del máximo interés para industrias e investigadores tan distintos como los petroleros, prospectores de minerales, cerealistas, agrónomos, oceanógrafos, geógrafos o especialistas en ordenación, y todo hacía pensar en un campo inagotable de aplicaciones para estas técnicas de teledetección aeroespacial. En el transcurso de los primeros debates sobre la información via satélite, Francia —que no se convertirá en una potencia dentro de este mercado hasta el decenio siguiente, con su satélite *Spot*— se sumará a la URSS para proponer que las informaciones recogidas acerca de los recursos naturales no sean facilitadas a terceros sin el consentimiento de la nación teleobservada. Aprovechándose de su monopolio de hecho sobre esta tecnología, Estados Unidos invocará nuevamente el principio del libre flujo de la información y el de *primero en llegar, primero en servirse*, y, en la práctica, impondrán su postura: adquisición de datos sin autorización previa, difusión libre y no discriminatoria. Cuando llegue el momento de su comercialización, se desempolvará nuevamente la noción de *código de buena conducta*.⁷

En 1979, durante la Conferencia Administrativa Mundial de Radio-Comunicaciones (CAMR), celebrada bajo los auspicios de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la delegación estadounidense intentará —sin éxito— oponerse a la redistribución del espectro radiofónico mundial, prácticamente monopolizado en ciertas bandas por los países industrializados, en detrimento del tercer mundo, invocando de nuevo ese principio de *primero en llegar, primero en*

⁷ S. Le Guevel, *L'information satellitaire: logiques et enjeux de l'observation de la terre depuis les satellites*, Rennes, Laboratoire CIDOUEST-Université Rennes 2, Dpt. Information et Communication, 1987.

servirse.⁸ Esta conferencia, por cierto, supondrá un giro. Por primera vez en la historia de las telecomunicaciones, los antiguos países colonizados de África y de Asia harán oír su voz. Participarán 142 naciones. En las dos conferencias precedentes, que habían tenido lugar, una en Atlantic City, en 1947, y otra en Ginebra, en 1959, donde, precisamente, se había ratificado el *derecho de uso anterior* o *derecho de prioridad*, habían asistido 76 y 96 delegaciones respectivamente.

El debate sobre las imágenes obtenidas por satélite reproduce el que se desarrolló entre 1973 y 1982 en torno a las nociones de "libertad de los mares" y "patrimonio común de la humanidad", con el objeto de revisar el derecho del mar en materia de soberanía de los países ribereños. Según advierte a este respecto la jurista Monique Chemillier-Gendreau, "el derecho que regula un campo social, sea el que sea, sólo se explica en función de lo que implica". Y las implicaciones de la *geoinformación* son inmensas en un planeta guiado por la *geoeconomía*. Mientras que la jurista recuerda la fórmula de Lacordaire: "Entre el rico y el pobre, entre el débil y el fuerte, la libertad es la que oprime, la ley la que libera."⁹

Nuevos focos críticos

El debate sobre la reglamentación de los flujos internacionales se complicó con la aparición de los países del Sur.

En las décadas de los años cincuenta y sesenta, dos determinismos, el de la tecnología y el de la modernización, habían negado a los países del tercer mundo el estatuto de actor de pleno derecho en los esquemas teóricos sobre el desarrollo y el crecimiento. Receptáculos futuros de un progreso llegado de otra parte, las llamadas sociedades tradicionales estaban reducidas a esperar la revelación de los *dei ex machina* encargados de difundir la buena nueva cosmopolita. Espejo y pantalla: el desarrollo-modernización incitaba a estas sociedades, por una parte, a ver la imagen de su futuro a través del modelo ideal encarnado por las modernas sociedades del Norte urbano e industrial y, por otra, a considerar su propia herencia cultural como un

⁸ D.W. Smythe, *Dependency Road, communications, capitalism, consciousness, Canadá*, Norwood, NJ., Ablez, 1981.

⁹ M. Chemillier-Gendreau, "Le droit de la mer: mythes et réalités", *Hérodote* (número sobre "Geopolíticas del mar"), núm. 32, 1984.

obstáculo en la línea recta de la evolución social y económica.

Las primeras señales de una reflexión crítica consecuente sobre este orden de representación del mundo vinieron de América Latina, es decir, de esta región que, dentro de la escala de los modernizadores, era, sin lugar a dudas, la que ya había subido más escalones hacia el prometeico objetivo del *desarrollo*. El debate sobre la televisión directa había visto cómo entrechocaban la nación que era el símbolo de la opulencia informativa y la que la había convertido en un bien escaso. El otro debate sobre el desequilibrio de los flujos de comunicación se iniciará al poner frente a frente, a una región cuya experiencia acerca de la comunicación comercial de masas de cada día es tan antigua como la radio y la televisión, y a la región que concentraba, según Z. Brzezinski, más del 65 por ciento del flujo mundial de información. América Latina, por sí sola, totalizaba los dos tercios de los recursos mediáticos del tercer mundo. Además, el modelo dominante de implantación de los dispositivos audiovisuales era el que más se aproximaba al arquetipo introducido por Estados Unidos. Mientras que Europa Occidental estaba todavía, en su totalidad, bajo el régimen del servicio y del monopolio público, los países latinoamericanos, en su aplastante mayoría, vivían ya desde hacía años bajo el signo de la puja publicitaria, de las lógicas de la competencia e internacionalización de su programación. Y pese a todo, se consideraban *subinformados*.

A los estudios críticos pioneros de las teorías y estrategias de modernización, se habían añadido los análisis sobre la dependencia de los medios nacionales respecto de las fuentes extranjeras de información y de programas; en un contexto en el que la larga historia de las conflictivas relaciones con Estados Unidos desde finales de siglo pasado explicaba muchas cosas. No es de extrañar que uno de los primeros trabajos sobre los flujos de noticias haya sido obra de un periodista y universitario venezolano, Eleazar Díaz Rangel, presidente, en varias ocasiones, de la asociación de periodistas de su país. Publicado en 1966, se titulaba *Pueblos subinformados*, y su punto de partida eran las noticias divulgadas por las grandes agencias de prensa, más concretamente la UPI y la AP, con motivo del desembarco de los marines en la isla de Santo Domingo, un año antes.¹⁰ De hecho, será

¹⁰ E. Díaz Rangel, *Pueblos subinformados*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1976 (edición original, 1966). Véase también H. Mujica, *El imperio de las noticias*, Caracas, Ediciones de la Universidad Central de Venezuela (ucv), 1967.

en Venezuela, país que se caracteriza por una televisión hipercomercial y un dispositivo publicitario ya muy desarrollado, donde dará comienzo, en esa década, la ruptura con las visiones procedentes de la sociología empírica norteamericana, hegemónica, entonces, en toda América Latina. Una sociología cuyos principales textos habían sido traducidos al castellano, gracias a la aportación de los organismos oficiales de Estados Unidos, y distribuidos gratuitamente en las facultades por la USIA. Bajo la dirección de investigadores como Antonio Pasquali, muy influido por la Escuela de Frankfurt, se elaboran los primeros análisis sobre la televisión como industria cultural.¹¹

Antes de que concluya la década, surgirán otros dos polos de investigaciones críticas, en Argentina y en Chile. Allí es donde se desarrollarán investigaciones que se salen de los caminos trillados, tanto por el empirismo norteamericano como por la ortodoxia marxista, incapaz de percibir al medio de otro modo que no sea el de distribuidor de propaganda o vehículo pedagógico. Marcados en su origen por la escuela de la semiología estructural francesa y, en lo que concierne a Chile, también por la Escuela de Frankfurt, la rápida evolución de la coyuntura política obligará a este nuevo tipo de enfoque de los medios a romper con su tendencia teorícista.¹²

En el contexto de una feroz oposición en el seno de una democracia pluralista, la investigación crítica en Chile está obligada a plantearse nuevas cuestiones sobre la naturaleza de la cultura de masas, esta cultura que se ha convertido en cultura cotidiana, que ha entrado a formar parte de los reflejos y de los modos de vida. En resumen, todo aquello por lo que Roland Barthes, cuando lo mencionaba, se negaba a hablar de propaganda y lo denominaba mitología. Durante los tres años que duró la experiencia chilena (1970-1973), el choque entre el proyecto de cambio social y esta cultura será constante. Dificultad para replantear la relación emocional entre los medios y sus usuarios; dificultad para imaginar formas de participación distintas de la *sens-*

¹¹ A. Pasquali, *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, 1963. Véase también L. Silva, *La plusvalía ideológica*, Caracas, Ediciones de la Universidad Central de Venezuela, 1970.

¹² En relación con Argentina, véase, en particular, E. Veron, *Conducta, estructura y comunicación*. Buenos Aires, Ediciones Tiempo contemporáneo, 1972 (2a. edición). En relación con Chile, A. y M. Mattelart, M. Piccini, *Los medios de comunicación en Chile. La ideología de la prensa liberal*, Santiago de Chile, número especial de *Cuadernos de la Realidad Nacional* (CEREN), marzo de 1970.

rial; dificultad, pues, para encontrar formas de control democrático del dispositivo mediático; dificultad para asociar el medio a un proyecto de desarrollo social que rompe con los espejismos de la *revolución de las esperanzas crecientes*; dificultad para controlar flujos de comunicación cada vez más imbricados en una estructura transnacional de producción de la información (como lo demostró la conflictiva relación entre el gobierno popular y las grandes agencias de prensa, como la UPI, que, con demasiada frecuencia, no hicieron más que retransmitir y proporcionar un eco internacional a informaciones publicadas por la prensa de una oposición francamente sediciosa). Incapacidad de los esquemas políticos tradicionales para dar cuenta del papel desempeñado por los medios en una sociedad política y socialmente dividida en grado sumo. Éstos son los interrogantes que dejó pendientes el golpe de Estado de septiembre de 1973.¹³

La historia a la francesa

La convicción de que cada vez es menos posible ocuparse de los medios y de la comunicación sin abordar las lógicas de la internacionalización, animará, durante los años setenta, numerosos círculos de investigación, no sólo en el tercer mundo, sino también en el primero.

Así, en Estados Unidos, en 1969, Thomas Guback, profesor de la Universidad de Illinois, publica un estudio sobre la industria internacional del cine en el que analiza la correlación de fuerzas que, dentro del sector, han configurado las relaciones entre Europa y Estados Unidos a partir de 1945. En sus conclusiones, el historiador del cine advierte a los gobiernos europeos: "Hace veinte o incluso quince años... los europeos... veían la participación extranjera como una ayuda, pero fueron lentos en reconocerla como un peligro [...]. Si se desean salvaguardar la independencia económica y la integridad cultural, las industrias y los gobiernos europeos deben entonces responder a los dos instrumentos de penetración de la industria norteamericana: la financiación de la producción y el sistema de distribución internacional [...]. La independencia no significa necesariamente *mejores* películas en un sentido artístico o financiero, del

¹³ A. y M. Mattelart, *De l'usage des médias en temps de crise*, París, Alain Moreau, 1979 [ed. esp.: *Los medios de comunicación en tiempo de crisis*, México, Siglo XXI, 1980]. De los mismos autores: *Pensar sobre los medios*, Madrid, FUNDESCO, 1987, trad. Gilles Multigner.

mismo modo que tampoco la internacionalización significa mejores películas. Mas la autonomía puede aumentar las posibilidades para la diversidad y para los puntos de vista diferentes."¹⁴ Ese mismo año, Herbert Schiller, de la Universidad de California, publicaba su primera obra en la que analizaba el complejo industrial de la comunicación en su país y establecía un vínculo directo entre su fabuloso ascenso y la influencia de los intereses militares.¹⁵

Otro vivero de la investigación en comunicación internacional: Gran Bretaña y los países escandinavos. Así, dos investigadores finlandeses, Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis, realizarán, concretamente, el primer estudio, encargado por la UNESCO, sobre los flujos internacionales en materia de programas de televisión.¹⁶ De Noruega llegará, en el marco de las investigaciones sobre la paz, uno de los primeros estudios sobre la estructura de las informaciones internacionales.¹⁷ Tema que también movilizará a los investigadores del Centro de investigaciones de la comunicación de masas de la Universidad de Leicester, bajo la dirección de James Halloran.¹⁸ Entre los primeros trabajos publicados por los investigadores de este Centro del Reino Unido, además de las críticas a las teorías de la modernización-desarrollo ya citadas, hay que mencionar un detallado estudio sobre la forma en que los medios han interpretado una manifestación pacifista que se había desarrollado en Londres, en octubre de 1968 contra la guerra del Vietnam, así como otra sobre la cobertura de los asuntos

¹⁴ T. Guback, *The international film industry, Western Europe and America since 1945*, Bloomington-Londres, Indiana University Press, 1969, p. 202-203 [ed. esp.: *La industria internacional del cine*, Madrid, Ed. Fundamentos, 1980, 2 vols., de la que se reproduce la versión castellana de la presente cita (vol. II, p. 414)]

¹⁵ H. Schiller, *Mass communications and American empire*, Boston, Mass., Beacon Press, 1969. [Esta obra se ha publicado en España con dos títulos distintos: *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. Punto y Línea; *El imperialismo U.S.A. en la comunicación de masas*, Torrejón de Ardoz, Eds. Akal, 1977 (1a. ed.).] Véase también: A. Wells, *Picture tube imperialism? The impact of U.S. television in Latin America*, Maryknoll, Nueva York, Orbis Books, 1972.

¹⁶ K. Nordenstreng y T. Varis, *Television traffic - A one-way street?*, París, UNESCO, 1974. [ed. esp.: *¿Circula la televisión en un sólo sentido?*].

¹⁷ J. Galtung y M.H. Ruge, "The structure of foreign news", *Journal of International Peace Research*, 1965, núm. 1. De J. Galtung, véase también: "A structural theory of imperialism", *Journal of Peace Research*, 1971, núm. 2.

¹⁸ P. Elliot y P. Golding, "The news media and foreign affairs", en *The management of Britain's External Relations*, bajo la dirección de R. Boardman y A.J. Groom, Londres, Macmillan, 1973.

internacionales por parte de la prensa.¹⁹ Los escandinavos y los británicos fueron así entre los primeros y raros equipos en abordar la relación entre la guerra y los medios. Incluida la guerra psicológica.²⁰ Los años setenta verán cómo se multiplican en los países anglosajones las investigaciones sobre comunicación internacional, estimuladas por los debates que se desarrollarán en los grandes hemisferios internacionales.²¹

El auge de los nuevos focos críticos es contemporáneo de los nuevos enfoques propuestos por la economía del desarrollo. Concretamente, la idea de que es imposible captar la historia del capitalismo moderno, fuera del sistema-mundo al que le da vida. Para esta concepción de la integración mundial, el proceso de subdesarrollo sólo puede explicarse a través de la historia de las relaciones estructurales de dependencia que unen a las *naciones centrales* con las *naciones de la periferia*. Lanzada por Paul Baran en 1957, en su obra *La economía política del crecimiento*, esta hipótesis conocerá numerosas variantes, que se diferenciarán según el grado de autonomía otorgado a los países dependientes por el sistema-mundo en la búsqueda de un modelo de desarrollo nacional.²² Pero todas coincidirán en criticar la visión evolucionista de los paladines del desarrollo-modernización.

Por encima de las diferencias estratégicas y tácticas que separan a

¹⁹ J.D. Halloran, P. Elliot, G. Murdock, *Demonstrations and communication*, Harmondsworth, Penguin, 1970.

²⁰ G. Cumberbatch y D. Howitt, "Social communication and war: the mass media", en *La communication sociale et la guerre, Études de sociologie de la guerre (Colloque mai 1974)*, Bruselas, Bruylant, 1974.

²¹ Véase a título de ejemplo: J. Tunstall, *The media are American, op. cit.*; C. Hamelink, bajo la dirección de, *The corporate village. The role of transnational corporations in international communication*, Roma, IDOC International, 1977 [ed. esp.: *La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, col. MassMedia, 1981. (Nueva edición revisada y ampliada por el autor en 1980)]. A. Smith, *The geopolitics of information*, Londres, Faber & Faber, 1980; J.O. Boyd-Barret, *The international news agencies*, Londres, Constable, 1980 (elaborada a partir de una tesis defendida en 1976); J.O. Boyd Barret y M. Palmer, *Le trafic des nouvelles: les agences mondiales d'information, op. cit.*

²² P. Baran, *The political economy of growth*, Harmondsworth, Penguin, 1957. Hacemos referencia aquí a los estudios clásicos de los norteamericanos Paul Sweezy e Immanuel Wallerstein, de los brasileños Vania Bambirra, Fernando Cardoso, Theotonio Dos Santos, Celso Furtado y Ruy Mauro Marini, del chileno Osvaldo Sunkel, del egipcio Samir Amin, de los europeos André Gunder Frank, Johan Galtung, Pierre Jalée, Christian Palloix y Dieter Senghaas.

los distintos representantes de esta teoría de la dependencia y que aparecerán con más nitidez dos decenios más tarde, cuando el dilema reforma/revolución haga agua por todas partes, lo que estos autores proponen es una visión alternativa sobre la formación del mercado-mundo. Le devuelven al capitalismo su dimensión de sistema histórico, un sistema global de producción y de intercambio, cuyas redes mercantiles tejen cada vez más lazos, por una parte, entre lo económico, lo político, lo cultural y lo científico, y, por otra, entre los niveles local, nacional y transnacional. Incluso si, es preciso señalarlo sin demora, arrebatados por su análisis de la dimensión supranacional de la dinámica del crecimiento de este sistema, muchos economistas e historiadores de la dependencia minimizan, a la vez, las dimensiones extraeconómicas e infrainternacionales.

El historiador norteamericano Immanuel Wallerstein, en la línea de la economía-mundo de Fernand Braudel, da pie a sospechar lo que el concepto de sistema-mundo ha aportado a una reflexión sobre la génesis de las redes de comunicación: "Cuando se recorren las redes mercantiles en un mapa, se da uno cuenta de que tienen una configuración centrípeta muy nítida. Sus puntos de partida han sido diversos, pero todos sus puntos de llegada han tendido a converger hacia un reducido número de regiones. Hoy diríamos que han tenido tendencia a desplazarse desde la periferia hacia el centro, o el *corazón* de la economía-mundo [...]. Con el término de *redes mercantiles* o *ramificaciones* designamos una forma extendida de división social del trabajo que, con el desarrollo del capitalismo histórico, se ha vuelto cada vez más extensiva desde el doble punto de vista geográfico y funcional, al mismo tiempo que se afianzaba su contenido jerárquico. Esta jerarquización del espacio, calcada sobre la estructura de los procesos productivos, ha conducido a una polarización cada vez mayor entre zonas centrales y zonas periféricas de la economía-mundo, no sólo en el plano del reparto de las riquezas (niveles de renta real, calidad de vida, etc.), sino también, y sobre todo, en el plano de la propia dinámica de acumulación del capital."²³

El vigor del movimiento de fondo de los estudios sobre la comunicación internacional en los países anglosajones y en América Latina contrasta con la discreta actitud de la investigación francesa. Salvo algunos estudios aislados —entre otros uno publicado por Hervé

²³ I. Wallerstein, *Le capitalisme historique*, París, La Découverte (col. Repères), 1985, p. 30 [ed. esp.: *El capitalismo histórico*, Madrid, Siglo XXI de España Editores, 1988.]

Bourges, futuro director de las cadenas públicas de TV con el gobierno socialista—, la investigación francesa estará ausente del debate sobre los retos de la internacionalización de la comunicación a lo largo de todo el decenio.²⁴ Esta laguna no hacía más que confirmar, en este campo concreto, lo que otros comprobaban en su campo disciplinar, como, por ejemplo, en la investigación histórica. Según escribía Michel Vovelle: “Existe una gran coincidencia a la hora de reconocer el carácter excesivamente centrado en el espacio nacional de la historia a la francesa, el abandono de la historia europea, sobre todo la de los países del Norte y del Este, porque el Mediterráneo está mejor, ya que España, y sobre todo Italia, nunca han dejado, merced a la continuidad de la estela braudeliana, de acudir a los investigadores franceses. Ante todo, insistamos en la gran miseria de las historias no europeas, ya se trate de Estados Unidos o del tercer mundo, a pesar de algunas brillantes excepciones.”²⁵

Las consecuencias de las carencias observadas en la investigación sobre la comunicación internacional en Francia eran todavía más graves si se tiene en cuenta que, ya en los años setenta, empezaba a ser difícil de entender el sentido de la preocupación estatal por las nuevas tecnologías de la información, haciendo caso omiso de los nuevos desafíos industriales y culturales lanzados a partir del espacio-mundo. Este repliegue se correspondía con el aislamiento en el que evolucionaban tanto el dispositivo diplomático cultural como las industrias culturales privadas. Según observaba, en 1979, Jacques Rigaud, alto funcionario del Estado francés, en trance de convertirse en alto responsable de la única cadena multinacional de televisión (RTL) de aquel entonces, en un informe oficial elevado al ministro de Asuntos Exteriores: “La interdependencia de las culturas ya no es un tema de reflexión filosófica, sino una realidad vivida. Unos modelos dominantes, difundidos por los imperialismos ideológicos o económicos, o simplemente a través de la uniformización de las costumbres,

²⁴ Véase A. Mattelart, *Multinacionales y sistemas de comunicación*, op. cit., México, Siglo XXI editores, 1977 (edición original en francés, 1976); H. Bourges, *Décoloniser l'information*, París, Carthala, 1978; Y. Mignot-Lefebvre, bajo la dirección de, Dossier “Audio-visuel et développement”, *Revue Tiers-Monde*, PUF-IEDES, julio-septiembre, 1979. Para un balance crítico acerca de la investigación en Francia a finales de los años setenta, véase P. Flichy, “Current approaches to mass communication research in France”, *Media, Cultures and Society*, 1980, núm. 2.

²⁵ M. Vovelle, en *Rapport Godelier, Les sciences de l'homme et de la société en France*, París, La Documentation française, 1982, p. 258.

crean referencias y valores de alcance planetario. De donde resulta una doble tendencia, visible en todas las partes del mundo, a la exaltación de la identidad cultural de las naciones, de las comunidades locales, de toda suerte de minorías, y al reconocimiento de esta emergente civilización de lo universal [...]. Ahora bien, Francia se aleja a buen paso de su tradición de internacionalismo cultural [...]. Nos replegamos sobre el hexágono* y creemos que aún brillamos sobre el mundo.”²⁶

Media Imperialism: un concepto reduccionista

Imperialismo ideológico, imperialismo económico, imperialismo cultural: estos términos utilizados, tanto por J. Rigaud, que se alarma por la pérdida de la influencia cultural francesa en el mundo en la era de las tecnologías de la información, como por un Zbigniew Brzezinski,²⁷ que los considera superados, recorrían desde el final de los años sesenta los estudios sobre el papel de las comunicaciones en las relaciones entre las diversas naciones.

Algunos, incluso, propusieron reagrupar bajo el pabellón del *media imperialism* las diversas corrientes de investigaciones críticas sobre la comunicación internacional. Tal es el caso del investigador británico J. Oliver Boyd-Barrett, que lo define así: “El proceso mediante el cual la propiedad, la estructura, la distribución o el contenido de los medios están en un país determinado sujetos a fuertes presiones por parte de medios que representan los intereses de uno o de varios países, sin que exista una reciprocidad proporcional de influencia para el país así afectado.”²⁸ Se le ha reprochado a esta definición que induce a creer en el carácter intencional de este proceso y, por consiguiente, que no capta la normalidad de un mecanismo que funciona por sí

* Término con el que se designa a Francia, cuya forma recuerda esa figura geométrica [T.]

²⁶ J. Rigaud, *Les relations culturelles extérieures*, París, La Documentation française, 1979, pp. 12 y 24. Ya citábamos este texto en *Pensar sobre los medios (op. cit)*, donde analizamos con más detalle las múltiples razones del retraso acumulado en este sector de la investigación.

²⁷ Véase nuestro capítulo 6.

²⁸ J.O. Boyd-Barret “Media Imperialism: towards an international framework for an analysis of media systems”, en *Mass communication and society*, bajo la dirección de J. Curran *et al.*, Londres, Arnold, 1917, p. 117.

mismo y sin que nadie le eche una mano, salvo en época excepcional de crisis y de enfrentamiento abiertos, donde la propaganda se adelanta al metabolismo de un sistema. También se le ha objetado que era demasiado estrecha para dar cuenta de la multiplicidad de formas que adquieren las correlaciones de fuerzas entre las distintas culturas. Herbert Schiller, entre otros y junto con otros muchos, prefirió la noción de *imperialismo cultural* que definió de la forma siguiente: "El conjunto de los procesos mediante los cuales una sociedad se introduce en el seno del moderno sistema mundial y la forma en que su capa dirigente es inducida, mediante fascinación, presión, fuerza o corrupción, a modelar las instituciones sociales para que se correspondan con los valores y estructuras del centro dominante del sistema o a convertirse en su promotor."²⁹

Sea como fuere, uno y otro término tenían la gran desventaja de la connotación negativa de la teoría leninista del *imperialismo*, mientras que el nuevo enfoque sociopolítico representaba, sin lugar a dudas, una ruptura con esta tradición que concebía el imperialismo moderno como una fase del desarrollo del capitalismo, reduciendo la explicación al mero factor económico. Demasiado feliz de poder apoyarse en el viejo negocio del simplismo binario y poco dada, por naturaleza, a la interrogación epistemológica, la sociología empírica caricaturizó esta corriente innovadora y no se tomó la molestia de ir a ver de cerca por qué, y cómo, en varios puntos del globo, había surgido una necesidad común, y a la vez específica de cada realidad, de encontrar otros modos de ver las relaciones internacionales entre culturas que ocupaban posiciones tan diferentes en relación con los ejes de reparto de los poderes mundiales.³⁰

Aun así, durante estos años setenta, la radicalidad de los enfrentamientos en el seno de las asambleas de la comunidad internacional en torno al desigual intercambio en materia de flujos, endurecerá las posiciones de unos y otros, relegando a un segundo plano la discusión sobre la complejidad de las relaciones internacionales de la que ya daba cuenta Antonio Gramsci a finales de los años veinte, en su combate contra el reduccionismo económico. "Es preciso tener en cuenta —escribía en un análisis del concepto de correlación de fuerzas— que las relaciones internas de un Estado se entrecruzan con las

²⁹ H. Schiller, *Communication and cultural domination*, op. cit., p. 9.

³⁰ C.C. Lee, *Media imperialism reconsidered, The homogenizing of television culture*, Londres-Beverly Hills, Cal., Sage, 1980.

relaciones internacionales, creando nuevas combinaciones originales e históricamente válidas. Una ideología nace en un país desarrollado, se difunde en los países menos desarrollados y tiene incidencia en el juego de combinaciones local. Esa correlación entre las fuerzas internacionales y las fuerzas nacionales se complica aún más porque en el interior de cada Estado existen divisiones territoriales, con diferentes estructuras y distintas relaciones de fuerzas en todos los niveles (por ejemplo, la Vendée era aliada de las fuerzas internacionales reaccionarias y las representaba en el seno de la unidad territorial francesa y, en cuanto a Lyon, representaba durante la revolución un nudo particular de relaciones).” Pasaba luego a ilustrar la acción de los actores internacionales, tomando el caso de los circuitos de transmisión, culturales e ideológicos, a los que conocía bien: “La religión, por ejemplo, ha sido siempre una fuente de estas combinaciones ideológico-políticas nacionales e internacionales y, con la religión, también la Francmasonería, el Rotary Club [*que el teórico italiano consideraba en aquel entonces como una de las redes importantes del Americanismo*], los judíos, la diplomacia de carrera, formaciones internacionales todas, que sugieren soluciones políticas de diversos orígenes históricos y las aplican en determinados países, funcionando como *partido político internacional* que actúa en cada nación y pone en movimiento todas sus fuerzas internacionales concentradas. Una religión, la Francmasonería, el Rotary, los judíos, etcétera, pueden incluirse en la categoría *intelectuales* cuya función, a escala internacional, es actuar como mediadores entre los extremos; una función de *socialización* de los recursos técnicos que permite que las actividades de dirección se ejerzan para lograr un equilibrio de los compromisos y encontrar salidas intermedias entre soluciones extremas.”³¹ Observaciones todas ellas que sólo pueden entenderse si se recuerda que, para A. Gramsci, el término *partido* tiene un sentido mucho más amplio que el que le atribuye la ciencia política o su común acepción: se confunde con el de *organizador* o el de intelectual *orgánico* y es inseparable del concepto de hegemonía. Los ejes de trabajo gramscianos ya convidaban, pues, a un análisis de las redes de producción

³¹ A. Gramsci, “Analysis of situations, relations of force”, *Communication and class struggle*, *op. cit.*, vol. 2, pp. 108-112. [Cita extraída, en su versión castellana, del texto incluido en la *Antología* de la obra de A. Gramsci ordenada por Manuel Sacristán (Madrid, Siglo XXI, 1974, pp. 415-416.) Ya citábamos este texto en nuestro artículo “Al margen del imperialismo cultural”, *Comunicación y Cultura*, núm. 6, México, 1977.

del consenso y de los sistemas de alianza en escala internacional.

Esta necesidad de tener en cuenta las mediaciones y mediadores en el encuentro entre las culturas singulares y el espacio-mundo será ahogada por polarizaciones que llevarán a ver *bloques* allí donde había diversidad, lisura allí donde había asperezas, ecuación de primer grado, allí donde había complejidad cultural, sentido único allí donde había circularidad.

En 1983, escribíamos con M. Mattelart y X. Delcourt: “ Para responder a esta abundancia de preguntas, la noción de imperialismo cultural y su corolario de *dependencia cultural*, ya no son suficientes hoy en día. Históricamente, estas dos nociones han constituido una etapa esencial en la toma de conciencia de los fenómenos y de los procesos de dominación cultural. Gracias a esta toma de conciencia se ha ido construyendo progresivamente un terreno político y científico, mezclando íntimamente subjetividades tomadas en los combates cotidianos y tentativas de formalización de un campo de observación. Sin este paso de lo vivido, resultaría imposible comprender las vacilaciones, los poco más o menos, y también las certidumbres conceptuales nacidas de áreas geográficas y sociales diversas. Pero, por otra parte, haría falta un día no sólo reflexionar más acerca de la génesis de los sistemas de comunicación, sino también sobre la historia de la manufactura de los conceptos que los han convertido en terreno de investigación privilegiado. Solamente esta inscripción en la historia permite comprender al mismo tiempo, no sólo las continuidades, sino también las rupturas, que han dado vida a nuevos pasos y a nuevos instrumentos, que se articulan en los movimientos de lo real.”³²

El nuevo orden: diálogo de sordos

En 1969, la UNESCO, entonces presidida por el francés Jean Maheu, convoca, a petición de sus miembros, una reunión de expertos en Montréal. Orden del día: hacer un plano de situación en materia de

³² A. Mattelart, X. Delcourt, M. Mattelart, *¿La cultura contra la democracia? Lo audiovisual en la hora transnacional*, Barcelona, Mitre, 1984, p. 43. Para una genealogía de los debates véase la revista *Comunicación y Cultura*, México, núm. 6, dedicado por entero al “imperialismo cultural”. Para un análisis retrospectivo véase R. Fuentes Navarro, *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, México, CONEICC-FELAFACS, 1992.

investigaciones y esbozar las tendencias probables con vistas a la adopción de una estrategia de apoyo a la investigación para los años sucesivos. El documento de trabajo propuesto a los participantes está redactado por James Halloran. En el transcurso de esta reunión se pudo comprobar la desigualdad en la distribución mundial de la investigación, centrada, en su gran mayoría, en torno a ciertos temas y realidades de los países industrializados. Esta desigualdad es el fiel reflejo de los restantes desequilibrios en materia de economía y de información. En las conclusiones finales, podía leerse, en particular: "En el momento actual, la comunicación se efectúa en sentido único [...]. La imagen que se da de los países en vías de desarrollo es, a menudo, falsa, deformada y, lo que es más grave, esta imagen es la que se presenta a los países en vías de desarrollo. Los participantes en la reunión de Montréal estiman que el intercambio de las informaciones y de otros productos culturales, especialmente en los países en vías de desarrollo, corre el riesgo de modificar o de desplazar los valores culturales y de causar problemas a la mutua comprensión entre las naciones." La idea de que había que paliar este desequilibrio de los flujos de información empieza a labrarse camino.

En 1973, la cuarta Conferencia de Jefes de Estado de los países no alineados, celebrada en Argel, propone la instauración de un *nuevo orden económico mundial*. Esta propuesta es ratificada por la Asamblea de las Naciones Unidas, en mayo de 1974, y se establece un calendario de medidas. La organización mundial, entonces, se fija como objetivo contrarrestar el deterioro de los términos de intercambios, desfavorables a los países en vías de desarrollo productores de materias primas, negociar un acceso ilimitado a los mercados de los países desarrollados, reforzar los flujos financieros, revisando los protocolos de acceso a los créditos del Fondo Monetario Internacional (FMI) —la institución crediticia más importante del sistema monetario mundial— y fomentando la participación del tercer mundo en la gestión de este Fondo, establecer un código de transferencias tecnológicas y, de forma más genérica, promulgar un código de conducta dirigido a las sociedades multinacionales. Por último, el organismo internacional se compromete a adoptar medidas con el fin de facilitar el desplazamiento de las industrias hacia los países del tercer mundo.³³

³³ Véase B. Pavlic y C. Hamelink, *Interrelationship between the new international economic order and a new international world information-communication order*, Paris, UNESCO, 1984.

La cumbre de Argel también había recomendado reorganizar los sistemas de comunicación de los propios países no alineados. En 1975, nació, por iniciativa de la agencia yugoslava Tanjug, un primer *pool* que reunía a una decena de agencias de prensa, procedentes de países no alineados. En Túnez, en 1976, se proclamó la necesidad de “descolonizar la información” en el marco de un simposio organizado por los no alineados. Ese mismo año, tuvo lugar en Colombo, la V Conferencia de los países no alineados. Fue durante esta última cuando se lanzó definitivamente la idea de un nuevo orden internacional de la información, que, con el tiempo, se convertiría en el “nuevo orden mundial de la información y de la comunicación” (NOMIC). Esta reivindicación, presentada como un complemento indispensable para la instauración del *nuevo orden económico mundial*, se incorporará a los programas de la UNESCO y de la Asamblea de las Naciones Unidas en 1978.³⁴

Al hilo de estas múltiples reuniones, se va dibujando el perfil del objetivo principal: las cuatro o cinco grandes agencias de prensa, llamadas mundiales, que transportan alrededor del 80 por ciento de las informaciones destinadas al público. Fundamentalmente, las dos principales agencias europeas, la Agence France Presse (AFP) y la británica Reuter, y las dos agencias norteamericanas, Associated Press (AP) y United Press International (UPI). Las acusaciones lanzadas en su contra desde las tribunas de los países no alineados desencadenaron una espiral de violencias verbales en los grandes periódicos de la prensa occidental y en numerosos órganos de la prensa comercial de los países del tercer mundo, solidarios, contra sus propios gobiernos, del primer mundo. En todo caso, el debate sobre el nuevo orden de la información movilizó en grado sumo a la industria de la comunicación de Estados Unidos que no sólo lo interpretaron como un peligroso precedente para la supervivencia de la libertad de prensa, sino que vieron en él una amenaza real contra el principio del libre flujo de la información, base de la futura sociedad de la información.³⁵ Ya que si el espantajo estaba constituido, en efecto, por las grandes agencias de prensa, los desafíos de estos debates,

³⁴ Véase UNESCO, *Communication and society: A documentary history of a new world information and communication order 1975-1986*, París.

³⁵ Véase C. Roach, “The U.S. position on the new world information and communication order”, *Journal of Communication*, 1987, vol. 37, núm. 4 y “The position of the Reagan Administration on the NWICO”, *Media development*, Londres, 1987, vol. 34, núm. 4.

evidentemente, estaban en otra parte. Fueron precisamente estos desafíos los que jamás llegaron a plantear públicamente instituciones como la UNESCO, principal escenario de un enfrentamiento en el que casaban dos bipolaridades: el Norte contra el Sur, el Este contra el Oeste, y en el que la segunda prevalecía sobre la primera. El Este consiguió fusionar hábilmente su posición y su doctrina sobre la responsabilidad y la intervención del Estado en la defensa de la soberanía nacional con la de los países del tercer mundo que luchaban por su autodeterminación cultural.³⁶

El informe de la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la comunicación, presidida por el irlandés Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional y, a la vez, premio Nobel y premio Lenin de la paz, no logró modificar las firmes posturas de una y otra parte.³⁷ Creada en 1977 por el senegalés Amadou Mahtar M'Bow, sucesor de Maheu en la dirección general de la UNESCO, esta comisión ofrecía, sin embargo, todas las garantías de pluralismo. ¿Acaso no contaba, entre sus dieciséis miembros, con personalidades tan diversas como el fundador del diario *Le Monde*, Hubert Beuve-Méry, el novelista colombiano Gabriel García Márquez, el director de la agencia soviética Tass o el tunecino Mustafá Massmoudi, portavoz de los países no alineados? Los análisis contenidos en el informe, cuya versión final ha sido publicada en 1980, no llegaron, ni mucho menos, a la altura de las numerosas investigaciones académicas e informes oficiales que ya circulaban en aquella época. Sus propuestas con vistas a la realización de un nuevo orden no sólo destilan generalidades, sino que el diagnóstico en sí es poco prospectivo.³⁸ Apenas si encontraron hueco las numerosas hipótesis que, desde posiciones ideológicas y filosóficas muy diferentes brotaban en aquella época a propósito de

³⁶ Acerca de la doctrina soviética, véase: Y. Kaslev, *UNESCO and the Soviet Union*, Moscú, Agencia Novosti, 1986.

³⁷ International Commission for Study of Communication problems (MacBride Commission), *Many voices, one world*, París, UNESCO, 1980. [El informe fue editado en castellano por el Fondo de Cultura Económica con el título de *Un solo mundo, voces múltiples*.]

³⁸ Para una evaluación: W.E. Preston *et al.* (bajo la dirección de), *Hope and folly: the United States and UNESCO: 1945-1985*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1990. *Journal of Communication* ha publicado varios informes sobre el tema (especialmente en otoño de 1984, vol. 34, núm. 4). Acerca de la reciente evolución del *Nuevo orden* véase el número dedicado a la cuestión: "Farewell to NWICO? Issue", *Media, culture and society*, julio de 1990, vol. 12, núm. 3.

las implicaciones de la reestructuración internacional de los sistemas tecnológicos de información y de comunicación —desde la que fuera planteada por Brzezinski hasta las de Nora-Minc, pasando por la nueva investigación crítica sobre la economía política de los medios.

Sea como fuere, este informe no creó más que descontentos, aun cuando no se le puede negar el mérito de haber sido el primer documento oficial emitido bajo los auspicios de un organismo de la comunidad de naciones en el que está planteada, con pelos y señales, la cuestión del desequilibrio de los flujos de información. Una cuestión que, apenas quince años antes, ni siquiera se les ocurría a los expertos, absorbidos como estaban por el cálculo de los índices y de los modelos de modernización. Descontentos con el giro que habían tomado los debates, los Estados Unidos de Ronald Reagan —seguidos, poco después, por la Gran Bretaña de Margaret Thatcher— le darán el portazo a la UNESCO en 1985. Dos años antes, el informe elaborado por el Senado norteamericano (véase capítulo 6) había fijado su línea de conducta. Este informe que condenaba la *politización* de las instituciones internacionales como la UNESCO, y también a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), recomendaba a Washington que le pusiera remedio “mediante organizaciones internacionales eficaces, no políticas, capaces de desarrollar, gestionar y ampliar las infraestructuras y las redes internacionales de telecomunicación, permitiendo su acceso sin discriminación alguna”.³⁹ De este modo, le recordaba al gobierno que no le estaba permitido disociar los problemas de la *información cultural* de los de la extensión de las redes de telecomunicación.

La falta de credibilidad moral

El callejón sin salida en el que desembocó el debate sobre el nuevo orden no se explica sólo, evidentemente, por la intransigencia de los defensores de las tesis neoliberales. Otro factor decisivo fue la falta de credibilidad moral de algunos de sus protagonistas.

Según observaba en 1980 el investigador venezolano Osvaldo Capriles, uno de los primeros en reconocer la necesidad de terminar con el desequilibrio de los flujos: “Hay un predominio excesivo del tercer-

³⁹ US Senate, *Range goals in international telecommunications and information*, op. cit.

mundismo como justificación a ultranza que no siempre parece distinguir entre Estado democrático y progresista, por un lado y, Estados totalitarios o reaccionarios, por otro. Así es como países con un régimen feudal, enemigos de los derechos humanos, aparecen junto a países que se esfuerzan realmente por avanzar en la liberación económica, política y cultural de su pueblo. Muchos países de América Latina y del tercer mundo han utilizado el nuevo orden internacional de la información como una *huida hacia adelante* para abandonar el terreno exigente y, por consiguiente, peligroso, de las políticas nacionales, recurriendo al argumento de la prioridad del plano internacional. La ardiente defensa de un nuevo orden económico, de un nuevo orden de la información, de un nuevo orden tecnológico es, con frecuencia, una feliz máscara para mantener sin cambios la situación interior.⁴⁰

No faltaban, en efecto, los ejemplos de gobiernos que, en la vanguardia de las reivindicaciones en pro de un nuevo orden de la comunicación y de las iniciativas para crear *pools* de agencia en nombre de la identidad cultural, no se privaban, en su propia casa, de amordazar la prensa, encarcelar a los periodistas y prohibir el acceso de sus cineastas, obligados a exiliarse, a la pequeña o la gran pantalla. Tampoco era lejano el recuerdo de estas élites locales que, avergonzadas ante la expresión musical de sus capas populares, la ridiculizarán hasta el momento en que, una vez consagrada en el mercado internacional, regrese triunfalmente al país. Tal y como ocurrió, por ejemplo, con el *reggae*. "Las clases medias y superiores que controlaban el destino cultural del país, cuenta el antillano Sebastian Clarke en su historia de la música *rasta*, defendían su complejo de inferioridad difundiendo por las ondas los estereotipos musicales de sus héroes norteamericanos, haciendo alarde de su desprecio por el *ruido* que hacían los artistas de la tierra. Puesto que los jamaicanos, en general, y sobre todo los pobres, no disponían de ningún ejemplo de *cultura* o de *historia*, los grupos dominantes no podían admitir que esta gente tuviera algo, mínimamente significativo, que decirles."⁴¹

⁴⁰ O. Capriles, "From national communication policies to the new international information order: the role of research", en *New structures of international communication? The role of research, Papers from the 1980 Caracas Conference, International Association for Mass Communication Research (IAMCR-AIERI)*, Leicester, Adam Bros. & Shardlow, 1982, pp. 36-37.

⁴¹ S. Clarke, *Les racines du reggae*, Paris, Les Éditions Caribéennes, 1981, p. 101. (Publicado originariamente en inglés por Heinemann Educational Books Ltd, 1980.)

Lo cierto es que los debates sobre el nuevo orden han tropezado con una doble terquedad: la negativa de ciertos países del Sur a abordar el problema de la vieja censura política ejercida por el Estado en su espacio interior recibía como respuesta la de los grandes países industriales a tratar la cuestión de la nueva censura económica estimulada por la concentración en las industrias de la comunicación. Ambas partes se guardaban mucho de plantear una pregunta fundamental para el establecimiento de reglas más democráticas en materia de libertad de expresión: ¿Cómo, bien sea en el Norte o en el Sur, producir información desde lugares distintos a los del poder?

El nuevo orden como coartada: son también las mismas enseñanzas que los economistas del desarrollo sacaban de la evolución del nuevo orden económico mundial. "La internacionalización de los problemas de *desarrollo*, explicaba el libanés Georges Corm en 1980, proporciona una coartada muy buena a los gobiernos del tercer mundo, ya que así pueden invocar, frente a sus frustrados pueblos, la imposible reforma del orden económico internacional que hace abortar los *esfuerzos* internos de desarrollo. Los gobiernos de los países industrializados, por su parte, encuentran temas sencillos para sus opiniones públicas, como el aumento de los precios del petróleo, los trabajadores inmigrados y la competencia de los nuevos países industriales."⁴²

Pero el hecho de que los gobiernos recurriesen a la consigna del nuevo orden para desligarse de sus propios compromisos no invalidaba, evidentemente, la existencia muy real de los enormes desequilibrios denunciados y de las presiones para resolverlos.

Hacia el libre cambio

¿Quién hubiera podido prever, durante las primeras discusiones sobre los satélites de difusión directa que, dieciocho años más tarde, la agencia de prensa soviética Novosti se aliaría con una gran red publicitaria de Estados Unidos para establecer, en Moscú, una filial común? Ironía de la historia: ese principio de la autodeterminación y de la soberanía nacional que el Kremlin enfrentaba a la delegación norteamericana es el que sembró la discordia en el imperio de las repúblicas de la URSS. Las polémicas surgidas en aquella época

⁴² G. Corm, "Au rebours du développement", *Le Monde Diplomatique*, noviembre de 1980.

quedarán realmente muy lejos cuando caiga el muro de Berlín y los restantes símbolos de la clausura informacional del socialismo real y cuando se precipiten hacia esta nueva frontera abierta al mercado-mundo los grupos *multimedia* y las redes publicitarias de los grandes países industriales.

En los años ochenta, el tiempo de la reglamentación y de la intervención pública tampoco estará ya en el orden del día de la mayoría de los países que durante la década precedente militaban en favor de un nuevo orden de la información. El Estado se retirará y las profecías de mal augurio de las autoridades de Washington ante la UNESCO, acerca de un eventual rebrote del control estatal de la comunicación se esfumarán en el horizonte, en beneficio del sector privado. Los problemas que suscitaban los debates de los años setenta, en cambio, permanecen.

Porque si bien es verdad que han surgido nuevas potencias audiovisuales de envergadura internacional en países como Brasil o México, la televisión de la gran mayoría sigue dependiendo de las imágenes de las otras. Mientras que la escolarización está bajando y el analfabetismo recupera terreno en un gran número de naciones que, aplastadas por la deuda, han introducido claros recortes en su presupuesto de educación, los usos previstos para las tecnologías de comunicación a lo largo y ancho del mundo se inclinan, mayoritariamente, del lado de la *lógica del entretenimiento*,⁴³ a la vez que las estrategias monetaristas de desarrollo económico han empezado a redistribuir los equilibrios entre el sector público y el privado en el campo de las telecomunicaciones. La puesta en venta, en constante aumento, en ciertas regiones del tercer mundo, de las empresas telefónicas, proporciona sustanciosos ingresos que compensan en parte el importante déficit presupuestario.

No obstante, la cuestión de la reglamentación de las redes internacionales, no ha abandonado las grandes instituciones mundiales. Ha emigrado hacia organismos más técnicos. Tales como el GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) que, desde 1947, vigila el libre cambio y cuyo papel se ha reforzado considerablemente en el ámbito de las comunicaciones desde el inicio de la Ronda Uruguay, en septiembre de 1986. En esas fechas se incluyeron en el orden del día las negociaciones sobre los intercambios internacionales en mate-

⁴³ UNESCO, *Conférence mondiale sur l'éducation*, Jomtien (Tailandia), 1990.

ria de *servicios*. Banca, seguros, turismo, transporte, se codean, en esta contabilidad de los *flujos invisibles*, con la comunicación: desde la publicidad y el *marketing* hasta las telecomunicaciones, pasando por la amplia gama de los productos de las industrias culturales, sin olvidar la compleja red de múltiple uso de los bancos y de las bases de datos.⁴⁴ La voluntad de instaurar el libre cambio en el ámbito de los servicios es doblemente estratégica. La supresión de trabas al comercio (barreras no arancelarias, ayudas del Estado, apoyos y subvenciones diversas) es una de las fases esenciales de la construcción del espacio-mundo. La liberalización de los flujos es uno de los fundamentos del nuevo modo de organización de la *empresa-red*.⁴⁵

En estas discusiones técnicas predominan los enfrentamientos comerciales que, con frecuencia, hacen poco caso de la dicotomía Norte/Sur. Además, el Sur ya no es lo que era cuando, en 1952, el demógrafo Alfred Sauvy y el antropólogo Georges Balandier acuñaron la noción unitaria de "tercer mundo". Han aumentado las distancias entre los *nuevos países industriales* y la masa de los restantes. Ciertos analistas —tales como el indio Chakavarthi Raghavan— se muestran más bien pesimistas respecto del impacto de esta desreglamentación de los flujos invisibles en las relaciones Norte/Sur y llegan incluso a interpretarla como una "auténtica re-colonización del tercer mundo."⁴⁶ La creación de vastas zonas regionales de libre cambio, que asocian a países del tercer mundo y del primer mundo, siembra cada día más confusión en la recomposición del orden mundial en torno al mercado.

Este auge de las lógicas del mercado y de la competencia transfronteriza ha obligado, a su vez, aunque tarde, unos diez años después del grito de alarma de los países del Sur, a la Comunidad Europea y al Consejo de Europa a debatir medidas para reequilibrar los intercambios en materia de programas. ¿Hay que imponer o no cuotas a la programación europea? Después de cinco años de deliberaciones (1984-1989), se impuso la opción cero, defendida por la Inglaterra thatcheriana frente a Francia, que preconizaba la observancia de una

⁴⁴ F. Clairmonte, "Les services, ultimes frontières de l'expansion pour les multinationales", *Le Monde Diplomatique*, enero de 1991.

⁴⁵ Véase nuestro capítulo 10.

⁴⁶ C. Raghavan, *Recolonisation, l'avenir du tiers monde et les négociations internationales du GATT*, L'Harmattan-Oxfam, 1990 (publicado simultáneamente en inglés por Oxfam, Londres).

cuota en nombre de la hipotética "identidad cultural europea" —y de la defensa de su industria nacional—. Con la desreglamentación de los sistemas audiovisuales nacionales, el viejo continente se ha convertido en el conjunto geográfico más deficitario del mundo, en lo que a tasa de cobertura se refiere, pero más aún en valores absolutos, puesto que es el primer mercado importador mundial, así como el mejor cliente de la industria norteamericana de programas.⁴⁷

Esta influencia, adquirida progresivamente por el mercado como espacio de reorganización y de reglamentación del espacio-mundo, ha sido un tanto subestimada en las tramas prospectivas de los futurólogos de los años sesenta y setenta, ocupados como estaban, por su condición de altos funcionarios del Estado, en construir estrategias de salida de la crisis bajo la égida voluntarista del poder público.

⁴⁷ A. Moreau, *Rapport sur l'état de la production audiovisuelle française et européenne au ministre des Affaires étrangères*, París, 1991.

TERCERA PARTE

LA CULTURA

9. EL RITUAL DEL ESTADO

La desconfianza ilustrada

“El poder se les escapa a los gobiernos y a los Estados nacionales en tres direcciones: hacia las entidades locales que quieren actuar con mayor autonomía; hacia las empresas privadas que pueden ejercer una acción más rápida y más flexible que los poderes públicos, y hacia los organismos internacionales que han de intentar gestionar, de cualquier forma, las nuevas tecnologías que trascienden de las jurisdicciones nacionales. En resumen, las instituciones gubernamentales son los vestigios de una era para la que han sido concebidas —una era de crecimiento a ciegas durante la cual las múltiples y diversas formas de crecimiento eran independientes unas de otras.”¹ Este era el panorama que trazaba, a finales de 1978, el politólogo norteamericano H. Cleveland en la revista de la OTAN.

¿Qué papel le corresponde aún a los poderes públicos en la reglamentación del dispositivo de comunicación dentro del espacio diseñado por el Estado-nación? Esta pregunta estará latente durante toda la década de los años setenta, tanto en los países con una fuerte tradición centralizadora y jacobina como en aquellos donde la regulación mediante el mercado ya había reducido considerablemente el área de competencia de las autoridades públicas en ese ámbito.

De forma un tanto paradójica, mientras se acelera el ingreso del Estado-nación en el espacio-mundo y cuando los problemas políticos y económicos se plantean cada vez más en estos términos, la teoría crítica siente la necesidad de replantearse la especificidad del Estado y del dispositivo de comunicación nacional, e incluso local. Las herramientas conceptuales que hasta entonces habían prevalecido para dar cuenta del funcionamiento del dispositivo de comunicación nacional, resultan inadecuadas. Para lo cual existe una doble explicación.

La primera razón hay que buscarla en la forma con que los críticos

¹ H. Cleveland, “La troisième phase de l’Alliance”, *Revue de l’OTAN*, núm. 6, diciembre de 1978.

de la cultura de masas —y con ellos, la mayoría de los intelectuales contestatarios en todas las latitudes, hasta los años setenta— han abordado hasta entonces el proceso de industrialización de la cultura. La primera teoría, nacida a finales de los años cuarenta, es obra de la Escuela de Frankfurt, y más concretamente de Theodor Adorno y Max Horkheimer, dos filósofos alemanes, exiliados en Estados Unidos para escapar del nazismo. De lo que, de hecho, fue la primera confrontación teórica entre la cultura europea de las Luces y la cultura de masas producida *para millones*, surgió el concepto de *industria cultural*. En un texto pionero, los dos autores escribían: “Quienes tienen intereses en ella gustan explicar la industria cultural en términos tecnológicos. La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos estándar [...]. Los *clichés* habrían surgido en un comienzo de la necesidad de los consumidores: sólo por ello habrían sido aceptados sin oposición. Y en realidad es en este círculo de manipulación y de necesidad donde la unidad del sistema se afianza cada vez más. Pero no se dice que el ambiente en el que la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma [...]. Por el momento la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de la técnica en cuanto tal, sino de su función en la economía actual.”²

A los ojos de Adorno y Horkheimer, la industria cultural, como lugar de realización de la serialización, de la estandarización y de la división del trabajo, fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural en valor destruye su poder crítico. El reino de la pseudoindividualidad, iniciado con la existencia de la propia burguesía se extiende con arrogancia por la cultura de masas. “Lo individual se reduce a la capacidad de lo universal para marcar lo accidental con un sello tan indeleble como para convertirlo sin más en identificable como lo que es. Justamente

² T.W. Adorno y M. Horkheimer, *Dialectik der Aufklärung*, Amsterdam, 1947 [ed. esp.: *Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires, Ed. Sudamericana, 1987, trad. H.A. Muena, de la que se reproduce la versión en español de los fragmentos citados (pp. 147-148); el capítulo al que pertenecen también está reproducido en *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas. Monte Ávila, 1974, pp. 177-230]

el obstinado mutismo o las actitudes elegidas por el individuo cada vez expuesto son producidos en serie como las cerraduras de seguridad de la marca Yale, que se distinguen entre sí por fracciones de milímetro.”³

La unión que establecen entre la tecnología, la cultura, el poder y la economía no se analiza en sí: sólo está ahí para aclarar lo que consideran como la degradación del papel filosófico-existencial de la cultura como experiencia auténtica. No cabe pues esperar a encontrarnos entre estos pioneros con análisis sobre la forma en la que, dentro de cada realidad concreta, la industria cultural —en singular, en cuanto sistema global de producción de la cultura como mercancía— se incorpora al juego de las instituciones, sobre cómo se sitúa en relación con el Estado y la sociedad civil organizada. Menos aún sobre la forma en que cada uno de sus componentes (cine, música, prensa, radio, etc.) lleva a efecto, a partir de su especificidad, este proceso de industrialización. La noción de industria cultural sirve, pues, de contraste a una cierta sacralización del arte y de la alta cultura, más que a elucidar la industrialización de la cultura y, no digamos, su internacionalización. De ahí que resulte una tesis abusivamente globalizante. La presencia de un modo industrial de producción les hace temer a los dos filósofos un destino común tanto para la literatura, la pintura, el jazz, como para los *comics*, la radio o el cine. Diez años antes de que apareciera este texto sobre la industria cultural, Walter Benjamin, otro representante de la Escuela de Frankfurt, había señalado, no obstante, cómo el principio mismo de la reproducción hace que pierda sentido una vieja concepción del arte, a la que denomina *cultural*. Había demostrado con acierto por qué un arte como el cine sólo tiene razón de ser en la fase de la reproducción y no de la producción única.⁴

Lo que, para terminar, parecían rechazar aquellos dos autores es, ante todo, esa reproductibilidad de una percepción cultural por medios técnicos. Evidentemente, no cabe evitar que se vea en ello una cierta nostalgia de una experiencia cultural desvinculada de la técnica. Como escribíamos con Jean-Marie Piemme, en 1979: “Hay ahí una suerte de jansenismo de la escritura que, confiando en sí mismo, sospecha continuamente que los restantes medios de comunicación

³ *Ibid.* [pp. 185-186].

⁴ W. Benjamin, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1973.

(especialmente la imagen) son portadores del Mal. Es como si por ello la escritura, salvaguardia del original, saliera garante de la autenticidad y de la racionalidad de la comunicación. En cambio, la imagen inmediatamente unida a la reproductibilidad siempre entrañaría una irracionalidad no deseada." Esta *desconfianza ilustrada* nos llevaba a esta conclusión: "Curiosamente, este tipo de juicio de valor está en el origen de enfoques de los medios diametralmente opuestos. Aparece tanto en Ortega y Gasset como en Adorno: el peso de la herencia cultural condiciona en estos casos el sistema de valores político-filosóficos."⁵

De este vigoroso acto de fe en el valor de la alta cultura nacerán numerosos malentendidos. Y, con el tiempo, le será fuertemente reprochado el abrirle paso al elitismo e impedir que se planteen las preguntas adecuadas sobre la democratización y la democracia cultural en la era de los medios de comunicación. Máxime si se tiene en cuenta que a esta objeción se añadirá otra: ¿De la estandarización y de la serialización del producto cultural puede acaso inferirse legítimamente la *producción en serie del individuo*? Una vieja pregunta que ya dividía a la sociología empírica y que, con el transcurso del tiempo, también dividirá a las distintas posturas críticas.

El Leviatán

La otra razón que explica la inadecuación de los esquemas de análisis consagrados a los nuevos supuestos de los años setenta, reside en el concepto vigente de Estado. La teoría crítica postula entonces la *esencia estatal*, es decir, un modelo estilizado y globalizante de Estado, un modelo único, válido en cualquier tiempo y lugar, entidad platónica de funcionalidad rigurosa.

Adaptada al análisis de los medios, definidos como una parte de lo que el filósofo Louis Althusser bautizaba en 1970 como "aparatos ideológicos de Estado", esta concepción abstracta y teoricista elimina del campo de observación las distintas formas tomadas de cada realidad por la institución mediática. Empezando por el hecho de que

⁵ A. Mattelart y J.M. Piemme, *Télévision: Enjeux sans frontières*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1980, p. 15. Retomamos, por cierto, los análisis que ya hacíamos en aquel entonces. [Una versión extractada de esta obra ha sido publicada en castellano con el título de *La televisión alternativa* (Barcelona, Ed. Anagrama, col. Cuadernos, Serie: Comunicación, 1981).]

un régimen bajo el signo de la propiedad privada es necesariamente distinto del que se rige por el principio del servicio público. Aparece de nuevo ahí la invarianza estructural presente, no sólo en el enfoque de los dispositivos estatales, sino también en el análisis del discurso inspirado por la semiología de la época. De ahí, las expresiones genéricas en boga: la masificación, la estandarización, el discurso dominante, la sociedad de consumo, etcétera.

La carencia de las teorías sobre la industria cultural como sistema globalizado y sobre el Estado como entidad metafísica es la dimensión histórica: es decir, la concatenación del medio con el conjunto de las contradicciones y de las estructuras en las que se inscribe. ¿Cuál es el lazo orgánico que vincula a un medio con su era histórico-geográfica de funcionamiento? ¿Cuál es la relación de los medios entre sí, en el interior de un país y, a la vez, en el plano internacional? ¿Cuál es la determinación económico-política que, en un momento dado, deja su huella en la o las funciones y los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación?

Por no hacer estas preguntas, la internacionalización era una dimensión que, dentro de estos esquemas, no tenía carta de naturaleza. Al olvido del tiempo se añadía la evacuación del espacio. Sin embargo, faltando estos, apenas si había forma de plantear los sucesivos recortes que el Estado había experimentado en sus formas, sus estructuras y sus funciones a través de la ciudad-Estado, el Estado-imperio, el Estado-feudal-militar, el Estado-nación. Un Estado-nación que, en lo sucesivo, estaba obligado a transigir con el espacio de la mundialidad. Sin contar con que la concepción esencialista del Estado, lo mismo que la visión ilustrada de la cultura como alta cultura, arrastraba otro vicio de nacimiento: el logocentrismo, esa creencia en el valor universal de modelos racionales, de lo verdadero y de la norma, que han fundamentado el *logos* occidental. Lo más increíble es que, durante décadas, estos esquemas teóricos que invitaban a países tan diferentes como la Francia jacobina o el Estado federal norteamericano, el Brasil bajo el no-Estado de Derecho de los generales o el México del partido único con cincuenta años de antigüedad, a reconocerse en esta suerte de *universal político*, hayan podido hacer ilusión, tan notoria era la influencia de las concepciones del cambio social, que hacían pensar que sólo la toma del poder del Estado podía alumbrar una nueva sociedad.

El filósofo Henri Lefèbvre fue uno de los pocos en sospechar algunas de las implicaciones teóricas del nuevo recorte que se estaba

esbozando. En 1978, escribía: "Entre la historicidad y la mundialidad se extiende una unidad conflictiva, es decir, dialéctica. Tercer término: el espacio, lo que lo ocupa, lo modifica, lo transforma en espacio social. El análisis ha de tener en cuenta al Estado y, por supuesto, a las estrategias que se enfrentan, pero también al reparto de las fuerzas productivas, de la división del trabajo a escala de la Tierra. La mundialización del Estado camina, con la extensión y el reforzamiento del mercado mundial, especialmente con la entrada en el mercado, junto a productos de lo más variado y a la fuerza de trabajo, a la energía (petrolera, nuclear), a la información, a la *materia gris*, a las obras de arte, etc."⁶ Tenía cuidado en subrayar que "el marco estatal tiene una relación con la lógica y la racionalidad, pero [que] no es una relación de esencia a esencia, invariante abstracto de lo estatal". Es, al contrario, "una relación instrumental".⁷

Sin sospechar, seguramente, las posibles prolongaciones de sus análisis, Michel Foucault no andaba lejos de esta concepción del Estado cuando proponía, aproximadamente en la misma época, la noción de *gubernamentalidad*. Al poner de relieve que jamás el Estado, ni en el transcurso de su historia, ni tampoco en el momento contemporáneo, había tenido esta unidad, esta individualidad, esta funcionalidad que se le atribuía, abogaba por el abandono de una teoría global del Estado y por una investigación alternativa acerca del *ritual del Estado*, o sea, los procedimientos, los actos mediante los cuales se ejerce el gobierno de los sujetos y de las situaciones. Lo que equivalía a pensar sobre sus prácticas de adaptación, ofensiva y repliegue, sus irregularidades y chapuzas, para obtener otras coherencias, otras regularidades. Sólo una teoría de las situaciones concretas, un análisis táctico del Estado y de las técnicas de gobierno podían, a su juicio, abrir nuevas vías para comprender cómo se planteaba y se replanteaba "lo que es competencia del Estado y lo que no lo es, lo que es público y lo que es privado, lo que es estatal y lo que no lo es".⁸ ¡Era, precisamente, uno de los grandes temas que preocupaban a los ministros europeos de Cultura en aquellos años setenta!

⁶ H. Lefebvre, *De l'État*, París, Collection 10/18, 1978, tomo 4 ("Les contradictions de l'État moderne"), p. 25.

⁷ *Ibid.*, p. 37.

⁸ M. Foucault, "La gubernamentalité: Texte d'une leçon", *Actes, Les cahiers d'action juridique*, 1986, núm. 54, p. 16. (Este texto tiene su origen en una conferencia pronunciada en Italia a finales de los años setenta.)

En la cabecera de la cultura

¿Cuál es la relación entre los productos culturales fabricados industrialmente y el acceso de la mayoría a los bienes culturales? ¿Cómo las condiciones socioeconómicas de la creación son modificadas por las posibilidades de multiplicar las copias de las obras y de difundirlas masivamente? Tales eran los enigmas que intentaban resolver los expertos y asesores del Consejo de Europa en octubre de 1978, después de haber comprobado que "la vulgarización de la cultura pasa hoy por las *industrias culturales*".⁹

Los ministros europeos responsables de asuntos culturales, reunidos ese mismo mes en Atenas, insistían: "Dado que gran parte de las industrias culturales son multinacionales y que los medios para ejercer una influencia sobre ellas son complejos, recomendamos que se estudien las posibilidades de una mayor colaboración en lo que se refiere a las industrias culturales internacionales. Por ejemplo, realizando un estudio para averiguar en qué medida las actividades de las industrias culturales internacionales o multinacionales y las políticas culturales nacionales influyen las unas en las otras."¹⁰

En el año 1978, el concepto de *industrias culturales* se incorpora, pues, de forma destacada, a los enunciados administrativos de un organismo comunitario europeo. El concepto (que abarca el disco, el libro, el cine, la radio-televisión, prensa, fotografía, reproducciones artísticas, publicidad, los nuevos productos y servicios audiovisuales), circula merced a la nueva situación de competencia entre las políticas culturales tradicionalmente aplicadas por el Estado, que llegan a públicos restringidos, y los medios de producción y difusión para un público masivo, cada vez más ligados al mercado internacional. Hasta se pone en duda la eficacia de estas políticas. Según manifestaba Augustin Girard, responsable del servicio de investigaciones del ministerio francés de Cultura, y artífice de la introducción del concepto en las referencias de Estrasburgo: "Por un extraño encadenamiento, ciertas políticas culturales constituyen, en su afán de democratización,

⁹ Documento del Consejo de Europa, Consejo de cooperación cultural. (*Rapport de la réunion préparatoire à la Conférence sur "Le rôle de l'État vis-à-vis des industries culturelles"*), Estrasburgo, 9-10 de octubre de 1978.

¹⁰ Conferencia de los ministros europeos responsables de asuntos culturales. Resoluciones relativas a las industrias culturales, adoptadas por la Conferencia de Atenas, 24-26 de octubre de 1978.

una gigantesca trampa. La acción de los poderes públicos destinada a la población más desamparada y más alejada de las capitales, que ha crecido en un 100 por ciento, 200 por ciento y 300 por ciento, ha terminado favoreciendo a los más favorecidos de la alta cultura y engordando a las instituciones centrales hasta la esclerosis, mientras que la propia población, desentendiéndose de las instalaciones públicas, equipaba sus hogares con máquinas culturales y consumía a domicilio los productos de la cultura de masas.¹¹ A esta crisis de la gestión institucional de la *democratización cultural*, se añade el imperativo de la defensa de la identidad cultural nacional frente a la avalancha de los productos importados: "Sería, ciertamente, absurdo, hablar de autarquía cultural en el ocaso del siglo XX. Incluso si fuera deseable, que no lo es, esta autarquía no sería posible [...]. Pero hay que hablar de no-dependencia cultural, es decir de la capacidad de un país para, a la vez, limitar las importaciones superfluas y garantizar una producción nacional competitiva. Hoy en día, sólo las industrias culturales prósperas y bien adaptadas permiten que los países acepten ese desafío."¹²

Para los poderes públicos, el conocimiento de estas industrias se convierte en una condición previa a la formulación de nuevas formas de intervención del Estado en la materia. Conocer el funcionamiento de estas *industrias culturales*, eso equivale a desmenuzar el proceso de producción/comercialización en sus distintas fases creación-concepción, edición, promoción, difusión, venta a los consumidores; a poner a descubierto las estructuras de las ramas industriales (formas y grados de concentración, en particular); por último, a detectar las estrategias de las firmas.

Es éste el análisis de productos y servicios culturales que, por su parte, ya había acometido, a partir de 1975, un equipo pluridisciplinar de investigadores franceses, sentando las bases de una economía de las industrias culturales.¹³ Al declinar, en plural, el concepto de

¹¹ A. Girard, "Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development", en *Cultural industries. A challenge for the future of culture*, París, UNESCO, 1982, p. 27. [Existe una versión en castellano de dicho libro, publicada en México por el Fondo de Cultura Económica.] Del mismo autor: "Industries culturelles", *Futuribles*, núm. 17, septiembre de 1978.

¹² A. Girard, "Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development", *op. cit.*, p. 30.

¹³ A. Lefèbvre, A. Huet, J. Ion, B. Miège y R. Péron, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1978. Véase, igualmente, P. Flichy, *Les*

industria cultural, pretendían alejarse de los postulados de los dos filósofos de la Escuela de Frankfurt. La industria cultural no existe en sí, es un conjunto heterogéneo, compuesto por elementos que, es obvio, no pertenecen al mismo campo, o, al menos, se diferencian considerablemente. El análisis evidencia los factores explicativos de esta diversidad. Esta variedad aparece también en las formas de organización del trabajo (la función de editor, los *viveros* de la creación, el estatuto socioeconómico de los artistas, etc.), en la caracterización de los propios productos y de su contenido, en las modalidades de institucionalización de las diversas industrias culturales (servicios públicos, relación con el Estado, papel del sector privado) o incluso en las condiciones de apropiación de los productos y servicios por parte de los diferentes públicos, consumidores o usuarios. Además, la rentabilización, por parte del capital, de la producción cultural, no se alcanza sin encontrar resistencias y límites.¹⁴

La puesta en marcha, en Francia, de un análisis económico de las industrias de la cultura en la segunda mitad de los años setenta es contemporánea, en Europa occidental, del desarrollo de lo que el británico Nicholas Garnham llamó una *economía política de la comunicación de masas*.¹⁵ Vasto proyecto teórico y práctico que intenta evadirse de los callejones sin salida de una teoría crítica aún mayoritariamente encerrada en el análisis semiológico de primera generación.

Interdependencia: la muda diplomática

Convencida de su singular posición en el tablero mundial, Francia intentará, en 1979, incorporar la noción de *industrias culturales* a un proyecto de reestructuración de sus relaciones exteriores. Fue la meta que se asignó el informe oficial elevado en 1979 por Jacques Rigaud al ministro de Asuntos Exteriores. Primer documento administrativo que postula la necesidad de una vinculación más estrecha entre cultura

industries de l'imaginaire, Grenoble, INA-Presses Universitaires de Grenoble [ed. esp.: *Las multinacionales del audiovisual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1982].

¹⁴ Acerca de la génesis y de la evolución del análisis económico de los productos y servicios culturales en Francia, véase: B. Miège, *The capitalization of culture*, Nueva York, International General, 1988.

¹⁵ N. Garnham "Contribution to a political economy of mass communication" *Media, Culture and Society*, vol. 1, núm. 2, abril de 1979.

y economía, aparato diplomático y empresas privadas dentro del proyecto de una diplomacia en línea con las grandes tendencias de la industrialización de la cultura.

El informe ponía de relieve los puntos flacos de las industrias culturales francesas. “Junto con la política y la economía, la cultura —en el sentido más amplio del término— es, de ahora en adelante, uno de los componentes de las relaciones internacionales [...]. [Sin embargo] no hay por qué ocultar que, en el estado actual del mundo, los productos de las industrias culturales francesas padecen una difusión notoriamente insuficiente, a consecuencia de una falta de adaptación por no decir de un maltusianismo evidente [...]. Desgraciadamente, las industrias culturales están exageradamente orientadas hacia el mercado interior. Dispersas, poco organizadas, con una baja capacidad de inversión, en cierto modo están marginadas y son desconocidas: demasiado comerciales para lo que tienen de cultural; demasiado culturales para lo que tienen de comercial [...]. La difusión económica de los productos culturales franceses por el mundo sigue siendo muy artesanal, arcaica, lo cual no beneficia ni al comercio ni a la cultura y, con demasiada frecuencia, limita nuestra influencia al pequeño número de iniciados que conocen los canales de una difusión confidencial.”¹⁶

Por primera vez, un informe encargado por las autoridades públicas insiste en los frenos que representa una cierta concepción del servicio exterior como servicio público. “El espíritu de servicio público [...] conduce a una toma de conciencia insuficiente, incompleta, y, por qué no decirlo, incomodada por las repercusiones económicas de nuestra acción pública. Hay que atreverse a hablar, en ciertos casos, de comercio cultural, y, de una forma más general, de las consecuencias económicas de las relaciones culturales. El propósito angelical, en este campo, no es una actitud defendible.”¹⁷

Por último, este documento oficial introduce en el lenguaje diplomático conceptos que intentan replantear el contenido mismo del término *relaciones internacionales*. Es, en efecto, una oportunidad para ratificar el vocabulario de la *interdependencia*, reformulado por Z. Brzezinski, unos diez años antes. “Un país como Francia, más que cualquier otro, debería ser sensible a esta noción de interdependencia, porque su cultura ha dado mucho y ha recibido mucho. Desde el

¹⁶ J. Rigaud, *Les relations culturelles extérieures*, op. cit., p. 66.

¹⁷ *Ibid.*, p. 78.

Renacimiento, ha dirigido a la cultura de los otros una mirada atenta y respetuosa. Nuestros arqueólogos, nuestros lingüistas y nuestros etnólogos han contribuido ampliamente al conocimiento de las grandes civilizaciones del mundo entero y, de esta forma, han ayudado a los pueblos que son sus herederos a constituir su identidad cultural. En sentido inverso, a menudo les hemos entregado, profusa y desinteresadamente, una cultura francesa que, por su humanismo, era para ellos la vía de acceso a lo universal."¹⁸

Esta nueva semántica de las relaciones internacionales sólo se concibe a cambio del abandono de la noción de *dependencia*. Esto equivale, ni más ni menos, a la desaparición lingüística de las relaciones de dominio y de la larga historia del desigual intercambio en el transcurso del cual se ha construido el *sistema-mundo*. Más operativamente, en el campo de las negociaciones internacionales, esta noción de interdependencia prepara la legitimación de las acciones que tienden a someter el ejercicio de la soberanía nacional, al principio de defensa de los *intereses comunes* al conjunto de la *comunidad mundial*. Paradójicamente, el concepto de *interdependencia* hizo su entrada en los grandes organismos internacionales con motivo de la adopción, por la Asamblea General de las Naciones Unidas, en 1974, del principio de nuevo orden económico internacional. El reconocimiento de la *interdependencia* fue, en realidad, la moneda de cambio de una promesa de participación del tercer mundo, como miembro de pleno derecho, en la gestión de una economía internacional y de un mundo que dejaban de ser bipolares (desarrollado/en vías de desarrollo) para metamorfosearse en *globo multipolar*.

Comunidades ilocalizables

La UNESCO pondrá en circulación el concepto de *industrias culturales* casi en las mismas fechas que el Consejo de Europa. Pero eran demasiado visibles las huellas indelebles del área de producción de este concepto para que pudiera ser exportado sin reservas. En efecto, el concepto polarizará las investigaciones y reflexiones más pertinentes sobre la conflictiva relación entre la economía y la cultura, entre la cultura pública y las prácticas de los actores del sector privado, sobre

¹⁸ *Ibid.*, p. 24.

todo en los países con una fuerte implicación del Estado en las políticas culturales. Así se explica el eco innegable del concepto en la parte francófona de Bélgica y Canadá.¹⁹ Regiones que, combinaban, a la vez, un dispositivo gubernamental importante en el ámbito de la cultura y la inquietud por defender una identidad cultural que consideraban en peligro.

Poco preocupados por salvaguardar una posición de poder dentro de la geopolítica cultural, la Bélgica francófona y Québec atesoraban, en cambio, una experiencia premonitoria. Desde hacía muchos años, estos dos territorios, entre los más cableados del mundo, estaban copiosamente irrigados por las cadenas de sus vecinos y representaban, por este motivo, auténticos laboratorios de la internacionalización de un sistema audiovisual. De este observatorio de vanguardia, emergía una primera regla general: sólo los programas de información producidos in situ resistían la competencia de las cadenas extranjeras, mientras que el frente de la ficción resultaba más difícil de defender.

Pero la originalidad de ambas situaciones de vanguardia no residía sólo en esta competición entre un servicio público y cadenas que venían de fuera. Québec, primero, y Bélgica, más tarde, habían iniciado un proceso de descentralización de su dispositivo audiovisual. Las radios y las televisiones comunitarias de Québec servían incluso, durante los años setenta, de punto de referencia para los numerosos grupos que, en una Francia que había penalizado las *radios libres*, militaban a favor de la revisión del monopolio público de las ondas. La trayectoria de los *medios comunitarios* demostraba la falsedad de los dilemas que caracterizaban los principales debates. Por una parte, señalaba que un servicio público mantenido por razones corporativistas es tan pernicioso como una descentralización cuyo único objetivo sea la desconcentración del poder y, por otra, que jugar al juego de los *self-media**-herramienta-ideal-de-autogestión frente a la televisión-

¹⁹ Véase J.G. Lacroix y B. Lévesque, "Principaux thèmes et courants théoriques dans la littérature scientifique en communication au Québec", *Communication*, Université Laval, vol. 7, núm. 3, 1985; Informe "Les industries culturelles: un enjeu vital", *Cahiers de recherche sociologique*, Montréal, vol. 4, núm. 2, otoño de 1986; G. Tremblay (bajo la dirección de), *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Montréal, Presses de l'Université du Québec, 1990. Otro polo importante de arraigo del concepto de *industrias culturales* será la España de los años ochenta: E. Bustamante y R. Zallo (bajo la dirección de), *Las industrias culturales en España*. Madrid, Akal, 1988.

* Término acuñado por el también canadiense Jean Cloutier para designar a esos otros medios más ligeros y de uso individualizado, fruto de la moderna tecnología. [1.]

centralizadora-imagen-del-poder-concéntrico no se saldaba necesariamente con una ampliación de las posibilidades de expresión de los ciudadanos y con la renovación del espacio público.

La imposible búsqueda de lo *comunitario* y de lo *local* como punto de anclaje para la creación de una identidad y de un espacio de cobertura del medio llamado alternativo recordaba que la democracia no está necesariamente allí donde se dice que está. *Small* no es necesariamente *beautiful*. Cuando lo *local* se pone de relieve para rechazar una apropiación de lo *mundial* o de lo *internacional*, se está en la obligación de salir fiador de un movimiento de disminución del sentido y de las capacidades de actuar sobre las situaciones concretas. Lo *local* sólo tiene verdadero interés allí donde permite captar mejor, merced a la proximidad, la interacción entre lo abstracto y lo concreto, entre lo vivido y lo universal, entre lo individual y lo colectivo.

¿Cómo evitar que lo *local* aleje las posibilidades de comprender lo real, más vasto, donde lo concreto adquiere su sentido? La respuesta más motivadora para una reflexión acerca de esta articulación entre lo local y el espacio-mundo, ya podía encontrarse entre algunos periodistas que tenían una larga experiencia internacional. Este es el caso, por ejemplo, de Claude Julien, director del mensual *Le Monde Diplomatique*, quien, en 1977, escribía: "Todos los medios de comunicación y de información deberían tender hacia una meta, conservando siempre los dos extremos de la cadena: el *pequeño* acontecimiento local y sus lejanas causas científicas, financieras, políticas, económicas [...]. El medio local tiene, pues, de todos modos, un papel insustituible que jugar. Pero este papel no puede limitarse a la descripción de los hechos y problemas locales ignorados por los *grandes* medios de información. No puede tratar a la ciudad o al barrio como un islote separado del resto del mundo: a través del caso de los obreros despedidos por la fábrica de tejidos y a los que les permite expresarse, ha de recuperar el hilo que liga su destino con los *fellahs** de las plantaciones de algodón, con los laboratorios que elaboran nuevas fibras sintéticas, con los juegos financieros y con la competencia internacional."²⁰

Este vínculo, tejido entre el microsistema local y las tendencias predominantes de un mercado y de una técnica, cuyas dimensiones son las del mundo, muchos agricultores —incluso, a veces, y a menudo

* Campesinos árabes. [r.]

²⁰ C. Julien, "Les deux bouts de la chaîne...et le milieu", *Alternatives*, número dedicado a la "Prensa de expresión local", cuarto trimestre de 1977.

antes, muchos intelectuales— ya lo habían entendido cuando se habían dado cuenta de que el precio de su cosecha ya no se dilucidaba en las plazas financieras situadas en el territorio de su Estado-nación, sino en la Bolsa de cereales de Chicago.

Dos concepciones de la política

Hace diez años —observaba, en 1974, Ithiel de Sola Pool—, muy pocos comunicadores pensaban en términos de política de comunicaciones en su conjunto, y pocos investigadores de la comunicación habrían reonocido a la investigación en materia política como una categoría establecida. Todo esto ha cambiado. La política de comunicaciones ha surgido como campo de investigaciones.²¹ El sociólogo norteamericano definía este nuevo campo de estudios como “una investigación normativa en torno a las vías alternativas de organización y de estructuración del sistema de comunicación de la sociedad”. Uno de los principales factores que, según él, explicaba esta tendencia, radicaba en el “crecimiento exponencial de la tasa de cambio tecnológico”. Todos los ejemplos que ponía para ilustrar el auge de este tipo de investigación orientado hacia la formulación de políticas, pertenecían, por cierto, al campo de las nuevas tecnologías de comunicación, tales como la televisión por cable y el satélite, y, generalmente, las telecomunicaciones.

Si bien compartía esta preocupación de la investigación, viendo en ella una forma de ilustrar mejor a quienes toman las decisiones, no por ello dejaba de señalar los peligros. Lo que temía, por encima de todo, era que los investigadores se comprometieran demasiado fervientemente con las “grandes cuestiones de la política pública”. Hablaba, incluso, del pecado de “orgullo del elitismo intelectual”. En una palabra, el desprecio por el análisis empírico de los hechos en provecho de la “deliberación filosófica y conceptual acerca de los objetivos”. Más necesario, aún, le parecía evitar este peligro, si se tiene en cuenta que ya se prodigaban las objeciones de los círculos profesionales e industriales que interpretaban esta investigación como un “eufemismo para la restricción de su libertad”, razón por la que prefería no encerrar a la investigación entre “dilemas y nociones arcaicas” tales

²¹ I. de Sola Pool, “The rise of communications policy research”, *Journal of Communication*, primavera de 1974, vol. 24, núm. 2, p. 31.

como "propiedad privada o social" y "soberanía nacional". Su receta era, pues, una política de pequeños pasos guiada por la lógica de la oferta tecnológica. Este enfoque consistía principalmente en interrogarse acerca de los envites económicos y sobre las formas de garantizar la penetración social de las nuevas tecnologías de comunicación.

El asunto, en efecto, era polémico. En los propios círculos de la investigación norteamericana, otras voces apelaban a una lógica de la demanda que, a la inversa de la que preconizaban investigadores como I. de Sola Pool, partía del análisis de las necesidades de los individuos y se interrogaba sobre la capacidad de respuesta de las nuevas herramientas. El hecho de elegir esta opción significaba, ni más ni menos, el replanteamiento de la gran mayoría de las investigaciones empíricas, de los temas prioritarios de investigación por los que se habían inclinado y de las zonas geográficas que habían sido abordadas. El balance que, desde este punto de vista, presentaban tanto Hamid Mowlana como Herbert Schiller —en respuesta directa a las tesis de I. de Sola Pool— confirmaba la historia que hemos descrito ampliamente en capítulos anteriores: el estrecho vínculo entre las problemáticas de estudio y las necesidades de las empresas y del gobierno.²² Lo inédito, a pesar de todo, es que en aquella época muy pocos se habían levantado contra esas prácticas.

Perro viejo de los estudios sobre la comunicación internacional, Ithiel de Sola Pool dedicaba parte de su artículo al papel de las comunicaciones en el desarrollo y proponía que se concediera a este tema prioridad absoluta dentro de las investigaciones sobre política de comunicación. Porque esta controversia entre sociólogos de Estados Unidos no era, a decir verdad, más que la prolongación interna de un debate internacional sobre el tema de las "políticas nacionales de comunicación".

En 1970 la UNESCO, dirigida por Jean Maheu, recibió de la Conferencia General el mandato de "ayudar a los países miembros a formular una política relativa a los grandes medios de información". Desde su fundación, el organismo internacional había obrado en pro de la formulación de políticas educativas, científicas y culturales, pero no se había aventurado, aún, por este campo. La primera reunión de

²² H. Mowlana, "Trends in research on international communication in the United States", *Gazette*, vol. XIX, núm. 2, 1974; H. Schiller, "Waiting for orders. Some current trends in mass communications research in the United States", *Gazette*, vol. XX, núm. 1, 1974.

expertos tuvo lugar en París dos años más tarde. Desde ese instante, los especialistas consultados se cuidaron de circunscribir, a la vez, el alcance y los límites de estas políticas: "Reconociendo las grandes diferencias de situación social y económica y la diversidad de los sistemas políticos en el mundo, la reunión no ha intentado proponer un único método, sino indicar los factores fundamentales que había que considerar en el contexto concreto de cada país".

Un conjunto de conferencias intergubernamentales de carácter regional sobre esta cuestión tomó el relevo en África, Asia y América Latina. La más importante fue la que organizaron los latinoamericanos en San José de Costa Rica, en 1976.²³ De allí salió una definición más precisa del concepto: "Las políticas de comunicación constituyen conjuntos coherentes de principios y de normas destinados a trazar orientaciones generales para los órganos y las instituciones de comunicación dentro de cada país. Proporcionan un marco de referencia para elaborar estrategias nacionales desde la perspectiva de una implantación de infraestructuras de comunicación que tendrán una función que cumplir en el desarrollo educativo, social, cultural y económico de cada país. Aun cuando no se formulen explícitamente, ya existen, en numerosos países, políticas nacionales de comunicación que representan la culminación de un proceso de cooperación y de negociación entre varios socios: los poderes públicos, los medios, las organizaciones profesionales y el público, que es el usuario final."²⁴ El tema de la *política de comunicación nacional* venía siendo objeto de discusión desde hacía unos cuantos años, muy especialmente en países como Venezuela, donde gobiernos democristianos y socialdemócratas aseguraban un régimen de alternancia y donde investigadores y representantes de la sociedad civil ya habían elaborado, de común acuerdo, los principios de una política en este ámbito para su país.²⁵ El objetivo perseguido por los participantes en la Conferencia de Costa Rica consistía, precisamente, en encontrar fórmulas de políticas

²³ UNESCO, *Intergovernmental Conference on Communications Policies in Latin America and the Caribbean, Final Report, San José (Costa-Rica), July 12-21, 1976*. París.

²⁴ L.R. Beltrán, "Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos". *Nueva Sociedad*, Caracas, núm. 25, julio-agosto, 1976, p. 14. [El fragmento citado ha sido traducido de la versión francesa.] Véase también, bajo la dirección de M. Tehranian, *Communications policy for national development*, Londres. Routledge & Kegan, 1977.

²⁵ O. Capriles, *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela*, Caracas, Ininco-Universidad Central de Venezuela, 1976.

que protegiesen al ciudadano, a la vez, de la eventual arbitrariedad del Estado y de la miopía del mercado. Se trataba, sobre todo, de introducir en paisajes audiovisuales entregados a una salvaje lógica mercantil, un correctivo inspirado en la filosofía del *servicio público*.

La reacción de los mundillos locales y regionales de negocios apenas si se hizo esperar. Y los mismos grupos de presión que se alzaban contra el principio de un nuevo orden internacional de la información los apoyaron, interpretando esta propuesta de control público como una estratagema más para afianzar el control del Estado sobre la libertad de expresión. Muy pocos Estados tomaron la iniciativa de impulsar estos principios que sólo intentaban que se admitiera que la comunicación no era una actividad comercial como las demás. Las propuestas de asociar a los ciudadanos —especialmente mediante consejos representativos de la pluralidad nacional— a una reflexión sobre el lugar de los medios en el desarrollo social cayeron en el olvido, incluso en aquellos países en los que las autoridades más se habían mostrado partidarias de una reestructuración democrática de los medios de comunicación. En cuanto a los Estados autoritarios que, como Brasil, Corea del Sur o Indonesia, se eternizaban en el poder desde hacía años, cuando no décadas, no habían tenido necesidad de que naciera el concepto de *política de comunicación* para dar el último toque a una política de censura de la información, de los medios, y también de cualquier forma de expresión pública de los ciudadanos, en nombre de la seguridad nacional o en defensa de la moral y de las buenas costumbres.

*Las ambigüedades de la investigación funcional**

Con independencia de sus repercusiones operativas, los debates sobre la función reglamentadora del Estado pusieron de manifiesto que había posibilidades de plantear la relación investigación crítica-investigación funcional-formulación de una política de forma distinta a la, cómplice del *statu quo*, imaginada por de Sola Pool.

* El término *expertise*, dentro del contexto en que lo sitúa el autor, carece de equivalente preciso en castellano. La opción escogida parece la más adecuada, en la medida en que, a la vez que se deslinda de la investigación crítica, evita las confusiones que supondría recurrir a expresiones como *i. administrativa*, *i. operativa* o, por supuesto, *i. comercial* y sugiere su esencia, es decir, su finalidad práctica (y, por lo general, lucrativa). [r.]

Numerosos investigadores que estuvieron implicados en el reto de estas políticas de democratización de la comunicación, se atrevieron a plantear en sus propios países estas famosas preguntas de naturaleza *filosófica* que tanto temor le infundían al sociólogo del MIT. Para ellos, uno de los problemas esenciales planteados por la elaboración de una política era, precisamente, la falta de autonomía de los organismos de estudio existentes, lo cual dificultaba la realización de investigaciones que se apartaran de los caminos trillados por los esquemas bipolares y que no fueran en el sentido de la legitimación de las posiciones del Estado o del sector privado. “En el tercer mundo, existen pocas instituciones de investigación que garanticen una autonomía suficiente: falta de recursos económicos, falta de recursos humanos suficientemente formados, dependencia política, en ciertos casos, de las instituciones respecto de los gobiernos e, incluso, censura o control ideológico de la investigación; influencia de las fundaciones, de los gobiernos y de las instituciones que patrocinan la investigación. Añadamos a esto que, en muchos países, predominan las investigaciones de carácter comercial procedentes del sector privado: *marketing*, estudios de opinión, medición de audiencia, publicidad, etc. Atrapada en esa red mercantil, la investigación crítica tiende a aparecer como una excepción [...]. También es frecuente en esos países del tercer mundo que algunas campañas se empeñen en devaluar ante la opinión pública el trabajo realizado en las universidades. Se interpreta como si fuera obra de extremistas o pensadores utópicos.”²⁶

El asunto es recurrente y su origen se remonta a 1941, año en el que Paul Lazarsfeld —al tiempo que se desmarcaba claramente del segundo polo— había enunciado el dilema investigación administrativa/investigación crítica.²⁷ Este dilema ha enmascarado durante mucho tiempo la indigencia teórica de la sociología empírica. Una sociología de la que Theodor Adorno decía, muy acertadamente, que era incapaz de “distancia epistemológica”, a fuerza de reducir la noción de “metodología” a las “técnicas prácticas de investigaciones”. La legitimación de la “investigación administrativa” también le había permitido a Ithiel de Sola Pool ahorrarse escrúpulos por sus relaciones de promiscuidad con la política de seguridad nacional de su país (en

²⁶ O. Capriles, “From national communication policies to the new international information order: some lessons for research”, *op. cit.*, pp. 34-35.

²⁷ P.F. Lazarsfeld, “Remarks on administrative and critical communication research”, *Philosophy and Social Sciences*, vol. 9, 1941.

el preciso momento en que fustigaba a los otros en nombre de la sacrosanta neutralidad del científico!

No obstante, a finales de los años setenta, el interrogante acerca de esta línea de demarcación estaba, más que nunca, en el orden del día, y no sólo en el tercer mundo. El informe redactado en 1977 por Elihu Katz, a petición de la BBC, lo corroboró.²⁸ La televisión británica había solicitado, en efecto, un informe de este sociólogo para diseñar los objetivos prioritarios de su política de investigación.

El informe Katz señalaba un cambio en la investigación-informes al servicio de un dispositivo institucional de televisión. Y es así como lo entendieron los numerosos investigadores británicos y norteamericanos que no dejaron escapar la ocasión de pasarlo por la criba de sus apreciaciones críticas. A grandes rasgos, el informe, de hecho, no hacía más que reciclar los eternos temas de investigación centrados alrededor de los *efectos* de los medios sobre las audiencias sin plantearse jamás el porqué ni el cómo de cuanto aparece por la pequeña pantalla.²⁹ Del mismo modo que jamás se arriesgaba a explicitar su visión sobre la relación entre televisión y sociedad, televisión y estratificación social, televisión y psicología de grupo, televisión y cultura; al escenificar un teatro habitado por sombras, Katz jamás consideraba que la historia y las intenciones del observador fueran parte interesada en la historia y en el sentido de lo que se observa.³⁰ No es de extrañar, pues, que el veredicto de sus colegas haya sido implacable: "Las propuestas han sido desarrolladas para coincidir con los criterios previamente fijados por la BBC."³¹ Y, efectivamente, es esta función de legitimación de una toma de decisión la que inquietaba a cuantos tomaban conciencia del salto cuantitativo y cualitativo que estaba experimentando la investigación crítica-investigación funcional.

²⁸ F. Katz, *Social Research on Broadcasting: Proposal for Further Development (Report to the British Broadcasting Corporation)*, Londres, BBC, 1977.

²⁹ J.D. Halloran, "Further development –or turning the clock back?", *Journal of Communication*, vol. 28, núm. 2, primavera de 1978.

³⁰ J.W. Carey, "The ambiguities of policy research", *Journal of Communication*, vol. 28, núm. 2, primavera de 1978.

³¹ *Ibid.*

Crisis del Estado federador

La estrategia industrial en materia de tecnologías de información y de comunicación: ¿un elemento esencial de las *políticas de comunicación*? Raras son las autoridades públicas que, a lo largo y ancho del mundo, se han planteado la pregunta o han podido permitirse el lujo de plantearla. La Francia de principios de los años ochenta pudo intentar resolverla porque el Estado seguía teniendo la mayoría en las empresas electrónicas. En 1978, el informe de Simon Nora y de Alain Minc había señalado a las tecnologías de información y de comunicación como medio de *salida de la crisis* y había propuesto una estrategia estatal voluntarista. Sin embargo, habrá que esperar a 1981 para que el gobierno francés, después de la primera elección de François Mitterrand a la presidencia de la República, empiece a elaborar los principios de una política industrial en armonía con este objetivo. Fue el papel que le correspondió a la *rama electrónica*.

Para garantizar un futuro de independencia tecnológica, Nora y Minc habían propuesto elegir una política sectorial. Los nuevos poderes públicos partirán de otro postulado, el de la interdependencia de los diversos sectores de la electrónica y, por tanto, la consiguiente imposibilidad de apostar por uno o varios sectores y la necesidad de jugar sobre la rama en su conjunto.³² El concepto de *rama* pretendía designar el proceso de unificación que entrelazaba a los once sectores de la industria electrónica (componentes, electrónica para el gran público, informática, burótica, lógicas y bancos de datos, productiva o automatización de la producción, electrónica médica e instrumentación científica, telecomunicaciones, electrónica profesional, electrónica de los armamentos, tecnologías espaciales). Si cada uno de estos sectores podía tener su propia lógica, ninguno podía entenderse sin ese progresivo tejido de interdependencias.

Este diagnóstico sobre la convergencia tecnológica, soportada por la digitalización y la homogeneización de los componentes, ordenaba la reorganización de la rama en su conjunto. Había llegado la hora de suprimir los compartimientos. El papel federador del Estado resultaba determinante. De hecho, la estrategia francesa, aprovechaba, a su manera, las enseñanzas de la experiencia japonesa en materia de organización, cuyo éxito industrial le debe mucho a las incitaciones

³² Ministère de la Recherche et de la Technologie, *Extraits du rapport de synthèse de la mission filière électronique*, sous la présidence de A. Farnoux, Paris, marzo, 1982.

del ministerio de la Industria y del Comercio Internacional (MITI). Derribar los compartimientos significaba establecer un nuevo esquema de relaciones: entre el sector público y la empresa privada, entre industrias de un mismo sector (con el fin de evitar la competencia franco-japonesa), entre firmas nacionales y filiales de las sociedades multinacionales. Por último, esto implicaba replantear las estrategias de innovación garantizando la fluidez de las transferencias horizontales de tecnologías: estrechar los lazos entre industria y universidades, entre equipos de investigación públicos y privados, para integrar la concepción y la comercialización del producto, asociando los eventuales usuarios a los procesos de innovación.

¿Dónde se situaban las incertidumbres de esta estrategia? Medios financieros limitados, el tiempo necesario para garantizar un incremento del saldo exterior, con la aleatoriedad de la aceptación social y cultural de las nuevas tecnologías. Un requisito indispensable para alcanzar el éxito consistía en situarse decididamente en el plano europeo, con el fin de ampliar los recursos puestos en práctica y el campo de negociación de las condiciones de la competencia con los grandes interlocutores: Japón y Estados Unidos.³³ Pero el entorno económico no ha estado a la altura de las esperanzas. En diez años, el déficit comercial de la rama electrónica europea se multiplicó por veinte.³⁴

A las dificultades para construir un espacio europeo económico, cultural y social, al desafío lanzado por el auge de las firmas japonesas, a las imposibilidades de cruzar entre sí a grupos holandeses, franceses, británicos o alemanes, con vocación transnacional, por encima de todo, se sumó, en el caso de Francia, el golpe de gracia que supusieron, para la *rama electrónica*, las medidas adoptadas por el gobierno neoliberal de alternancia, apenas cuatro años después de la confirmación oficial del concepto: desnacionalización y fin del papel federador del Estado.³⁵

³³ J. Barreau, *et. al.*, *La filière électronique française. Miracle ou mirage?*, París, Hatier, 1986.

³⁴ A. Farnoux, *L'électronique dans le monde: Positions 1989-Prospectives 1995*, París, Electronics International Corporation, noviembre de 1990.

³⁵ J. Barreau y A. Mouline, *L'industrie électronique française: 29 ans de relations État-grupos industriels (1958-1986)*, París, LGDJ, 1987. Para un estudio comparativo Francia-Gran Bretaña, en materia de políticas de comunicación e industrial, véase: J. Tunstall y M. Palmer, *Liberating communication. Policy making in France and Britain*, Londres, Basil Blackwell, 1990.

Reflexión desengañada de Éric Le Boucher, uno de los iniciadores de la noción de *rama electrónica*: "El informe Nora-Minc ha sido escrito en la época en que los valores de la izquierda ocupaban en Francia la primera fila del escenario ideológico. Intentaba dar una visión amplia, política, del acontecer. Unos años después, las cosas habían cambiado. El *pragmatismo* expulsaría a la reflexión. A la izquierda, el esqui ma llegaría a ser el mismo que a la derecha: cuanto más se informatiza el país, más se moderniza, más posibilidades tiene de *ganar*, frente a los otros en la crisis [...]. Decir que *el ordenador no es más que una herramienta* como recalcan los turiferarios de la *modernidad*, equivale a apartar deliberadamente cualquier pensamiento sobre la herramienta en sí [...]. En resumen, a aprobar, sin matices, la difusión del medio frío de una modernidad sin proyecto."³⁶

La desreglamentación y la globalización iban definitivamente viento en popa. La *modernización* se vislumbraba como línea de horizonte. Una noción a la que, a pesar de la acumulación crítica de las anteriores décadas, el sociólogo Alain Touraine —a quien se debe la importación en Francia, a finales de los años sesenta, del concepto de *sociedad postindustrial*— se apresuraba a calificar de liberadora:³⁷ "La sociedad francesa ya no está formada por clases sociales: se reparte en tres grandes categorías, definidas por su relación con la modernización [...]. Hemos aquí liberados de todo proyecto de sociedad, de todo lo que ocultaba una realidad vivida que ya sólo nos llegaba a través de la voz de algunos cantantes y de algunos payasos. La política, por fin, ha sido des-construida. Estamos en el postliberalismo como en el postsocialismo."³⁸

Con la modernidad sin proyecto, se esfumaba del discurso gubernamental un conjunto de referencias introducidas en la representación estatal de la comunicación internacional en el breve periodo en que todo aún parecía posible para un replanteamiento de las correlaciones mundiales de fuerza. Periodo que coincide con la Conferencia de Cancún sobre las relaciones Norte/Sur y la Conferencia Interna-

³⁶ E. Le Boucher, "Le média froid de la modernité", *Le Monde*, 7 de enero de 1986, p. 36. Del mismo autor, en colaboración con J.H. Lorenzi, *Mémoires volées*, Paris, Ramsay, 1979.

³⁷ A. Touraine, *La société post-industrielle*, Paris, Seuil, 1969 [ed. esp.: *La sociedad postindustrial*, Barcelona, Ed. Ariel, 1971].

³⁸ A. Touraine, "D'un coup de pied, le plongeur...", *Le Monde*, 30 de diciembre de 1986, p. 2 (Página "Débats").

cional sobre la políticas culturales de México —organizadas, ambas, en 1982— donde el ministro francés de Cultura, Jack Lang, se granjeó las iras de la delegación estadounidense, a raíz de un discurso en el que fustigó el *imperialismo cultural*.

En la estela de estos primeros años de régimen socialista, el presidente François Mitterrand presentaba un informe titulado *Tecnología, empleo y crecimiento*, en la cumbre de los países más industrializados celebrada en Versalles en junio de 1982. Denunciaba, sin ambigüedades, la amenaza que la concentración financiera, industrial y geográfica de la información en manos de algunos países dominantes hacía recaer sobre la “memoria” y sobre las “libertades de pensar y de decidir”, y expresaba su alarma ante el riesgo de “uniformización de las culturas y de las lenguas”. El jefe del Estado, haciendo suyos los temas y los conceptos de *nuevo orden mundial de la información*, de *codesarrollo* y de la transferencia de tecnología, proponía una *Carta mundial de la comunicación*, con el fin de “garantizar a los países del Sur los medios para controlar sus medios de comunicación y los mensajes que transportan” y de “proteger la soberanía de los estados y su integridad cultural amenazada por las nuevas tecnologías”.³⁹ En resumen, este discurso que se atrevía a poner en entredicho un modelo de crecimiento y sus lógicas de exclusión, contrastaba con el de sus socios en el club de las siete potencias industriales que, en aquella época, no era aún el *directorio del mundo* en el que se convertirá menos de diez años después.

³⁹ F. Mitterrand, *Technologie, emploi, croissance*, París, La Documentation Française, 1982.

10. EL INFLUJO DE LA GEOECONOMÍA: LA BÚSQUEDA DE LA CULTURA GLOBAL

La guerra económica

En su *Carta a todos los franceses* de abril de 1988 —que debía hacer las veces de programa para su segundo septenio—, François Mitterrand escribía: “Consideremos la economía mundial: auténtico campo de batalla en el que las empresas se enfrentan en una guerra sin cuartel. No se hacen prisioneros; quien cae, muere. A semejanza de la estrategia militar, el vencedor siempre se inspira en reglas sencillas: la mejor preparación, los movimientos más rápidos, la ofensiva en el terreno del adversario, buenos aliados, la voluntad de vencer”. Este discurso marcial está en sintonía con los vientos que han soplado sobre los años ochenta.¹ “Clausewitz en ayuda del marketing”, “guerra de las prensas”, “oficial del nuevo conflicto mundial”, “movimientos psicológicos de las imágenes de oferta”: algunas expresiones espigadas en diversos tratados de estrategia y revistas financieras, índices, entre otros, del zafarrancho de combate alrededor de la empresa, encargada de continuar lo político por otros medios en el teatro de las operaciones mundiales. No es preciso decir que esta semántica agresiva de los nuevos oficiales y oficianes de la guerra económica parecerá irrisoria e impúdica cuando estalle la guerra del Golfo.

En todas las latitudes, el actor-empresa ha aumentado su visibilidad. No sólo en las grandes plazas financieras mundiales, sino también en las estanterías de los libros más vendidos. Por su primer libro, el norteamericano Thomas J. Peters, gurú de la nueva religión empresarial, se embolsó cerca de dos millones de dólares en concepto de derechos de autor.² En Francia, el más importante de los editores especializados en este tipo de literatura publicaba, en 1989, un cente-

¹ Véase Mattelart A., *L'Internationale publicitaire*, París, La Découverte, 1989 [ed. esp.: *La internacional publicitaria*, Madrid, Fundesco, 1990, trad. Gilles Multigner].

² T.J. Peters y R. Waterman, *In search of excellence*, Nueva York, Warner Books, 1982. Acerca del boom editorial en lengua inglesa, véase el informe publicado por *Business Week*, 20 de enero de 1986, con el título “Business fads: What's in —and out—”.

nar de obras al año, frente a diez en la década precedente. Una literatura de circulación transnacional destinada a un público que ha superado ampliamente al de los ejecutivos ha unido entre sí a los adeptos de la nueva doctrina de la empresa. Una doctrina difundida por todas partes, en los mercados interiores, por los nuevos suplementos que se ocupan del tema en los grandes periódicos y por nuevas revistas, de cabeceras evocadoras: *Défis, Challenge, Dynasteurs...*

Jugando con las palabras, diremos que se ha pasado de la hegemonía de la razón de Estado a la supremacía de la razón social. Las normas y las referencias del Estado-providencia, del servicio público y del juego condicionante de las fuerzas sociales han cedido, tendencialmente, el sitio al interés privado y al libre juego de las fuerzas del mercado. No es que el Estado tienda a desaparecer o a perder su monopolio de la regla general. Ni, tampoco, que estos dos regímenes de verdad sean impermeables el uno al otro, ni mucho menos. Pero el hecho de que la empresa y la libertad de emprender se hayan convertido en el centro de gravedad de la sociedad ha redistribuido las jerarquías, las prioridades y el papel de los otros actores. En resumen, lo que ha cambiado es el modo, en su conjunto, de producir el consenso, de fraguar la voluntad general.

“El campo de la ciencia de la dirección —escribía el sociólogo Michel Vilette, en 1988—, ha contaminado todos los segmentos de la sociedad hasta ser considerado como modelo cultural universal.”³ No sólo la empresa se ha convertido en un actor de pleno derecho en la ciudad, que se expresa cada vez más públicamente y que interviene políticamente en el conjunto de los problemas de la sociedad; sino que sus reglas de funcionamiento, escala de valores, y formas de comunicar han impregnado progresivamente todo el cuerpo social. La lógica de la dirección se ha constituido en norma de gestión de las relaciones sociales. Los esquemas de comunicación ya experimentados por este protagonista del mercado, se han apoderado del Estado, corporaciones locales y asociaciones. La cartera de ofertas de servicios de la comunicación profesional se ha enriquecido con nuevos clientes y nuevas competencias. Y la propia definición de comunicación ha ganado un nuevo segmento de problemáticas.

Este proceso de aparición social del actor empresarial y de sus referencias está alimentado por la desreglamentación, a la vez que la

³ M. Vilette, *L'homme qui croyait au management*, Paris, Seuil, 1988.

alimenta. Esta va mucho más allá de la liberalización o de la supresión de reglamentos y de leyes que coartaban la libertad de emprender. Más allá de la *fluidificación* de los circuitos de las finanzas, de los transportes, de las telecomunicaciones, de los medios audiovisuales. El proceso de desreglamentación sólo puede interpretarse como la promoción de otro principio de organización social, otro modo de relacionarse los individuos, los grupos, las sociedades y los Estados-naciones. También es otra forma de hacer teoría y de pensar, o no pensar, la sociedad.

Empresa y libertad de empresa; pero también se trata de un verdadero culto de la empresa, rayano con lo religioso. Hasta el punto que muchas firmas han confundido sus deseos con la realidad: su *proyecto de empresa* con la democracia salarial, el discurso sobre la nueva comunicación interna de la empresa con el advenimiento de la participación y de la movilización, las nuevas formas de autoorganización con los nuevos medios de la realización personal.

Con la consagración de la iniciativa empresarial, han empezado a hacerse oír otras voces en el campo de los saberes y del saber-hacer de la comunicación. Si bien, durante los años sesenta y setenta, el Estado y sus altos funcionarios, así como los círculos académicos, han producido de forma cuasiexclusiva el discurso sobre la comunicación, proponiendo conceptos y protocolos de acción, durante la década de los ochenta, en cambio, los actores de la investigación funcional destinada al mercado han invadido progresivamente el campo. Incluso si la connivencia entre la Universidad y la investigación funcional no se remonta a este decenio, es un eufemismo decir que las pasarelas se han multiplicado notoriamente y que, incluso fuera de este intercambio, circulan alrededor de la comunicación cada vez más nociones que son emitidas por la propia empresa o sus redes. Además, cabe prever, legítimamente, que este fenómeno de colisión frontal entre *saber práctico* y *saber teórico* —si es que esta distinción aún conserva realmente algún sentido— no hará más que aumentar. La liberación de los flujos significa la aceleración de la circulación de los flujos de saber en todos los sentidos, incluido el saber teórico.

Esta multiplicación de encrucijadas y encuentros se produce, a menudo, en detrimento del sentido y de la distancia epistemológica, tal y como lo demuestran, de forma elocuente, algunos intentos contemporáneos de teorización de la acción de dirección. Con el argumento de autoridad que confieren las innumerables referencias a Jacques Derrida, Michel Foucault, y Jean-François Lyotard, nos

explican el nacimiento de la *empresa posmoderna*. La empresa de los años ochenta se convierte en esa entidad inmaterial, figura abstracta, universo de formas, de símbolos y de flujo de comunicación donde se diluye el envite de la reestructuración de la economía mundial y de la redistribución de las dependencias y de las jerarquías en el planeta.⁴ Ya no quedan huellas del famoso modelo del nuevo dispositivo de control, ese *Panóptico* del que Foucault se ha convertido en arqueólogo, sino sólo un mundo vaporoso de flujos, de fluidos y de vasos comunicantes que evolucionan en unas “estructuras disipativas”.⁵

Lo global: un modo de gestión

El espacio de la organización de la producción y de la comercialización se ha extendido al espacio del mercado-mundo. Global y globalización: ambas nociones —traducción literal de los términos ingleses— se han impuesto a los vocablos internacional e internacionalización.

La nueva fase de la expansión de las firmas con vocación mundial deja atrás otras cuatro. La firma, al principio, se conformó con exportar a través de una red de distribuidores y de proveedores locales. A continuación, construyó sus propias redes de comercialización. Después, y aun cuando, para lo esencial, permanecería establecida en el país donde estaba su cuartel general, empezó a instalar sus propias fábricas, su propia red de ventas y de *marketing* en ciertos mercados y en ciertas economías extranjeras que consideraba claves. Por último, se ha afincado en los paisajes industriales nacionales, aceptando incluso, a veces, descentralizar sus centros de investigación y desarrollo. Esta historia, sin embargo, ha sido mucho menos lineal de lo que parece. Porque estas diferentes fases han sido recorridas más o menos rápidamente, por no decir claramente saltadas, por las diferentes ramas de la industria y de los servicios. Esta historia de la expansión internacional de las empresas es, pues, asíncrona, y seguirá

⁴ A título de ilustración: F. Carmagnola, “Estetica e organizzazione”, *Sviluppo e organizzazione*, Milán, noviembre-diciembre de 1989; R. Cooper, “Modernism, post-modernism and organizational analysis: The contribution of Jacques Derrida”, *Organizational Studies*, Nueva York, 1989, vol. 10, núm. 4.

⁵ Para una visión cáustica de los usos de los nuevos paradigmas en el ámbito de la economía, véase C. Durand, “Paradigmes sans rivages”, *Les Papiers*, primavera-verano, 1989, núm. 5, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.

siéndolo durante mucho tiempo, en la medida en que la vocación de firma-mundo no alcanza de la misma manera a cada empresa. Incluso, si las sociedades industriales y comerciales en la vanguardia del nuevo modo de internacionalización y de organización constituyen, de forma evidente, polos de excelencia para las demás.

Una de las circunstancias previas a la transición ha consistido en la gigantesca expansión que acreditan las OPA (Ofertas públicas de adquisición), las alianzas transnacionales y las megafusiones de los años ochenta. Tres fueron las consignas de la década a las que se ajustaron: las economías de escala (cómo producir más barato); el poder de escala (cómo lograr una mejor gestión, gracias a la acumulación de las redes, de los sistemas de información, de los talentos); las economías de envergadura (ahorro de costos, produciendo varios productos distintos dentro de una misma rama o la diversificación dentro de la estandarización).

En el sector de la publicidad y de los medios, se ha constituido, en el curso de esta expansión, el coto cerrado de las nuevas redes planetarias de agencias, así como el zócalo de los nuevos grupos *multimedia*, procedentes, sobre todo, de Europa occidental, Australia y Japón. En esta subasta, que cruzó el Atlántico y en la que se hicieron con firmas estadounidenses, estos recién llegados provocaron la megafusión del siglo: la alianza entre los gigantes norteamericanos Time y Warner. La comunicación dio la impresión de ser un sector muy rentable y la Bolsa contribuyó a su meteórico ascenso. Hasta el día en que el hiperendeudamiento, para los unos y para los otros, la inversión de la coyuntura y las fluctuaciones del mercado publicitario han debilitado a las megarredes publicitarias y a las empresas mediáticas.

Fuera de estos intérpretes, procedentes de los grandes países industriales, dos protagonistas arraigados en el Sur emergieron como actores *multimedia* en el mercado mundial: Brasil y México. Se trata de grupos muy específicos, ya que no esperaron a la apertura oficial de la desreglamentación para constituirse, habiendo surgido en un contexto de capitalismo salvaje, donde la desreglamentación es una partida de nacimiento.

La década, que asistió al auge del gigantismo en el seno de una industria estimulada por su propio discurso sobre su crecimiento exponencial, terminó, para los inversores, y sobre todo para los bancos, en la incertidumbre. En cuanto a los efectos de las *sinergias industriales* y del poder de escala, las estrategias de diversificación,

multimedia o multiservicios, anunciados a bombo y platillo por lo candidatos a la *empresa global de comunicación* y a la integración horizontal y vertical en todas las direcciones no siempre han dado los resultados esperados. El magnate de la prensa Robert Maxwell se desprendió de sus actividades audiovisuales, antes de hundirse en una quiebra estrepitosa, y la agencia de comunicación total Saatchi & Saatchi hubo de renunciar a fusionar en una misma cartera de ofertas de servicios, consultoría e investigación publicitaria. Son éstos algunos elementos que recuerdan el carácter caótico de la construcción de la empresa global, más de lo que daba a entender la fiebre de las pujas con motivo de la salvaje adquisición de la presa.⁶

La transmutación semántica de internacional en global se ha producido tan rápidamente que la teorización está ampliamente superada por las profesiones de fe. Y nada hace suponer que pueda alcanzarlas, debido a la presión del pragmatismo. Ésta es, en parte, la razón por la que resulta incómodo separar los análisis teóricos propuestos por especialistas en gestión; por ejemplo, de los discursos de legitimación de las grandes empresas industriales en busca de la dimensión crítica o de las agencias de publicidad deseosas de situarse en el mercado de lo transfronterizo. Y, por consiguiente, no es fácil distinguir el mito triunfalista de la globalización a ultranza, que ha de realizarse *hic et nunc*, de las realidades fragmentadas y caóticas de su realización. Esta distinción nunca fue tan patente hasta que el *Gotha* de la ciencia de la gestión —con el profesor Theodor Levitt, director de *Harvard Business Review*, a la cabeza, avaló, con sus escritos y su asesoramiento, la estrategia de construcción de la agencia global de comunicación, de origen británico, de los hermanos Saatchi. Estrategia que se desinflará en menos de tres años bajo la presión de su colosal endeudamiento y de la recesión en los mercados publicitarios de Estados Unidos y de Gran Bretaña. Sin embargo, este profesor de Harvard es, precisamente, quien, a falta de haberlo inventado, toda vez que el término ya circulaba en los departamentos de *marketing* de algunas grandes firmas mundiales desde hacía algún tiempo, ha teorizado sobre el concepto de *global* y de *globalización*.

El concepto de globalización también se debe a este proceso-matriz que es la *globalización financiera*, desarrollado en el transcurso de los años setenta y ochenta. Periodo en el que se han roto los esquemas

⁶ Véase A. Mattelart, *La internacional publicitaria*, op. cit. Véase también J.M. Charon, ed., *L'état des médias*, París, La Découverte, 1991.

de los sistemas financieros, implantados desde el final de la segunda guerra mundial, y en el que se han difuminado las fronteras entre los distintos oficios tradicionales y los sistemas nacionales. En la esfera financiera han aparecido nuevos productos, nuevos mercados, todos internacionales, de entrada, en una economía-mundo en tiempo real.

La ameba

A espacio global, gestión total, o, mejor aún, gestión *holista*. Término extraño en castellano —figura en diccionarios de filosofía y enciclopédicos— pero muy usual en inglés. Término, también, que remite al *holismo*, o teoría según la cual el todo es algo más que la suma de sus partes.

Cuatro observaciones fundamentan el enfoque global de Levitt: el mundo se convierte en una *aldea global*; la dimensión del mercado ya no es nacional, sino mundial; prevalece el modo de vida urbano; se observan tendencias predominantes (desarrollo del individualismo, norteamericanización de la juventud, emancipación de la tercera edad, etc.). De estas observaciones surgen tres hipótesis: homogeneización de las necesidades, bajo la presión de las nuevas tecnologías; competencia a través de los precios (los consumidores están dispuestos a sacrificar preferencias específicas para disfrutar de productos baratos y de bastante buena calidad); economía de escala (la estandarización facilitada por la homogeneización de los mercados mundiales permite la reducción de los precios de costo). Y esto es lo que recomienda a las empresas el profesor norteamericano: cread un producto único para todo el mercado mundial, comercializadlo a un único precio, el más bajo posible, haced su promoción de igual forma en cada uno de los países y utilizad en cualquier sitio los mismos circuitos de distribución. En resumen, *a grosso modo*, imitad a las firmas como Coca-Cola, una de las únicas que, en la realidad, sigue una estrategia de esta naturaleza.⁷ Esta teoría de la homogeneización de las necesidades, de los mercados y de la estandarización de los productos ha sido objeto de numerosas críticas por parte de quienes piensan que el mundo, muy al contrario, está diferenciándose y que es necesario volver a la definición original del término *marketing*, que

⁷ T. Levitt, "The globalization of markets", *Harvard Business Review*, junio de 1983.

es la de segmentar el mercado en función de las diferencias que lo recorren.

La globalización es un asunto interno y externo. Es un modo de organización de la firma y un modo de relacionarse con el espacio-mundo. Para describir este nuevo modo de organización, la literatura económica recurre a la metáfora, al holograma, a la ameba y, la mayoría de las veces, al lenguaje de la biología. La empresa y el mercado-mundo son tratados a través del prisma del organismo vivo.

A través de estas metáforas, hay que entender, en primer lugar, el fin de la rigidez de las jerarquías en el seno de las empresas, la decadencia de las formas de autoridad piramidal heredadas de las concepciones militares de los directivos procedentes de la segunda guerra mundial, donde la retención de la información era fuente de saber-poder y donde todo funcionaba mediante la sanción, mediante el castigo. Su contrapunto es la aparición del modelo de gestión en red. Red de información y de comunicación, donde el personal está implicado y se siente responsable de la creación y realización de los objetivos, donde la crítica positiva busca la armonía de las redes de interacción, captando la innovación, informal y espontánea, la creatividad de los empleados: la apropiación de un saber y de un saber-hacer y su permanente reinversión en la organización. Como decía el principal responsable de Gannett, uno de los grupos de prensa más dinámicos de Estados Unidos: "Quiero que cada uno de mis periodistas se transforme en su propio director y vendedor."* Dentro de la profusión de neologismos que ha acompañado al *boom* de los *best-seller* sobre dirección, una noción resume este cambio: el *intra-presario*** A la separación de las tareas del fordismo, se opone esta nueva norma: la capilaridad de la función directiva, su difusión en el cuerpo de la empresa. Y como el empleado es una parte del todo, también es portador del todo.

La globalidad como modo de gestión de la firma sólo tiene sentido si se relaciona con el modo de inserción de la empresa en la economía-mundo y el mercado-mundo. Ahí también, la empresa obedece al esquema relacional. La gestión de la producción, del *marketing* y de la

* *Manager* y *marketer*, respectivamente en el original [T.]

** Puestos a neologismos, al traductor no le queda más alternativa que permitirse esta osadía para intentar dar cuenta del que acuña el autor (*intrapreneur*). *Entref-preneur*, literalmente, *emf-preneur*, tiene, entre otras acepciones, la de *emf-presario*. El lector inteligente (¿y cuál no lo es?), a estas alturas, ya se habrá percatado del juego semántico, sin que sean necesarias más precisiones. [T.]

investigación-desarrollo, es la de la empresa tramada, conjunto de redes internas dentro de la firma e interconexión con redes externas. La prueba está en el peso que representan las redes de las empresas en los flujos transfronterizos de datos: el 90 por ciento, según una estimación que data de 1987.⁸ Las empresas dependen de estos flujos en cinco niveles: los sistemas de coordinación planificada de la producción; los sistemas financieros; los sistemas de ingeniería; los sistemas de ventas y de servicios al consumidor; los sistemas de gestión del personal. Alimentada por un incesante flujo de informaciones, la empresa-red abandona sus estructuras verticales y centralizadoras para adoptar contornos fluctuantes. Como lo demuestra, por ejemplo, el recurso, cada vez más frecuente, a la subcontratación que, a su vez, también puede subcontratar. La red se transforma y se regenera constantemente.

Este modo de organización sitúa a la empresa en la primera fila de clientes de servicios integrados de comunicación (radio, televisión, visiófono, mensajería vocal, transferencia de datos informáticos, telefax, etc.), que abren el camino a la unificación de los sistemas a través de las redes normalizadas como la RDSI (RNIS, en francés, ISDN, en inglés) o Red Digital de Servicios Integrados. Una conexión transportable debería permitir que el destinatario abonado pudiera recibir los mensajes polimorfos que le fueran transmitidos desde cualquier lugar del planeta conectado con la red.

Sólo coproductores

A la distribución jerárquica de las tareas y de los poderes en la empresa tayloriana, le correspondía una sedimentación de los espacios. Lo local, o nacional, lo internacional se representaba como etapas, impermeables una a otra. El nuevo esquema de representación de la empresa-red-mundo propone un modelo de interacción entre estos tres niveles. Cualquier estrategia en el mercado-mundo debe ser, a la vez, local y global. Es lo que los gestores japoneses expresan mediante el neologismo *glocalize*.

⁸ J. Becker (bajo la dirección de), *Transborder data flow and development*, Bonn, Friedrich-Ebert-Stiftung, 1987. Véase también la aportación de los geógrafos en H. Bakis (bajo la dirección de), *Communications et territoires. Communications and territories*, París, La Documentation Française, 1990.

Primer elemento, la creación de una cultura de empresa adecuada. El modelo de organización horizontal supone la creación o el fortalecimiento del sentimiento de pertenencia a la empresa por parte de los asalariados. En la firma-mundo, la cultura de empresa, en cuanto forma de compartir valores, creencias, rituales y objetivos, tiene por misión realizar la imposible alianza entre lo local y lo global. Esta cultura, hablando con propiedad, ya no es situable en un territorio: es una mentalidad. Una vez enunciado este objetivo, los nuevos gestores son más bien parcos en precisiones. Como mucho, algunas recomendaciones: no permitir que la identidad nacional se imponga a la identidad global; recurrir a nacionales, promoverlos a puestos de responsabilidad en la gestión internacional; estructurar planes de carrera multi-países y no castigar a quienes se expatrian; multiplicar los motivos de desplazamientos al extranjero; reafirmar, en una política de comunicación coherente, los objetivos de la estrategia global de la empresa.⁹ Un nivel ausente en esta mística de la identidad y de la cultura de la empresa en la vanguardia de la economía-mundo: el nivel individual y familiar. El tiempo de la gestión global desestructura completamente la noción de tiempo disponible, con repercusiones nefastas en la vida familiar o en el equilibrio nervioso de los empleados. En cuanto a los excluidos o a los nuevos apátridas del patriotismo de la empresa, productos de la trivialización del trabajo precario, no comparten el discurso de adhesión *todo por la empresa*.

Segundo aspecto de la combinatoria: la descentralización de ciertas decisiones. Si, más que nunca, le corresponde al centro tomar las decisiones de gestión global a propósito de las cuestiones estratégicas, de los productos, del capital y de la investigación; si, más que nunca, la sede constituye la cabecera de la red y es el nudo de la recogida y de la distribución de la información, la *descentralización del centro* es de rigor, en beneficio de las unidades locales. Su poder es el de decidir cuestiones tácticas como el *marketing*, el embalaje y la publicidad; a menos que tenga que ver con las variaciones de un producto estandarizado *básico*.

El papel atribuido a la publicidad y al marketing en el establecimiento del vínculo entre lo local y lo global es, precisamente, un punto decisivo de la estrategia de globalización. Porque, según lo explica Kenichi Ohmae, responsable de la filial japonesa del gabinete de

⁹ Véase, en particular, G.S. Yip *et al.*, "How to take your company to the global market", *Columbia Journal of World Business*, invierno de 1988.

estudios McKinsey, y que se ha convertido en uno de los teóricos de la globalización que más suenan: "El sistema de valores de la firma global es universal, y ya no está dominado por el dogma del país de donde procede. Se aplica en todas partes. En un mundo unido por la información en el que los consumidores, poco importa donde vivan, saben qué productos son los mejores y los más baratos, el poder de escoger o de rechazar está en manos de los consumidores, y no en el bolsillo trasero de monopolios privilegiados y adormecidos como lo eran las multinacionales de la otra época."¹⁰

Esta vuelta al consumidor —siempre según el experto nipón— resulta aún más necesaria, toda vez que esta proximidad se contrapone a las *fuerzas centrífugas* que llevan a las acciones y a las decisiones de gestión lejos de su esfera de control, lejos de su órbita. Cuanto más se hace sentir la lógica centrífuga, "más necesidad tenéis de escapar a las rigideces del centro, a la vez que incorporáis los valores que lo modelan".¹¹

El proveedor intenta conocer cada vez con mayor precisión el deseo del cliente, e incluso ayudarlo a definirlo. Como observa Albert Bressand, especialista en prospectiva: "De la producción pura y simple se pasa a la *coproducción*: el valor añadido del producto se encuentra, cada vez más, en su adecuación, muy ajustada, a la demanda."¹² Este movimiento hacia el consumidor ascendido al rango de *coproductor* —o de *prosumidor*, según la expresión del norteamericano Alvin Toffler— obtiene así un potente auxiliar entre las nuevas tecnologías de recogida, almacenamiento y tratamiento de la información. Como lo prueba la reestructuración de la industria privada de la investigación y el prodigioso desarrollo de los estudios cruzados sobre flujos de mercancías, los flujos de programas y los flujos de audiencias que se iniciaron con las primeras aplicaciones de las nuevas técnicas del *scanner* en los supermercados. Desarrollo, también de los bancos y de las bases de datos que combinan cada vez más variables para identificar y clasificar los grupos-objetivo de características comunes. Esta evolución expresa, sin duda alguna, la creciente *taylorización* del campo del consumo. Cada vez más disciplinas, cada vez más personas se dedican a escudri-

¹⁰ K. Ohmae, "Planting for a global harvest", *Harvard Business Review*, julio-agosto de 1989, p. 139. Véase también, del mismo autor: "Managing in a borderless world", *Ibid.*, mayo-junio de 1989.

¹¹ K. Ohmae, "Planting for a global harvest", *art. cit.*

¹² A. Bressand, en *L'expansion*, 23 de noviembre-6 de diciembre de 1989.

ñar los hechos y los gestos de los consumidores con fines estratégicos. Por esta misma razón, la investigación *administrativa* ha experimentado un salto cualitativo y cuantitativo en países relativamente preservados hasta ahora de las lógicas del mercado.

Oferta a la carta/oferta estándar

Es en torno a la construcción del objetivo de las campañas publicitarias que intentan responder a las nuevas exigencias del mercado-mundo donde han cristalizado las cuestiones más reveladoras sobre las fronteras de la homogeneización.

El espacio ocupado por la industria de la publicidad y del *marketing*, se ha ampliado hasta el punto de convertirlo en un mediador insoslayable del interface con los medios. Merced, ciertamente, a avanzadas y repliegues, las agencias y los grupos se han globalizado en el sentido geoestratégico, extendiendo las ramificaciones de sus redes transnacionales. Paralelamente, ha continuado el proceso de integración de las ofertas de servicios. El fracaso de los Saatchi no puede hacer olvidar, en efecto, la lógica de diversificación de las actividades publicitarias, que se extienden mucho más allá de la publicidad mediática y abarcan sectores tan diversos como el *marketing* directo, el patrocinio, la comunicación institucional o también la actividad de los grupos de presión. Hasta tal punto que la publicidad, activada por las lógicas de la gestión directiva, tiende cada vez más a apellidarse *comunicación*, complicando todavía más la definición del campo. La desreglamentación de los sistemas audiovisuales ha añadido su parte proporcional de novedad en este paisaje publicitario, mediante la convergencia de los intereses de las grandes agencias y de los anunciantes hacia la producción de programas.

En este telón de fondo es donde se inscriben los diversos intentos de diseñar el perfil del o de los consumidores transfronterizos. Se ha abierto la veda de los universales culturales. Se apoya en las inversiones ya realizadas por la cultura de masas en el inaginario de gente perteneciente a culturas muy diversas. La creación de un mercado único de imágenes es uno de los retos de la expansión de la industria audiovisual. Pero los avatares de la construcción de una televisión paneuropea ya indican las dificultades que supone reunir ante un mismo programa y a la misma hora el mosaico de las culturas y de las lenguas. Las cadenas de este tipo ya se han desengañado. La historia,

más antigua, de la internacionalización de la prensa diaria y periódica daba a entender, desde hacía tiempo, que la internacionalización es cuestión de segmentación y de asincronismo.

La experiencia de las agencias publicitarias no dice lo contrario. Quitando los productos ya consagrados en el escenario mundializado, como Marlboro, Coca-Cola o Levi-Strauss, también ella revela que, a menudo, hay más diferencias que similitudes. Reunidos en un congreso mundial, en París, en 1989, los miembros de la Asociación Internacional de *marketing* se han despedido con la siguiente observación: existe, en efecto, una lógica predominante en la globalización de los mercados y de las economías, pero coexiste con otras tendencias que conducen a la *desmasificación generalizada* del consumo y a la eclosión de micromercados, tan palpables como la internacionalización simultánea de los macromercados de productos de gran consumo. Las lógicas de fragmentación exigirían, pues, un enfoque más matizado, que tuviera en cuenta la diferenciación de los gustos de los consumidores, al sustituirse, gradualmente, la oferta estándar por la oferta a la carta. Cuando menos, en las grandes sociedades industriales. Porque los debates no salen de este perímetro. Esta problemática de la "diferenciación dentro de la globalización" estimula la investigación de segmentos transnacionales. Es lo que se deduce de los estudios que ojean las diferencias y las semejanzas más allá de las fronteras nacionales, intentando delimitar mentalidades socioculturales, o sea, grandes conjuntos de individuos que comparten condiciones de vida, sistemas de valores, de prioridades, de gustos y de normas.

Es así como han nacido los *euroestilos* que, mientras Europa sigue buscándose una identidad, desesperadamente, proponen una segmentación sociológica de la población del viejo continente. Lo cual da una idea de la efervescencia que reina en torno a la idea de mercado único. Pero también de la superficialidad de estos estudios realizados por gabinetes más preocupados de adelantarse a sus competidores que de someter a comprobación científica sus hipótesis acerca de las identidades específicas, las diferencias y las semejanzas.

Esto también demuestra que es difícil hacer caso omiso, en el análisis de los factores que redistribuyen los espacios transnacionales de la comunicación, de las nuevas dinámicas de construcción de las vasas zonas supranacionales de intercambio comercial: el laboratorio de la Europa de los Doce, pero también el del Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estados Unidos y México, sin contar el polo que se está constituyendo en Asia, alrededor de Japón.

El banco de ensayo europeo ya ha cambiado las estrategias de las grandes empresas con vocación mundial. Uno de los retos centrales es la necesidad de encontrar un equilibrio adecuado entre internacionalización y regionalización, tanto en el plano de los principios de organización y de las estructuras como en el de la estrategia-producto. Es lo que IBM —apropiándose aquí de una noción nacida, en los años setenta, en las comisiones de expertos de las Naciones Unidas encargadas de elaborar códigos de conducta respecto de las sociedades multinacionales— denomina el desafío de la “transnacionalidad”. Primer compromiso, tímido, de IBM: su decisión de transferir desde Estados Unidos a Gran Bretaña la sede internacional de uno de sus seis sectores de actividad. Pero las estrategias de producción y de desarrollo para cada uno de estos seis sectores siguen siendo definidas en Estados Unidos.¹³ La lentitud del proceso de construcción de la “transnacionalidad” en el plano del sistema de producción hace todavía más necesaria la construcción de la transnacionalidad por la vía de los símbolos. Ahí es donde el consumidor es, efectivamente, la pieza esencial para la legitimación de la globalización de la economía. A pesar del hecho de que las representaciones del consumidor global y, a la vez, diferenciado, siguen siendo un discurso *lleno de agujeros*.

Exclusiones

En cuanto paradigma, no sólo de la empresa, sino también de la sociedad del futuro, la concepción de la globalización requiere tres observaciones.

La primera es, de alguna forma, un nuevo encuadre. El campo de la empresa, considerado como red de comunicación y de información que emite en el interior y hacia el exterior, es el lugar predilecto para la aplicación de la teoría de los sistemas. Este cuerpo teórico, que unifica las más diversas formas de comunicación y de información en torno a nociones como las de *sistema, autonomía, complejidad, etc.*, es, qué duda cabe, rico en potencialidades para captar la compleja dinámica de nuestros sistemas sociales, porque acepta cruzar los campos científicos tradicionales o nuevos (biología molecular y evolu-

¹³ C. Lorenz (*Financial Times*), “La fin du centralisme”, *Courrier International*, núm. 7, 20-26 de diciembre de 1990.

tiva, neurociencias, inteligencia artificial).

Si bien hay que tomar algunas precauciones, toda vez que la herencia ideológica del viejo proyecto positivista de la sociología del *organismo social* está muy vivo en el estudio de la comunicación. El sistemismo, en efecto, está lleno de patinazos. Veamos lo que nos dice un biólogo: "No sin aprensión, vemos como dichas nociones —que parecen autoerigir en profetas a los defensores del *nuevo paradigma*— se pervierten y se convierten en verborrea al uso, en ideología del tercer milenio, a medida que van siendo recuperadas por ciertos sectores de la empresa o de los medios."¹⁴ Todo problema social tiende a formularse en una ecuación comunicacional. Si surge una dificultad, un nudo, es que se pierde una información (filtración, canal interrumpido, entropía, etc.). Esta visión de la empresa tiene muchas implicaciones, porque entraña el riesgo de avalar los grandes desequilibrios y desigualdades que dividen al planeta. Concretamente, a través de sus teorías de autoorganización que, si bien tienen el mérito de socavar la idea y la concepción de organización piramidal de los poderes, dejan en la sombra su inevitable reverso: lo que ese mismo biólogo llama la "exo-organización", o sea, la necesaria exclusión de todo lo que es ajeno al "sistema de referencia". Ahora bien, ese mundo externo está lleno de ruido y furor, de contradicciones y conflictos. Estas eventuales desviaciones neodarwinianas son aún más preocupantes, toda vez que la concepción de la empresa se considera una nueva concepción de lo universal. Sin embargo, en la realidad, este universal es un universal que funciona en circuito cerrado. No hay ninguna ingenuidad en que Kenichi Ohmae sea, a la vez, quien, sin duda, más ha trabajado el concepto global y quien ha fijado el mundo de la economía global dentro de lo que ha bautizado como el área del "poder de la triada", es decir el área ocupada por América del Norte, Europa occidental, Japón y los nuevos países industriales de Asia.¹⁵ Teoría segregadora, pues, que no considera al 80 por ciento restante de la población mundial, sino en cuanto candidatos al modelo de consumo y al modo de vida de la triada. Único polo de referencias para definir la mundialidad. Esto suena de antes, ya que Ohmae no hace más que enlucir el viejo axioma difusionista. Del mismo modo, por cierto, que la desreglamentación no es más que la continuación,

¹⁴ G. Beney, "Travail planétaire et chômage humain", *Terminal*, París, julio-agosto de 1989, p. 21.

¹⁵ K. Ohmae, *Triad power*, Nueva York, The Free Press, 1985.

por otros medios, del viejo principio del *free flow of information*.

Guiada por este principio, la noción de autoorganización ha rimado, en el transcurso de los años ochenta, con la de autorregulación. Esta última se ha convertido en el complemento natural del proyecto de desreglamentación.¹⁶ Y así fue como, en nombre del derecho a regularse ellas mismas, y durante los debates sobre la armonización de las legislaciones publicitarias en los medios audiovisuales, las organizaciones interprofesionales (Anunciantes-agencias-soportes) pidieron a las autoridades de la Comunidad Europea que concedieran el estatuto de “nuevo derecho humano” a la “libertad de expresión comercial”. Para que no queden dudas, la libertad de rechazar los límites impuestos por la sociedad a la “puesta en funcionamiento de la esfera pública con fines publicitarios”, como hubiera dicho el filósofo Jürgen Habermas.¹⁷

La segunda observación refuerza la precedente. Sirve, en concreto, para la concepción de la empresa tal como la desarrolla un experto como Ohmae. Porque si bien esta teoría biomórfica de la organización de la empresa ha llegado a ser cosmopolita, también se amolda a las características de la cultura de quien la enuncia. Al leer las obras del teórico nipón de la dirección, en efecto, no podemos menos que quedarnos impresionados por su concepción de lo que podría denominarse la empresa-providencia. Y es a los antropólogos a los que hay que dirigirse para encontrar un principio de explicación. La sociedad japonesa tiene tendencia a asimilar vínculos de sangre y vínculos locales, y, por lo general, a identificar lo social con lo biológico, la cultura con la naturaleza. El propio vocabulario traduce la analogía entre la familia y la empresa. Los términos tradicionales *oyabun* (padre-amo) y *kobun* (hijo-empleado), por ejemplo, lo expresan directamente. El “grupismo”, que empuja a los miembros del grupo a servir los intereses de ese grupo, se ha institucionalizado en la gran empresa moderna; es la transposición, la adaptación consciente de un modelo extraído de la tradición hasta realidades no tradicionales en la que se dejaba sentir una necesidad de reglamentación. De ahí, la fuerte identificación del trabajador con la empresa. ¿Y el desviante? El que no respeta la regla del grupo queda excluido. Pero el *grupismo*

¹⁶ Véase A. Mattelart y M. Palmer, “Advertising in Europe: promises, pressures, and pitfalls”, *Media, Culture & Society*, vol. 13, núm. 4, octubre de 1991.

¹⁷ J. Habermas, *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*, Cambridge, MIT Press, 1989.

hace que la *desvianza* no sea frecuente.¹⁸

Tercera observación: el tratamiento de la crisis, es decir de todos estos acontecimientos susceptibles de desestabilizar el "sistema de referencia". Comunicante e integrada, la empresa sólo es viable si se cumplen estas dos condiciones. Sin embargo, el entorno social y económico es cada vez más movedizo y hostil: OPAS salvajes, catástrofes ecológicas, conflictos sociales, fusión, reestructuración, amenazas terroristas, sabotaje de los productos, accidentes e incidentes son otros tantos casos de libro en los que la *crisis* se concreta y exige una respuesta sin demora. Vertidos de barriles tóxicos en un río, naufragio de un superpetrolero, accidente en centrales nucleares, explosión de productos químicos, etc., otras tantas catástrofes y exponentes de lo que se ha bautizado con el nombre de "máximo riesgo tecnológico" y que han obligado a las empresas a ocuparse, durante los años ochenta, de la gestión de las crisis.

La crisis ya no consiste sólo en ese momento caliente en que la empresa ha de movilizar sus redes para atenuar el impacto del elemento disfuncional sobre la opinión pública y sus empleados. Se convierte en parte integrante de la forma de dirigir la empresa en tiempo de paz. Como afirmaba el director de comunicación de la firma Sandoz, con motivo de la catástrofe producida por el derrame de productos tóxicos en el Rin (1986), a raíz del incendio de un almacén de la firma en Basilea: "Hay que desarrollar una percepción cibernética de las relaciones públicas [...]. Para conseguirlo, las empresas tienen la obligación de reflexionar, en tiempo de paz, sobre su cultura, sobre su ética de comunicación o sobre las opciones de sus comunicadores."¹⁹ En la empresa concebida como sistema interactivo extremadamente complejo, que ha de enfrentarse con lo irracional hacia dentro y con lo imprevisible hacia afuera, la circulación de los flujos de comunicación no debe interrumpirse. La información es la vida, el flujo vital, para conservar el tono. De ahí el permanente conflicto entre la necesidad de la transparencia y el mantenimiento de una imagen. De ahí, igualmente, la dificultad para ir más allá de

¹⁸ A. Berque, "La communication intergroupale au Japon", en *Information et communication, Séminaires interdisciplinaires au Collège de France*, bajo la dirección de A. Lichnerowicz et. al., París, Maloine, 1983.

¹⁹ Véase M. Raboy y B. Dagenais, eds., *Media, crisis & democracy, mass communication and the disruption of social order*, Londres, Sage Publications, The Media, Culture & Society Series, 1992.

una transparencia entendida como algo distinto de esa lucha por la legitimidad y la credibilidad de la empresa por medio de la comunicación. Una transparencia que, de ponerse uno a soñar en voz alta, se transformaría en un amplio replanteamiento del modelo de desarrollo y de progreso y de su propensión —muy natural, todo hay que decirlo— a destruir el medio ambiente. De forma muy distinta al modo del *marketing* ecológico de la línea verde.

El auge de Japón

Fue durante la década de la geoeconomía cuando Japón accedió al segundo puesto dentro de las potencias industriales, convirtiéndose en el primer inversor y banquero de la economía-mundo. Como contrapunto, se ha confirmado la decadencia industrial de la superpotencia norteamericana. Un informe oficial sobre su competitividad en los sectores de la alta tecnología, publicado en marzo de 1991 —en el preciso momento en que acababa de terminar la muy simbólica guerra del Golfo— ha llegado a la conclusión de que, para 1995, la industria de Estados Unidos ya no estaría presente, en el escenario internacional, en quince de las noventa y cuatro tecnologías claves para el futuro inmediato (y muy concretamente en el sector de los *chips* electrónicos y de la robótica). En dieciocho de las restantes, se la considera débil. En realidad, sólo podría afrontar el reto en veinticinco tecnologías (bancos de datos e inteligencia artificial, entre otros).²⁰

Fuera de las finanzas y de la construcción de automóviles, el avance más espectacular de las firmas niponas se ha producido en la electrónica destinada al gran público, de la que aquellas controlan más de la mitad. A partir de este sector que hace de locomotora, Sony y Matsushita han dado comienzo a la unión entre equipos y programas en la hora decisiva en que se juega el destino de los distintos sistemas de televisión de alta definición (TVAD). Merced a la adquisición, a finales de la pasada década, de dos *majors* —Columbia y MCA-Universal—, los dos gigantes de la electrónica se han convertido en propietarios de la cuarta parte de los estudios de Hollywood. Los primeros años ochenta ya habían visto cómo la industria japonesa del dibujo animado desplazaba a los productores de *cartoons*. Al perder los dos

²⁰ A. Kahn, "Les technologies américaines menacées", *Le Monde*, 23 de marzo de 1991.

florones de su industria cinematográfica, los norteamericanos han tenido la impresión de que les estaban robando “una parte de su alma nacional”. Y así lo han expresado en los sondeos que acompañan el ascenso de la nipofobia. Una actitud atizada por un informe, procedente de los servicios secretos de Washington, sobre Japón en el año 2000, que no teme convocar a los occidentales a reaccionar y movilizarse contra un país que estaría conspirando para dominar el mundo y cuya cultura “amoral, manipuladora y represiva” sería “incompatible” con la del Occidente “judeo-cristiano”.²¹

Problema de envergadura, ya que, para lanzarse al asalto del mercado mundial de la televisión infantil, la industria japonesa ha tenido que recurrir al patrimonio cultural de los otros, esencialmente el europeo.²² De la misma forma, había tomado prestado, sin reservas, los conceptos de *productividad* y *calidad* elaborados por los norteamericanos W.E. Deming y J.M. Duran, hacia 1952-1954, para poner a punto su famoso modelo de dirección de la empresa postayloriana. Y para configurar su enfoque del consumidor global, Japón, que posee la agencia de publicidad más importante del planeta, ha tenido que aliarse con otros pesos pesados de la triada. Japón ocupa, pues, una posición de liderazgo en la producción de la economía-mundo, pero sólo un lugar discreto en la cultura-mundo, en las representaciones de la universalidad por mediación de las industrias culturales.

Por último, después de una década marcada por las ilusiones economicistas del fervor especulativo, la geopolítica, que ha vuelto al orden del día a causa de la guerra del Golfo, le ha venido a recordar, brutalmente, al Japón —y también a Alemania— que se podía ser el prototipo de potencia económica del tercer milenio, y, al mismo tiempo, no ser más que un enano político en la nueva ordenación del planeta. El viejo continente, por su parte, sólo ha podido comprobar que la Europa del Acta Única, ya realizada en la cabeza de los geoestrategas de los estudios de mercado y de los estilos de vida transnacionales, estaba lejos de constituir una alternativa política coherente y consecuente, frente al liderazgo de Estados Unidos, aunque estuviesen en la decadencia industrial y hubiesen de depender de los *chips* japoneses para fabricar sus misiles *Patriot*.

Un dato que revela la dificultad de prever hacia dónde puede ir la

²¹ P. Sabatier, “Japon/États-Unis”, *Libération*, 6-7 de julio de 1991.

²² J. Mousseau, “Plaidoyer pour une industrie française du dessin animé”, *Communication et Langages*, 1982, núm. 52.

competición por la hegemonía económica mundial: en 1992, por vez primera desde su auge, en los años sesenta, las empresas electrónicas japonesas sufrieron considerables pérdidas; el mismo año, IBM-Toshiba-Siemens anunciaban su alianza para diseñar las *memorias* informáticas del tercer milenio. Esto pone de relieve, una vez más, la creciente complejidad de los cruces transnacionales de capitales y recursos.

11. MEDIACIONES Y MESTIZAJES: LA REVANCHA DE LAS CULTURAS

Retorno al singular

Si bien, durante los años ochenta, la nueva filosofía de la globalización inspirada por los geoestrategas de la economía-mundo tuvo el viento en popa, paralelamente han aparecido visiones del mundo que se sitúan en las antípodas de estas tesis.

A medida que se extendía el *sistema-mundo*, conectando las diversas sociedades con productos y redes llamadas a funcionar con lo *universal*, se han elaborado enfoques de la transnacionalización de la cultura que se preocupan de restituirle su carácter de proceso de interacciones múltiples. Lo que atrae la atención, son las respuestas de estas singulares sociedades a la propuesta de reorganización de las relaciones sociales de las que son portadores los nuevos dispositivos de comunicación transnacional que, todo al mismo tiempo, desestructuran y reestructuran los espacios nacionales y locales. Respuestas a base de resistencia, mimetismo, adaptación, reapropiación. En una palabra, los interrogantes, en lo sucesivo, se plantean acerca de los procesos de “resignificación” mediante los cuales estas innumerables conexiones con las redes, que constituyen la trama de la mundialización, adquieren un sentido para cada comunidad. Así, merced a este regreso a las diferencias y a los procesos de diferenciación, comienza, por fin, a pensarse la “comunicación internacional” bajo el signo de la cultura.

Regreso a las culturas, territorios y espacios singulares, y, también, a los sujetos concretos y a las relaciones intersubjetivas. Desde los años sesenta, la investigación crítica sobre las correlaciones de fuerza interculturales se había ocupado, sobre todo, de las lógicas de desterritorialización y habían fomentado el examen de las estrategias de los macrosujetos como los estados-naciones, los grandes organismos internacionales o las nuevas unidades económicas transnacionales. Pero, también, las grandes instituciones representativas de la clase obrera, como los partidos y los sindicatos. Las nuevas líneas de fuerza que se perfilan en los enfoques críticos están atentas a las lógicas de

reterritorialización o de relocalización, es decir, al conjunto de los procesos de mediaciones y de negociaciones que se juegan entre lo singular y lo universal, entre la pluralidad de las culturas y las fuerzas centrífugas del mercado-mundo, pero también entre distintas formas de concebir lo universal. Porque, a pesar de las metas hegemónicas de las concepciones mercantiles de lo cosmopolita, uno de los puntos importantes de ruptura teórica ha consistido en romper la concepción esencialista de lo *universal*. Así las cosas, ha sido trastornada la geografía misma de los actores sociales tomados en consideración. Nuevos sujetos históricos han comenzado a habitar las referencias teóricas como si fueran las propias realidades. Se convoca a otras disciplinas científicas y se cruzan miradas que ponen en entredicho el punto de vista monodisciplinar.

Esta irrupción de nuevas formas de ver la relación no sólo con lo *internacional*, sino, por lo general, con el *otro*, se produce en un contexto en el que las rupturas teóricas han perdido definitivamente un sentido unívoco. La libre circulación de los saberes y de los saber-hacer guiada por los nuevos modos de la reglamentación social ha instalado la ambivalencia como principal figura de la evolución teórica contemporánea.

De la norteamericanización a las tradiciones nacionales

Dos estudios que obligan a pensar. Uno se refiere a una historia de la formación del grupo social de los directivos, en Francia y, aunque fue publicado en 1982, se realizó, fundamentalmente, en el transcurso de los años setenta, es decir, en una época en que la empresa, su identidad y su cultura no se habían convertido aún en objetos de culto y en la que numerosos sociólogos todavía se ocupaban de las contradicciones internas de la empresa desde un ángulo distinto al de su cualificación en materia de gestión. Ese era el caso del sociólogo Luc Boltanski, perteneciente al laboratorio de Pierre Bourdieu. El otro, por su parte, se inició en la segunda mitad de los años ochenta y es obra de Philippe d'Iribarne, ingeniero de minas y politécnico, responsable del programa "Tecnología, empleo, trabajo", desarrollado en el marco del CNRS. Su finalidad consiste en comparar diversas "tradiciones nacionales" en materia de gestión de la empresa.

En un capítulo titulado "La fascinación de Norteamérica y la importación de la *ciencia de la dirección*" en Francia, L. Boltanski

escribe: "No se pueden comprender las transformaciones que, durante la posguerra, han afectado a la representación social de los *directivos* si se ignora lo que estos cambios deben a la importación de los sistemas de valores, tecnologías sociales y modelos de calidad de origen norteamericano que han acompañado, y en ocasiones precedido, a la realización del plan Marshall o, para ser más precisos, a los conflictos, políticos y sociales que, en el seno de la burguesía y de la pequeña burguesía, se han enfrentado al reto de la norteamericanización de la sociedad francesa [...]. La introducción de la *human engineering* y de la dirección a la norteamericana acompaña a los cambios económicos [...]. Parcialmente inspirada por las autoridades económicas norteamericanas que condicionan la obtención de créditos por parte de Francia a la formación de un grupo de *ejecutivos* indígenas, económicamente competentes y políticamente seguros [...] se considera, de forma totalmente explícita, como una empresa de transformación de la sociedad francesa en su conjunto."¹

Lo que el sociólogo pone de relieve es el proceso mediante el cual se ha redistribuido una estructura de las clases: cómo, implantando múltiples "tecnologías sociales", el grupo de los *directivos* —esa categoría que John Galbraith había sido el primero en intentar delimitar, agrupándolos bajo el término de "tecnoestructura"— se ha encarnado en sus instituciones y ha terminado consiguiendo que se reconozca su existencia como si estuviera fundamentada, desde toda la eternidad, en la naturaleza de las cosas.

Philippe d'Iribarne, en cambio, sí asume esta naturaleza de las cosas. Al interrogar a una muestra de ejecutivos en Estados Unidos, Francia y Países Bajos, intenta averiguar los mecanismos de la eficacia, propios de cada cultura. Desde una perspectiva de movilización de los entusiasmos en torno a la *guerra económica*, se subleva contra los discursos y las recetas globalizantes importadas de los manuales japoneses y norteamericanos y les opone las especificidades de las culturas nacionales. "¿De qué mundo hablan, pues, los repartidores de consejos cuando inundan sus obras con una humanidad indiferenciada, japoneses, norteamericanos o franceses, torneros o contables, confundidos en un mismo claroscuro? Sin duda, saben que las pasiones de los hombres de carne y hueso son incomprensibles, a menudo, bajo cielos extranjeros. ¿Cómo podrían olvidar que las tradiciones que

¹ L. Boltanski, *Les cadres: la formation d'un groupe social*, París, Minuit, 1982, p. 155.

arraigan en cada pueblo modelan lo que sus miembros reverencian y desprecian?; ¿y que no se puede gobernar sin adaptarse a la diversidad de valores y de costumbres?"² Es así como descubre que el ejecutivo francés obedece a una "lógica del honor" (de ahí el título de la obra) que le lleva a establecer infinidad de distinciones entre lo que es noble y lo que es vil; que el norteamericano está atrapado por el afán de lucro y la pasión de la honradez, mientras que el holandés, prudente, intenta conciliar voluntades.

A través de una reflexión como ésta sobre la adaptación de la ciencia de la dirección a circunstancias específicas, en el corazón mismo de esa ciencia, que se consideraba universal porque era *moderna*, se introduce, poco a poco, cierto relativismo, en línea con la prospección de modalidades de organización más próximas a las nuevas exigencias de la flexibilidad de la empresa-red. Escuchemos nuevamente al ingeniero francés: "Las investigaciones que hemos llevado a cabo en las tres sociedades *modernas* que son Estados Unidos, Países Bajos y Francia, no se han limitado a recordarnos que la modernidad no ha triunfado allí por completo y que existen tradiciones, particularismos, muy vivos. Han transformado más profundamente nuestra percepción de las relaciones entre lo moderno y lo tradicional [...]. Puede decirse que el sistema contractual es, simultáneamente, moderno y tradicional, que se apoya simultáneamente en las formas de ser, de vivir en sociedad, que se suelen atribuir de forma exclusiva a las sociedades, ya sean modernas o tradicionales. La relación que establece entre, por un lado, las estructuras y los procedimientos y, por otro, las tradiciones, es una relación de adecuación, de sinergia, no de competencia."³

Esta investigación no es un fenómeno aislado. Desde África hasta la India, pasando por México, numerosas investigaciones, bajo el signo de la economía y de la sociología del trabajo o de la economía industrial han empezado a estudiar, en los años ochenta, los tipos de organización que estuvieran en mejores condiciones de apoyarse en las culturas locales para ser más eficaces.⁴

² Ph. d'Iribarne, *La logique d'honneur: gestion des entreprises et traditions nationales*, París, Seuil, 1989, p. 9.

³ *Ibid.*, p. 263.

⁴ A título de ejemplo: J. Ruffier, "La gestion de l'automatisation: un modèle mexicain", *Revue Française de Gestion*, núm. 64, septiembre-octubre de 1987; Informe "Marketing et pays en voie de développement", *Revue Française de Marketing*, núm. 2, 1987.

Simples técnicas

Al optar por la aproximación arbitraria de dos estudios que representan dos posiciones, pero también dos momentos en la forma de plantear lo *internacional* y su relación con las culturas nacionales, hemos querido destacar, deliberadamente, lo que la problemática de la internacionalización ha ganado, y, a la vez, perdido, con el paso de una óptica a otra. Entre una y otra, se han derrumbado las utopías que estimulaban el deseo de otra sociedad, se han debilitado las luchas y los sindicatos obreros mientras que la patronal replanteaba su ideología y su estrategia, lo que le devolvía los medios para pensar y actuar.⁵ Entre una y otra, se ha producido el auge de las nuevas capas profesionales mientras que se desmoronaba la centralidad de la clase y del movimiento obrero.

No es menos cierto que lo que aumenta la distancia entre estas dos formas de ver es, esencialmente, el hecho de que las tecnologías sociales de movilización, identificación y clasificación de las que hablaba Boltanski, se presentan, cada vez más, como “simples técnicas”. A medida que se legitima el lugar estratégico de estas nuevas capas que desempeñan el papel de mediadoras en el juego de los poderes y de los conflictos sociales, en el seno de la empresa lo mismo que en la sociedad.

Sin embargo, los conflictos y las divergencias que, en el interior de la empresa, tienen por objeto la definición misma de la *ciencia de la dirección*, están allí para atestiguar que no hay apenas espacio para los *no man's lands*. Que, más que nunca, la empresa es un lugar de intereses contradictorios y de enfrentamiento de sistemas de valores. Es lo que se deduce claramente de las peripecias de la introducción de las formas de organización no taylorianas —especialmente la dirección participativa— en la empresa. La lógica de los *ciudadanos*, según la fórmula de Norbert Alter, que intentan apropiarse de este modo de organización, se entrenchoca con la lógica de las *políticas* o de los partidarios de la empresa *directorial* que ven en la participación un medio de lograr un “consenso eficaz y feliz”, una “normalización de los comportamientos”. Estas lógicas de actores, que representan, cada una de ellas, una concepción de la empresa, del producto y del interés individual, sitúan la participación como un “espacio de juego” y de

⁵ P. Fridenson y A. Starus (bajo la dirección de), *Le capitalisme français*, París, Fayard, 1987.

correlaciones de fuerza, de luchas de influencia. Lo que lleva al sociólogo de las organizaciones a la conclusión de que el “retorno de la ideología” es uno de los rasgos de la empresa “modernista-participativa”. Por la sencilla razón de que: “Al convertirse la noción de participación en la piedra angular del funcionamiento de este tipo de empresa [...], se combate sobre todo a golpe de ideología, porque la cultura y la influencia cultural dan fuerza y permiten delimitar el campo así como la naturaleza de la participación.”⁶ Se comprende mejor, a la luz de estas hipótesis, la posición estratégica adquirida por la comunicación y la cultura de empresa como formas de reconocimiento social en esta permanente tensión entre dos formas de ejercicio de la participación: el proyecto, desarrollado por la dirección, de formalización de una participación “responsable”, “programada”, “racional” y “descendente”, por una parte, y ese otro, soportado por el grupo de actores “ciudadanos”, de la participación “ascendente” y de la “gestión del desorden creador”, por otra.⁷

Felix Guattari atribuye este rebrote de la ideología a la necesidad que tienen los nuevos agentes de este desarrollo del “capitalismo mundial integrado” de garantizar la construcción del sujeto y de la subjetividad. Las “estructuras productivas de signo y de subjetividad” —escribe— se han adelantado a las estructuras productivas de bienes, sometiendo toda singularidad a la férula de equipos, de profesiones y de marcos de referencia especializados.”⁸

El horizonte gerencial

Para captar las últimas ramificaciones de esta operación de asepsia de los “marcos de referencia especializados” o de las tecnologías sociales, hay que llevar el compás de lo que ha cambiado en la forma de plantear la cuestión de los “mediadores” o de la “clase mediana”.

Porque lo que se ha eclipsado no es ni más ni menos que la interrogación crítica sobre el papel de los portadores del saber y del

⁶ N. Alter “La participation, piège à innovation?”, *Prospective et Télécom, Lettre du service de la prospective et des études économiques (SPES)*, París, Direction générale des télécommunications, núm. 11, mayo de 1987.

⁷ N. Alter, *art. cit.*

⁸ F. Guattari, “Les nouveaux mondes du capitalisme”, *Libération*, 22 de diciembre de 1987.

saber-hacer en la expansión de la sociedad y de la economía. Una interrogación que, durante los años setenta, estaba lejos de ser el coto cerrado de los sectores de la crítica social. Tal y como lo demostraban, con toda lucidez, Michel Crozier, Samuel P. Huntington y Toji Watanuki, cuando expresaban su inquietud, en su informe sobre los factores de la “crisis de gobernabilidad de las democracias liberales” por el flagrante desequilibrio entre el peso adquirido por los intelectuales tradicionales, “factores de disturbios”, y aquellos otros que ponían su saber al servicio del funcionamiento de la sociedad.

En 1975, escribían: “Se ha lanzado un importante reto por parte de los intelectuales y de los grupos que les son próximos, quienes afirman su repugnancia por la corrupción, el materialismo y la ineficacia de la democracia, al mismo tiempo que por la sumisión de los gobiernos democráticos al capitalismo monopolista.” La actitud de estos “intelectuales orientados hacia el valor” que ponían su reflexión al servicio de la crítica y contribuían a provocar “el derrumbamiento de los tradicionales medios de control social y la deslegitimación de la autoridad política y de las otras formas de autoridad” contrastaba, según propia confesión, con la del “número, también creciente, de intelectuales orientados hacia la toma de decisiones políticas y técnicas”.⁹

En la raíz de este diagnóstico sobre la “deslegitimación de los medios tradicionales de control social”, estaba la idea —a la que le esperaba un gran futuro— de que el papel de los medios en relación con la evolución de la opinión respecto de la guerra de Vietnam había sido notorio. Y el recuerdo de los revuelos que había suscitado en Occidente, en un contexto de rechazo generalizado del orden internacional y del orden social. Por algo sería si Z. Brzezinski, en el prólogo del informe de Michel Crozier y de sus colegas, hablaba del desconcierto y del pesimismo frente a la evolución de las sociedades occidentales: “Bajo ciertos aspectos, el clima de hoy en día recuerda en cierto modo el de los años veinte, cuando las reflexiones de Oswald Spengler sobre la *decadencia de Occidente* habían alcanzado una innegable popularidad.”

Para paliar esta crisis que atacaba la forma misma de las democracias de América del Norte, Europa occidental y Japón, haciéndolas *ingobernables*, este informe de 1975 proponía esta recomendación: “En su momento, mediante legislaciones antitrust (Interstate Commerce Act y Sherman Antitrust Act), se tomaron medidas para regular los

⁹ M. Crozier *et al.*, “Introduction”, en *The crisis of democracy*, págs. 7-8.

nuevos centros industriales de poder y para definir sus relaciones con el resto de la sociedad. Algo comparable parece ahora necesario en relación con los medios. Más concretamente, hay que garantizarle al gobierno el derecho y la posibilidad práctica de retener la información en la fuente."¹⁰ Rodeos de la historia: habrá que esperar más de quince años para que esta profética recomendación se convierta en un hecho. Es decir, el cerrojazo a la información por parte de las autoridades militares durante la guerra del Golfo, en enero y febrero de 1991. Ya lo hemos dicho. Para justificarlos, las autoridades de la censura militar invocarán precisamente la necesidad de que no se repitieran los excesos mediáticos cometidos durante la guerra de Vietnam. Entretanto, la desreglamentación, querida y consentida por el Estado, había demostrado que para regular las "disfunciones de la democracia"¹¹ no era necesario recurrir habitualmente a una intervención directa del poder estatal y que bastaba con desplazar el centro de gravedad de la sociedad hacia la lógica empresarial para encontrar los "nuevos medios del control social".

La ascensión de la llamada sociedad postindustrial sólo ha conseguido acelerar la modificación de la relación entre los intelectuales tradicionales y los otros, inclinando definitivamente la balanza del lado de estos últimos. En 1967, Daniel Bell, en sus análisis iniciales sobre este tipo de sociedad, preveía que se caracterizaría como sigue: "Toda la estructura del prestigio social arraigará en las comunidades intelectuales y científicas."¹² Estaba, en efecto, como ya lo hemos dicho, convencido de que este ascenso de los portadores del saber y de los saber-hacer de la nueva sociedad no podía llevarse a cabo sino a la sombra del Estado. La sociedad de la información, cercada por el mercado, ha desplazado progresivamente estas previsiones en beneficio de las lógicas de la gestión y de sus gestores.¹³

En última instancia, el resultado de todas estas evoluciones ideoló-

¹⁰ M. Crozier *et al.*, "Appendix I. Discussion of study during plenary meeting of the Trilateral Commission", *ibid.*, p. 182

¹¹ "Conclusion", en *ibid.*, p. 161.

¹² D. Bell, "Notes on the post-industrial society", *The Public Interest*, invierno de 1967.

¹³ Sobre la evolución de las clases intelectuales en los grandes países industriales, véase: R. Miliband y L. Panitch, bajo la dirección de, *The retreat of the intellectuals*, Londres, Merlin Press, 1990; A. y M. Mattelart, *Pensar sobre los medios, op. cit.*, III parte, "Intelectuales/cultura mediática: una relación por definir"; G. Vattimo, *La société transparente*, París, Desclée de Brouwer, 1990.

gicas —porque hay que atreverse a llamar a las cosas por su nombre— ha sido el de socavar la idea de que entrásemos en lo que el filósofo Gilles Deleuze denomina después de William Burroughs, las “sociedades de control”, y que Michel Foucault llamaba las sociedades de la “disciplina-bloqueo”. La crisis del régimen de empresa como lugar de encierro disciplinar es la de todos los ámbitos y espacios cerrados (cárceles, escuelas, hospitales). La resolución de la crisis del uno a menudo se logra, por cierto, con la resolución de la crisis del otro, como si, también ahí, la integración se convirtiese en norma. La introducción de la empresa en todos los niveles de escolaridad no es sino la ilustración más flagrante. Las formas y la velocidad de instalación de estos mecanismos sociotécnicos del control flexible no por ello presentan menos variaciones de una institución a otra. Incluso si el “modelo de la fábrica”, contrariamente a lo que pretende hacer creer la cultura hegemónica del ocio, constituye el prototipo, al menos en esta etapa.

Veamos, pues, esta otra interpretación (en las antípodas de los fascinantes discursos sobre la comunicación y la cultura de la gestión) sobre la mutación de la empresa, propuesta por Gilles Deleuze: “La familia, la escuela, el ejército, la fábrica, ya no son ámbitos analógicos distintos que convergen hacia un propietario, Estado o potencia privada, sino figuras cifradas, deformadas y transformables, de una misma empresa a la que no le quedan más que ejecutivos [...]. Se nos dice que las empresas tienen un alma, lo cual, por cierto, es la noticia más terrorífica del mundo. El control es a corto plazo y de rotación rápida, pero también continuo e ilimitado, mientras que la disciplina era de larga duración, infinita y discontinua. El hombre ya no es el hombre encerrado, sino el hombre endeudado. Es cierto que el capitalismo ha mantenido como constante la extrema miseria de las tres cuartas partes de la humanidad, demasiado pobre para la deuda, demasiado numerosa para ser encerrada: el control no sólo tendrá que afrontar las desapariciones de las fronteras, sino también las explosiones del chabolismo o de los guetos [...]. Los anillos de una serpiente son todavía más complicados que los agujeros de una topinera.”¹⁴

Se quiera o no se quiera, la era de la industria y de la sociedad de la información, es también —cuando no se contenta uno con la mirada

¹⁴ G. Deleuze, “Les sociétés de contrôle”, *L'Autre Journal*, París, mayo de 1990. Del mismo autor, *Pourparlers*, París, Minuit, 1990.

miope de sus profetas— la producción de estados mentales, la colonización de lo mental. Lo cual obliga a pensar de forma diferente la cuestión de la libertad y de la democracia. La libertad política no puede quedarse en el derecho de ejercer su voluntad. El problema cada vez más fundamental es el del proceso de formación de esta voluntad. Salvo desprenderse de la creencia bien arraigada que lleva a situar en los medios todos los desafíos de la democracia, apenas si cabe la esperanza de hallar un principio de respuesta a la pregunta dejada en suspenso por Deleuze acerca de la “progresiva y dispersa instalación de un nuevo régimen de dominación” y las incertidumbres de las formas de resistencia. Incluso para el intelectual, cada vez más sorprendido por este positivismo de la gestión, este nuevo utilitarismo que motiva la búsqueda de herramientas epistemológicas capaces de circunscribir las posibles zonas de conflicto y de desactivar las tensiones mediante la delimitación de soluciones técnicas.

¿Una modernidad alternativa?

Las teorías de la modernización lineal expresaban la visión de la modernidad que Occidente tenía. Sus predicciones no se han cumplido. Todas las formas políticas y económicas inspiradas por la modernización-desarrollo han fracasado.

Al tomar nota de este patente fracaso, unos antropólogos empezaron a interrogarse de forma crítica sobre la forma con que los politólogos, historiadores y sociólogos han planteado la relación entre los flujos culturales transnacionales y las culturas “nacionales” en dicho tercer mundo. Su principal hipótesis: la intensificación de la circulación de los flujos culturales generados por el proceso de transnacionalización, no conduce a la homogeneización del globo, sino hacia un mundo cada vez más mestizado. Término al que algunos prefieren el de *criollo*.

Dos tramas les parecen posibles al sopesar los efectos a largo plazo de los flujos culturales transnacionales; o bien el dispositivo transnacional continuará pesando indefinidamente sobre las sensibilidades de los pueblos de la periferia sometidos cada vez más a las significaciones y formas importadas, de las que las culturas locales apenas si se desmarcarán hasta el punto de confundirse con ellas; o bien, con el tiempo, estas formas importadas serán atemperadas y recicladas por las culturas locales. Dos tramas que, en la realidad, se entretejen la

una a la otra.¹⁵ “La globalización de la cultura —escribe— el antropólogo indio Arjun Appadurai, no es lo mismo que su homogeneización. Pero la globalización implica el uso de una variedad de instrumentos de homogeneización (armamentos, técnicas de publicidad, hegemonías de las lenguas y de las formas de vestir) que son absorbidos por las economías políticas y culturales locales, únicamente para ser repatriados como diálogos heterogéneos de soberanía nacional, de libre empresa y de fundamentalismo, en los cuales el Estado juega un papel cada vez más delicado: demasiado aperturismo a los flujos globales, y el Estado-nación está amenazado por la sublevación (es el síndrome chino); demasiado poco, y el Estado se queda fuera del escenario internacional, como ha ocurrido con Birmania, Albania o Corea del Norte.”¹⁶

Este antropólogo se arriesga incluso a hablar de “modernidad alternativa”. Es lo que intentarían probar ciertos estudios sobre la publicidad y la construcción de “comunidades de consumidores” en la India en la que, al revés de lo que ha ocurrido en Occidente, donde la ideología del nacionalismo ha precedido la llegada de las técnicas publicitarias, el desarrollo de la publicidad tiene lugar contemporánea y sinérgicamente. Estos estudios registran el progreso, que se ha producido muy rápidamente, de clases medias que disponen de una renta significativa y que manifiestan gustos cosmopolitas, así como la explosión de los esfuerzos, por parte de los empresarios, para reducir la diferencia entre los signos y los sueños y entre los productos y los mercados.

En una línea de estudios similares, unos antropólogos brasileños se han dedicado —tomando la génesis de la industria cultural y del mercado de bienes culturales específicamente nacional como hilo conductor— a describir la historia de la “moderna tradición” de este país, según la expresión de Renato Ortiz.¹⁷ Aleación de lo moderno y de la tradición como atestigua la formidable mezcla de la cultura de masas y de las culturas populares en los productos de su altamente

¹⁵ U. Hannerz, “Notes on the global ecumene”, *Public Culture*, vol. 1, núm. 2, primavera 1989.

¹⁶ A. Appadurai, “Disjuncture and difference in the global cultural economy”, *Public Culture*, vol. 2, núm. 2, primavera de 1990, p. 16.

¹⁷ R. Ortiz, *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Editora Brasiliense, 1988. Véanse también las numerosas y fundamentales contribuciones del antropólogo argentino, radicado en México, Nestor García Canclini.

competitiva industria televisual que logra combinar, a la vez, posmodernidad y señales de lo preindustrial.¹⁸ Hasta el punto de aventajar a países como Francia en el mercado mundial de los programas. Es la razón por la que Ortiz concluye su estudio con estas palabras: "El debate sobre lo nacional ha alcanzado otro cariz. Hasta ahora, se limitaba a las fronteras interiores de la nación brasileña [...]. Hoy en día, se transforma en ideología que justifica la acción de los jefes de empresa en el mercado mundial. Por eso, sin duda, es por lo que no hay grandes diferencias entre el discurso de venta de la telenovela y la argumentación de los mercaderes de armas en el exterior (Brasil es el quinto productor mundial), cuando ambos son vistos, exclusivamente, como productos nacionales. Yo diría, pues, que este hecho señala una etapa de la sociedad brasileña, y que, por consiguiente, y en lo sucesivo, será imposible volver a la vieja oposición colonizador/colonizado, con la que estamos acostumbrados a operar."¹⁹

Claro está que, para situar la perspectiva de esta modernidad, llamada alternativa, y anticiparse a los desengaños de un nuevo mito, habría que completar esta visión de la modernidad, que toma como base los progresos de las clases y categorías integradas en sus beneficios, con las otras lógicas, de segregación en este caso, que, dentro de estas mismas realidades, no han dejado de hacerse más profundas. El sociólogo español Manuel Castells recurre incluso a la noción de "nueva dependencia" para caracterizarlas. El nuevo modelo de desarrollo mundial provoca un progresivo desprendimiento de segmentos de economías, de culturas y de sociedades, de países y de grupos sociales, que dejan de tener un interés funcional y económico para el sistema en su conjunto, al ser demasiado pobres para constituir mercados y demasiado atrasados para servir de fuerza de trabajo en un sistema productivo basado en la información. Porque todas esas sociedades que buscan una "modernidad alternativa" también son sociedades de una modernidad salvaje. Salvaje para estos segmentos que permanecen al margen de esta economía global que funciona como unidad cotidiana en tiempo real. "El proceso fundamental que vive lo que llamamos tercer mundo —escribe Manuel Castells— es su desintegración en cuanto entidad relativamente homogénea. Corea

¹⁸ M. y A. Mattelart, *El carnaval de las imágenes*, op. cit.

¹⁹ R. Ortiz, op. cit., p. 206.

del Sur o Singapur están, en términos de desarrollo económico y social, más próximos de Europa que de Filipinas o de Indonesia. Pero es todavía más importante el hecho de que São Paulo esté más alejado socialmente de Recife que de Madrid. Y que, en el propio estado de São Paulo, la Avenida Paulista y la ciudad obrera de Osasco pertenezcan a constelaciones socioeconómicas diferentes, no sólo en términos de desigualdad social, sino también de diferencias de dinámica y de segmentos de cultura [...]. De este modo, el comienzo de la historia se produce en unas condiciones de segregación de una parte importante de la población del planeta, no ya en los términos peligrosamente simplificados del Norte contra el Sur, sino de una forma más compleja y más insidiosa.²⁰ Esta lógica de segmentación social, en una economía mundial de tipo cada vez más *hanseático*, está, de algún modo, avalada por los responsables de las grandes firmas globales de publicidad y de marketing que no dudan en sacar las correspondientes enseñanzas estratégicas.²¹

Los segmentos así rechazados por la red global de la "interdependencia" discriminatoria alimentan los "nuevos frentes del desorden planetario", según la fórmula del especialista en geopolítica Michel Foucher.²² Con sus múltiples expresiones: la economía del narcotráfico y del blanqueo, las explosiones colectivas en forma de pillaje que toman por asalto los santuarios del consumo, el irracional llamamiento a las identidades nacionales, étnicas o religiosas; el auge de los fundamentalismos que, paradójicamente, han incorporado a su estrategia los más modernos medios de comunicación, y las innumerables armas suicidas del excluido. Sin contar con la escalada de los hombres políticos providenciales, contruidos con la inestimable ayuda del dispositivo audiovisual que colma el vacío engendrado por la crisis de representación de lo político.

Pero, por encima de todo, está ese nuevo desorden cotidiano que ha implantado la cultura de la violencia como normalidad: "La crisis —escribía en 1990 un crítico de teatro peruano— termina por instaurarse en las más íntimas esferas de nuestra vida cotidiana. La paupe-

²⁰ M. Castells, "Le commencement de l'histoire", *Le socialisme du futur*, París, vol. 1, núm. 2, 1990. Del mismo autor: "High technology and the new international division of labour", *International Labour Review*, octubre de 1989; y en colaboración con R. Laserna, "The New Dependency", *Sociological Forum*, verano de 1990.

²¹ Véase A. Mattelart, *La internacional publicitaria*, *op. cit.*

²² M. Foucher, en la edición especial de "La nouvelle planète", *Libération*, *art. cit.*

rización y la semiproletarización de la clase media y el descenso de los niveles de consumo en las capas populares han prefigurado una serie de respuestas espontáneas a la crisis, creando una nueva ecología urbana, social y cultural, en que los propios peruanos empezamos a reflejarnos y a reconocernos.”²³

Estas vivencias cotidianas son, precisamente, las que, salvo raras excepciones, no logra transmitir el dispositivo de comunicación transfronterizo, más acostumbrado a las operaciones realizadas en torno al tráfico de droga que a expresar cómo esta gente, a pesar de haber superado todos los umbrales de la violencia, todavía puede seguir conservando su dignidad.

Estas representaciones mediatizadas del otro como agente de los “frentes del desorden” vienen a incrustarse en realidades donde la forma de vivir la relación con el tercer mundo ha cambiado de cabo a rabo. La idea heroica del lejano tercer mundo de los años sesenta ha cedido el paso a un tercer mundo representado bajo el aspecto de la vivencia de las minorías en la tierra de acogida, producto de las grandes diásporas del mercado de trabajo. Una vivencia erizada de zonas sensibles, siempre susceptibles de estallar en crisis, en choque de culturas, sobre un fondo de escalada de los nuevos integristos y fanatismos políticos y religiosos. La situación se ha vuelto aún más compleja toda vez que la extrema derecha, como si de un gigante se tratara, le ha dado la vuelta a la ideología del derecho a la diferencia —lo que Pierre-André Taguieff denomina el “diferencialismo”—, piedra de toque del pensamiento antirracista, y se sirve de ella para predicar la exclusión del “extranjero” y mantener viva la idea de la nación-patrimonio-tierra de los antepasados.²⁴

Nuevos vínculos con la sociedad civil

Las nuevas formulaciones apuntadas por los antropólogos sobre la posibilidad de una modernidad alternativa plantean la aptitud de las sociedades y sus diversos componentes para desviar, pervertir los instrumentos mediante los cuales esta diferencia era mantenida a raya.

²³ H. Salazar del Alcázar, “El teatro peruano de los 80: las marcas de la historia y de la violencia de estos días”, Revista *Conjunto/Casa de las Américas*, enero-marzo de 1990, p. 38.

²⁴ P.A. Taguieff, *La force du préjugé*, Paris, La Découverte, 1988.

Este eje de trabajo que expresa un movimiento hacia la reapropiación de una historia específica también sirve de inspiración para los estudios que, durante los años ochenta, han empezado a tocar el desigual intercambio entre la cultura de masas y la vivencia de las clases populares. Así ocurre con las investigaciones que se interrogan acerca de los géneros televisuales de origen nacional o regional. Más concretamente, los géneros relacionados con la gran tradición del melodrama, tal como se manifiesta, por ejemplo, en los folletines o telenovelas latinoamericanas, en las series egipcias o, incluso, en el cine indio, el productor más prolífico del mundo.²⁵ Lo que intentan averiguar los estudios de este tipo es la capacidad de estos relatos para crear auténticos estados de catarsis a escala de todo un país, y hasta de todo un continente, para movilizar los afectos. Más allá de estas investigaciones concretas, se ha abierto en América Latina, de forma privilegiada, un vasto campo de interrogantes sobre la formación de la identidad nacional y de las culturas nacional-populares que ya preocupaban a A. Gramsci en la Italia de los años veinte, sobre la confrontación de estas culturas con las redes transnacionales y, por último, sobre el papel que asume, en todos estos procesos de aculturación, la clase intelectual.

Otra tendencia que ha contribuido en numerosos países del tercer mundo a la renovación de las cuestiones teóricas: el auge de las redes de comunicación y de educación populares o *participativas*. Esta comunicación, que recurre a los soportes más variados, desde el video hasta la radio, pasando por el tradicional papel, corre pareja con la investigación de formas de auto-organización mediante las cuales nuevos actores sociales intentan asumir la gestión de sus propios asuntos, frente a un Estado que ha dejado de ser providencia, si es que lo fue en numerosos lugares. Incluso si todas estas microexperiencias distan mucho de poder evitar la trampa del "basismo", elemento constitutivo de la búsqueda de la *comunicación alternativa*, con independencia de las latitudes.

Lo que, en todo caso, hay que tener en cuenta en relación con el avance de la concepción de la organización social en red —que la

²⁵ A título ilustrativo: J. Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987; A. Rajadhyaksha, "Neo-traditionalism. Film as popular art in India", *Framework*, Londres, núm. 32, 1986. La revista *Telos* (Madrid) ha publicado, en 1989 (septiembre-noviembre) un número monográfico sobre la renovación de la investigación en América Latina, y también *Media, Culture & Society* (núm. 4, 1988).

lengua inglesa tiene la ventaja de poder declinar como *network, networking, networkers*—implantada por las más diversas organizaciones no gubernamentales, es que ha empezado a estimular nuevas formas internacionales de intercambio entre el Norte y el Sur, entre el Sur y el Sur, partiendo de la sociedad civil. Todo esto tiene el mérito de plantar los jalones de una reflexión sobre un *tercer espacio internacional* que, si se pone uno a soñar, se intercalaría entre las lógicas intermercados y las lógicas interestatales, mediatizando el pragmatismo del mercader y la *Realpolitik* del príncipe, enzarzado en la razón de Estado.²⁶ Esta reflexión es aún más crucial si se tiene en cuenta que a esta búsqueda de replanteamiento de las relaciones Norte/Sur, no ha tardado en añadirse la de las relaciones Este/Oeste. Necesidad de construir vínculos distintos a los que vinieron impuestos por las necesidades de expansión de la nueva frontera del mercado-mundo, demasiado acostumbrado, ya, a reducir las libertades a la libertad de expresión comercial, el derecho del ciudadano a la soberanía del consumidor.

¿Por qué esta preocupación y esta insistencia, en relación con la necesidad de estrechar el vínculo comunicación-espacio internacional-democracia, cuando, según algunos, la Historia ha terminado y el sistema encarnado en el régimen capitalista, en su modalidad neoliberal, ha *ganado* definitivamente, haciendo que parezca natural su concepción de la democracia y de las libertades individuales? En primer lugar, convendría recordar que también los victorianos se ilusionaban, hace unos cien años, con la terminación de la historia, toda vez que el imperio británico simbolizaba —en su interpretación—el horizonte insuperable, la perfección total. Habría que añadir, posteriormente, que, en este nuevo orden global en el que Occidente sigue impartiendo lecciones de democracia al mundo, el modelo de

²⁶ Véase R. Kothari, "New social forces", *Development Seeds of Change*, Roma, 1985, núm. 1; P. Waterman, "Is the people's flag deepest red...or brightest green? Reflections on the new social movements internationally", *Philippine Quarterly of Third World Studies*, 1987, vol. 2, núm. 3, 1987. Véase también la declaración final de la Conferencia internacional de las organizaciones internacionales: "The Manila Declaration on People's Participation and Sustainable Development", *IFDA Dossier*, Nyon, Suiza, enero-abril de 1990. Entre las numerosas publicaciones que ilustran el vínculo entre red y comunicación, véase M. Gutiérrez (bajo la dirección de), *Video, tecnología y comunicación popular*, Lima, IPAL-Crocevia, 1989.

Una de las publicaciones más ilustrativas de los cambios prácticos y teóricos que se han registrado en los últimos diez años es la de R.M. Alfaro Moreno, *Una comunicación para otro desarrollo*, Lima, Asociación de Comunicadores Sociales, Calandria, 1993.

desarrollo que sobrevive a la guerra fría deja fuera de los beneficios materiales de la sociedad de la modernidad mercantil a más de las tres cuartas partes de la humanidad, si bien las integra en su universo simbólico, y que, incluso en las sociedades que se dicen ricas, las fuentes de exclusión social están lejos de haberse secado. Ha sido precisamente con la necesidad de impugnar este modelo económico *único*, con la que han tropezado los jefes de Estado reunidos en 1992 en Río, con motivo de la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre el desarrollo y el medio ambiente (*Cumbre de la Tierra*), clausurando sus debates con un balance más que modesto. Mientras tanto, el "Foro global" de las organizaciones no gubernamentales de casi ciento sesenta países, convocado al margen de la maquinaria diplomática, daba testimonio de las nuevas cuestiones que preocupan a las diversas sociedades civiles, a lo largo y ancho del mundo, como la necesidad de "otros modelos de transformación social". Estos primeros *estados-generales de la sociedad civil-mundo* representan una ruptura institucional y conceptual. Señalan el lento caminar de una nueva forma de encarar la construcción del vínculo social en su dimensión transfronteriza.

También ahí la comunicación se encuentra, de alguna forma, en el centro de la búsqueda de nuevas formas de relaciones internacionales, merced a la rehabilitación de las *redes sociales*, un paso previo esencial para cualquier utilización de las redes técnicas por parte de estos movimientos de ciudadanos de nuevo cuño. Al negarse a dar a luz una estructura jerarquizada y al privilegiar un modo de organización mediante redes, en nombre de una visión de las cosas, si no coherente, al menos compartida, esta acción molecular de la sociedad civil ayuda a reinventar un espacio público internacional que haga suyos los debates sobre los modelos económicos alternativos, la "agricultura sostenible", la deuda exterior, la droga, el racismo, etc. Grandes temas, todos estos, que el mito igualitarista de la *aldea global* y del nuevo orden tecnológico de la comunicación tiende a ocultar bajo la alfombra. La globalización de los flujos de imágenes no tiene ninguna virtud democrática en sí misma; sólo la adquiere si la participación del individuo no se limita a un papel de mirón del mundo y de sus grandes desequilibrios sociales.

Placeres solitarios

El consumidor, ya lo hemos dicho, es, dentro de la expansión de la libre empresa, una pieza básica. Es, a la vez, como *coproductor*, uno de los eslabones del proceso de producción y, en cuanto a representante del pueblo-mercado, el zócalo del proceso de legitimación de la concepción neoliberal de la sociedad. Porque no se trata de cualquier consumidor, sino, efectivamente, de un consumidor soberano en sus decisiones en un mercado libre. En su combate contra todas las formas de control —que no sean las suyas propias, las de la libre empresa—, ya dimanen del Estado o de la sociedad civil organizada, el neoliberalismo resulta ser también un neo-populismo. Por este motivo, siente la constante necesidad de apelar a la representatividad de los consumidores que revisten el hábito de las cuotas de mercado. Habla en su nombre. En su doble función de rehén y coartada, este consumidor, desempeña, en efecto, un papel protagonista en el escenario de la *democratic marketplace*, de la que es *ciudadano*. El discurso, construido a partir del consumidor o, mejor y siempre, de ese consumidor libre de cualquier atadura y determinación que no sea su propia voluntad, se constituye en un argumento de tal calibre que, con frecuencia, se convierte en un discurso terrorista. Un discurso en el que no hay lugar para otras cuestiones que no sean las que pertenecen al campo del consumo. Consumo que ha de encontrar en sí mismo su explicación y su razón de ser.

Esta lógica, que hace avanzar la rehabilitación del consumidor y constituye una nueva baza en las sociedades sometidas a las leyes del mercado, no facilita la percepción crítica de los diversos movimientos teóricos, de naturaleza contradictoria, que se han desarrollado en torno al estatuto del consumidor, receptores o usuarios de los medios y de las máquinas de comunicar, desde el principio de los años ochenta. En una época en la que el tema de la recepción es uno de los mejor compartidos, a fuerza de hacer creer que el retorno al consumidor es necesaria e intrínsecamente interesante, y constituye una ruptura esencial respecto del pasado, hemos olvidado interrogarnos acerca de las razones de la evolución y sobre el origen de la diversidad de las iniciativas. Ahora bien, no cabría conformarse con alinear, uno detrás de otro, una serie de estudios que ilustrasen este retorno al consumidor y al usuario para celebrarlo. Para quien no quiere bailar sólo al son de la *recepción*, hay que intentar despejar, pues, algunas ambigüedades. Y, para ello, hay que reconciliarse con el pasado.

¿Quien puede negar que la cuestión de la recepción ha sacudido a la vieja investigación funcionalista? Así lo admitía, en 1983, poco antes de su muerte, Wilbur Schramm: "La comunicación es vista ahora como una transacción en la que las dos partes son activas. Resulta esclarecedor pensar la comunicación como una *relación construida en torno al intercambio de información*. El proceso de intercambio se parece más a un proceso biológico que a un proceso físico. Así permite distinguir mejor las dos partes en presencia toda vez que, antes que cambiar de participante, se cambia la relación."²⁷

Pero es en dirección de Elihu Katz donde hay que ir para ver lo que se prepara como novedad en el campo de los estudios de la recepción desde una perspectiva funcionalista. En el transcurso de los años ochenta, Elihu Katz y sus colaboradores han realizado una serie de encuestas para intentar detectar la diferentes maneras que receptores y receptoras de diversos orígenes étnicos, como los palestinos residentes en Israel, los judíos marroquíes o los latinoamericanos de Los Ángeles, tenían de decodificar el folletín televisado *Dallas*, producto por antonomasia de la llamada cultura de alcance universal. Su principal conclusión fue la de comprobar la diversidad de lecturas en función de la naturaleza de la implicación de los telespectadores, relacionada a su vez con lo que sus respectivas culturas construyen como papel del telespectador. La investigación en sí reúne las cualidades de la minuciosidad empírica y la miopía causada por su indigencia teórica.²⁸ Desde este punto de vista, después de las juiciosas críticas formuladas por el norteamericano James Carey y el británico Halloran a Elihu Katz, con motivo de la investigación funcional realizada para la BBC a finales de los años setenta, ya no había más que añadir respecto de los méritos y los defectos de este tipo de iniciativas.

Porque estas investigaciones se inscriben dentro de una problemática que no es de hoy. Son la culminación de un largo recorrido cuyo reto es doble. Doble porque trabajan en dos frentes. El primero, abierto en los años cincuenta con la teoría del *two-step-flow*, contra la teoría laswelliana de los medios (¿Quién dice qué a quién a través de qué canal y con qué efecto?). A la pregunta: "¿Qué efectos producen

²⁷ W. Schramm, "The unique perspective of communication: A retrospective view", *Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3, verano de 1983, p. 15.

²⁸ E. Katz y T. Liebes, "Mutual aid in the decoding of Dallas", en Ph. Drummond y R. Paterson (bajo la dirección de), *Television in transition*, Londres, British Film Institute (BFI), 1985.

los medios sobre la sociedad, los grupos, la gente?”, Katz opone otra cadena interrogativa: “¿Qué es lo que la gente, los grupos, la sociedad, hacen con los medios?”. Es la cuestión que le absorberá cada vez más a partir de los años setenta. Hasta el punto de que alimentará una corriente de estudios relativa a las satisfacciones de los usuarios de los medios, que será conocida con el nombre de *uses and gratifications* y se interesará por la noción de “lectura negociada”. Es decir, aquella en cuyo transcurso el significado y los efectos que produce surgen de la interacción de los roles asumidos por los diferentes tipos de espectadores o de lectores y por el programa. Esta nueva línea de investigaciones tendrá amplias repercusiones no sólo en Estados Unidos sino también, y muy especialmente, en el Reino Unido.²⁹

El segundo frente tiene por objeto la refutación de la idea misma de poder, tal como la desarrollan las diversas tradiciones críticas. Este objetivo no ha dejado de adquirir importancia, a medida que estas tradiciones resultaban insoslayables para plantear el problema de la comunicación internacional. A medida que, también, se extinguían las visiones laswellianas de los medios. No es preciso recordar el desconcierto de la sociología empírica ante las *disfunciones* ocasionadas por los debates sobre el nuevo orden y las políticas nacionales de comunicación, la ausencia de un discurso o de un esquema de análisis distintos de los que estaban en estrecha connivencia con la filosofía neoliberal del *free flow of information* y del consumidor libre en el mercado libre, del zorro libre en el gallinero libre.

Pues bien, pueden dirigirse a las investigaciones sobre la recepción realizadas por Elihu Katz, precisamente las mismas críticas que Jean-Marie Piemme, en 1978, en un libro que sigue siendo un clásico, formulaba contra la teoría de los *use and gratifications*. “[Tanto en el caso de Lasswell como en el de Katz], escribe, se sitúan frente a frente dos elementos (los medios/la gente, los grupos, la sociedad), previamente autonomizados, y luego se indaga sobre su relación. Esto significa claramente que, al principio, no se localizan medios en el seno de los ámbitos de la formación social. Se dan fuera de la estructura y parece como si generaran un efecto *sui generis* sobre

²⁹ Véase, en particular: E. Katz, M. Gurevitch y H. Haas, “On the uses of the mass media for important things”, *American Sociological Review*, vol. 38, 1973; J. Blumler y E. Katz (bajo la dirección de), *The uses and gratification approach to mass communications research*, Sage Annual Review of Communication Research, vol. III, Beverly Hills, Calif., Sage, 1975.

gente/grupos/una sociedad de los que se silencian sus determinaciones estructurales así como las contradicciones a las que están sujetos o de las que son uno de los términos. Todo ocurre en esta teoría como si éstos nada tuvieran que ver con las correlaciones de poder que dan a la sociedad su peculiar configuración. Esta teoría parece ignorar que los medios están implicados en las contradicciones sociales, que sus efectos son intervenciones susceptibles de reforzar o alterar la correlación de fuerzas en presencia.”³⁰

Todo esto ya lo sabemos, pues, desde hace tiempo. La novedad estriba en el papel que se atribuye a —y que se atribuyen—³¹ estos estudios en el contexto de la confusión actual, caracterizada por la falta de indagación sobre su estatuto epistemológico. No procede seguir hablando de correlación de fuerzas entre las culturas y las economías audiovisuales cuando la manera que tiene la gente de decodificar esta serie llamada ecuménica —¡pero no atemporal puesto que los productores de *Dallas* decidieron suspenderla en 1991!— prueba que tiene un poder formidable, el del sentido: he aquí un argumento, obtenido en este tipo de estudios, que sirve de respuesta a todas las preguntas que la conflictiva historia de la comunicación, de sus teorías y de sus usos no ha dejado de plantearse desde que fuera forjado el primer concepto de comunicación.

Es también lo que tienden a silenciar otras investigaciones de carácter etnográfico sobre las audiencias que han proliferado durante los años ochenta, muy especialmente en los países industriales, huérfanos de las viejas concepciones del poder vertical y monolítico. Ellas también acotan el campo de la recepción y aumentan exageradamente el poder de los receptores, sobreestimando el valor del cara a cara negociado entre la oferta y la demanda. Mientras que se resisten a suscribir explícitamente la tradición funcionalista, de hecho revalidan sus premisas y asumen, también ellas, la idea de la libertad absoluta del consumidor en la “elección del sentido”.³²

³⁰ J.M. Piemme, *La télévision comme on la parle*, Bruselas/París, Éditions Labor/Fernand Nathan, 1978, p. 95 [ed. esp.: *La televisión: un medio en cuestión*, Barcelona, Fontanella, 1980].

³¹ E. Katz, “A propos des médias et de leurs effets”, en *Technologies et symboliques de la communication*, L. Séz et al. (bajo la dirección de), Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1990.

³² Para alimentar el debate sobre el replanteamiento de las audiencias véase: J. Fiske, *Television culture*, Londres-Nueva York, Methuen, 1987; J. Curran, “The new revisionism in mass communication research: a reappraisal”, *European Journal of Communication*, vol.

Esta nueva versión del empirismo nos hace pasar de la concepción determinista de un consumidor abstracto, sin voz propia, sometido al imperativo de una estructura, emisor no menos abstracto, tan grata para la investigación estructuralista de los años sesenta y setenta, a un receptor tan concreto que se ha llegado a olvidar en qué sociedad vivía, ocultando, a la vez, el árbol y el bosque. Justo cuando el proceso de taylorización del consumo hacía sentir sus necesidades de información sobre este receptor, punto de partida y de culminación, a la vez, de las estrategias de globalización y de segmentación infinita de los objetivos y de los mercados. Todo ocurre como si, de esta realidad contemporánea e híbrida, la etnografía sólo se quedase con una: la de la personalización. Lo concreto, lo singular, contra lo global. Ya lo hemos entendido: lo que molesta de este enfoque no es tanto la minuciosidad con que se observan los procedimientos, virtud que sólo cabe ponderar porque deja maltrechos a los viejos determinismos de diverso cuño, como su extrapolación, querida o forzada, al espacio-mundo para negar sus lógicas desiguales.

Esta visión etnográfica, de hecho, se compadece con la concepción posmodernista de las audiencias: un telespectador despreocupadamente lúdico que se mueve como un jugador astuto en los espacios mediáticos. En este universo sin sentido en el que todo (equi)vale, el nuevo relativismo riza su rizo.³³ Y se guarda mucho de preguntarse por qué ciertos problemas están muy estudiados y por qué otros lo están menos, por no decir totalmente ignorados.

Tácticas

Los nuevos empirismos del consumo no agotan, afortunadamente, los desbarajustes teóricos y prácticos que se han producido en este campo. Existen otras respuestas a la crisis de la concepción macrocópica del poder. Desde tradiciones investigadoras rivales se ha formulado, de diferente forma, el problema de la recepción de los programas televisados y los de la construcción del sentido de estas

5, núm. 2-3, junio de 1990; D. Morley, *Television audiences & cultural studies*, Londres, Routledge, 1992.

³³ Para una crítica, véase: P. Dahlgren, "Media, meaning and method: A post-rational perspective", *The Nordicom Review*, Göteborg, Suecia, 1985., núm. 2; I. Bondebjerg, "Critical theory, aesthetics and reception research", *The Nordicom Review*, 1988, núm. 1.

emisiones por parte del (de los) público(s).

Se trata, sin duda, de una ruptura en relación con los decenios precedentes. La novedad radica, sobre todo, en el hecho de que el problema de la recepción y del uso es imposible de esquivar. Porque, mucho antes de convertirse en una evidencia, esta preocupación por la recepción y los usos tuvo sus prospectores. Citemos, por ejemplo, al británico Richard Hoggart, cuya primera obra, publicada en 1957, se titulaba, precisamente, *The uses of literacy*, y constituye uno de los primeros estudios sobre la evolución de la cultura de las clases populares sometidas a la presión de la moderna cultura de masas.³⁴ El propio Hoggart se incluía en la estirpe de una tradición antipositivista de estudios de las formas y de las relaciones culturales iniciada a partir de los años veinte con F.R. Leavis. También existe una larga tradición de investigación literaria que se ha planteado, mucho antes de los aprendices de brujo de la comunicación, la pregunta del papel de los receptores, y que ha definido, sucesiva y metafóricamente, la obra literaria como “encuentro” (R. Ingarden), “diálogo” (M. Bajtín), “convergencia” (H.R. Jauss) o “interacción” (W. Iser), entre el texto y el lector.³⁵ Para Jean-Paul Sartre, cuyo papel de precursor dentro del replanteamiento de los estudios literarios es innegable, la indagación acerca de esta relación del lector con el texto era un paso esencial para contestar a la pregunta: “¿Qué es la literatura?” (1947).

La presencia del tema de la recepción y de los usos, del receptor y de los usuarios, entre las investigaciones habituales sobre comunicación es el resultado de lógicas muy diversas. Lógicas industriales, a las que ya hemos hecho alusión. Lógicas sociales —si es que cabe escindir-las, a estas alturas—, que remiten a las nuevas condiciones en las que se organiza la vida democrática. Para quien no quiera reducir el problema a una ecuación de oferta y demanda, la aparición del tema del papel activo del receptor y del usuario es indisociable de las preguntas que se hacen los ciudadanos organizados en la sociedad civil

³⁴ [Cabe traducirlo, libremente, como “Ventajas de saber leer y escribir”] R. Hoggart, *The uses of literacy: Changing patterns in English mass culture*, Fair Lawn, N.J., Essential Books, 1957.

³⁵ Acerca de la genealogía de la investigación en Gran Bretaña, véase N. Garnham, “Toward a theory of cultural materialism”, *Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3, verano de 1983. Acerca de los enfoques de la recepción en los estudios literarios, véase, por ejemplo, T. Todorov, *Mikhail Bakhtine: le principe dialogique*, París, Seuil, 1980; H.R. Jauss, *Pour une esthétique de la réception*, París, Callimard, 1978.

acerca de las posibilidades de ejercer un control democrático real sobre los nuevos flujos y las nuevas redes, puesto que el uso no se refiere sólo al que se puede hacer con los programas de televisión, sino a la utilización del conjunto de las herramientas tecnológicas del nuevo modo de comunicación. La cuestión, en efecto, ya no consiste en plantear, con términos unívocos o equívocos, únicamente el problema del control estatal de estas últimas.

Sería ilusorio intentar encontrar un cuerpo único de conocimientos críticos que sistematicen este retorno al usuario. Como mucho, pueden esbozarse algunos rasgos que identifican el origen de estas nuevas hipótesis para deslindarlas claramente de las nuevas corrientes empíricas.

Porque el punto de partida de esta nueva teoría crítica de los usos sociales es, ante todo, una postura frente a la idea y a la realidad del orden y del control. Y tiene como corolario la idea de que este orden, estatal y mercantil, y sus múltiples redes, puede ser pervertido y sorteado por los usuarios y que no existe consumo pasivo. El nuevo pensamiento crítico sobre los usos y los usuarios remite, pues, irremediablemente, a una concepción de los poderes y de los contrapoderes. Si bien el modo social está hecho de dispositivos que producen control y coacción, que fabrican adhesión y conformidad, también está hecho de astucias discretas, de inagotables tácticas, de sutiles desvíos y rodeos, de chapuzas y búsquedas furtivas, de usos imprevisibles que preservan, incluso si se está sometido, la inexpugnable libertad del hombre corriente, del "hombre sin atributos", del "héroe común", blanco de todos los intentos de domesticación.

El historiador y, además, lingüista, psicoanalista y etnólogo, Michel de Certeau, concibió, a finales de los años setenta, el proyecto de formalizar algunas hipótesis en torno a lo que denominó la *invención de lo cotidiano*. Como contrapunto de las estrategias del Foucault de *Vigilar y castigar*, que analizaba la sociedad de las redes de la vigilancia, Michel de Certeau habla de las "redes de la antidisciplina": las que ponen de manifiesto las prácticas cotidianas o *formas de hacer*, esas tácticas, esas *operaciones* de los usuarios, proceso activo que les permite fabricarse un estilo propio con los productos (y las normas). El consumo se convierte en el arte de utilizar los productos. Los análisis estadísticos de los tiempos de estacionamiento ante el televisor, el número de libros vendidos y los análisis de los contenidos difundidos no nos enseñan gran cosa acerca del receptor. Porque no hay adecuación entre el producto difundido y el producto consumido. Por

consiguiente, hay que estudiar las prácticas cotidianas de los usuarios dentro de una lógica de producción o de apropiación y no ya dentro de una lógica de reproducción.³⁶

Evidentemente, no hay que pedirle al historiador una respuesta metodológica, en el sentido norteamericano del término, a la pregunta ¿cómo estudiar las prácticas cotidianas? Intuitiva y poética, su reflexión no proporciona herramientas para captar estas prácticas indomables y, por lo tanto, no franquea la entrada a un control y vigilancia de los usuarios, gracias a la previsibilidad. Es, sin duda, una de sus virtudes en estos tiempos en que el análisis de las audiencias intenta contabilizar los más mínimos hechos y gestos del usuario para alimentar el cuadro de entradas y salidas de la producción cultural. Su aportación no está ahí, sino que consiste en servir de contrapeso a los análisis que privilegian los invariantes, los determinismos sociales, en recordar que uno de los errores más frecuentes es el de analizar los efectos del poder hablando de él, de sus actos y de sus perspectivas, y no de quienes constituyen su objeto.

La trampa consiste, evidentemente, en subestimar el peso de las grandes estrategias industriales y financieras, así como los retos geopolíticos de la producción industrial de cultura y comunicación. Pero éste no era el problema de Michel de Certeau. Se lo dejaba a un Foucault al que criticaba de buena gana por haber construido un sistema demasiado coherente, a la vez que compartía las nuevas perspectivas que ofrecía su examen de la "tecnología observadora y disciplinar" contemporánea, organizadora de espacios y de lenguajes. Y como en el caso de Certeau, a la inversa de lo que ocurre con la iniciativa empírica, el examen de las prácticas no implica un regreso al atomismo social —puesto que su propósito no era psicológico, sino sociológico, y estudiaba los modos de acción, y no los individuos, que son los autores—, no hay razón para echarle en cara la falta de análisis del reverso macrosocial de la sociedad de las redes. Para quien quiera tomarse la molestia de ir más lejos, su decisiva contribución no consiste sólo en informar los estudios sobre las "prácticas de consumo", sino que obliga a mirar con otros ojos la formación de los dispositivos de la producción cultural de masas.

"Los necios se imaginan —escribía Marcel Proust—, que las grandes

³⁶ M. de Certeau, *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire*. París, Folio/Essais, 1990 (1a. ed., 1980). Acerca de las redes, véase M. de Certeau y L. Giard, *L'ordinaire de la communication*, París, Dalloz, 1983.

dimensiones de los fenómenos sociales son una excelente ocasión para calar más hondo en el alma humana; deberían, al contrario, comprender que bajando al fondo de una individualidad es cuando tendrían la oportunidad de comprender estos fenómenos.³⁷

El modelo del plural debe buscarse en el singular: es lo que también pretendía Gabriel Tarde, para quien la historia de las sociedades repite, en mayor escala, la historia de los individuos, frente a un Durkheim que postulaba que lo colectivo no es reducible a lo individual. Ha transcurrido más de un siglo, y todavía subsiste esta tensión. Pero la convicción de que es difícil comprender al uno sin el otro se ha abierto caminos en el análisis de esta "gran dimensión" que es el vínculo social supranacional. A falta de abrirse avenidas.

³⁷ Citado en S. Gaubert, *Proust ou le roman de la différence*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1980.

12. CONCLUSIÓN: EL ENIGMA

Todo ensayo que se propone describir la historia de la comunicación internacional tropieza con tres grandes escollos. Tres escollos que entrañan el riesgo de parasitar también cualquier lectura de obras sobre el tema.

En primer lugar, está la polisemia de la palabra *comunicación*, a caballo entre el campo del ocio y el del trabajo, lo espectacular y lo cotidiano, entre las visiones culturalistas y tecnicistas, o meciéndose entre una acepción restringida al área de competencia de los medios y una definición totalizadora que la erige en uno de los principios básicos de la organización de las sociedades modernas. En lo cual, y a pesar de la fuerza centrípeta de la representación mediática del fenómeno, está convirtiéndose, efectivamente, cada vez más. Al plantearse el análisis del porqué y el cómo de los diversos contenidos que ha revestido el concepto de *comunicación*, así como de sus usos, este libro enseña los retos concretos de que fueron objeto sus diferentes definiciones a lo largo de la historia y por qué siguen siéndolo. Esta historia del concepto nos lleva a la conclusión de que sólo un análisis situado bajo el signo de la cultura es susceptible, de ahora en adelante, de dar cuenta de estos retos. La cultura se entiende aquí como esa memoria colectiva que hace posible la comunicación entre los miembros de una colectividad históricamente ubicada, crea entre ellos una comunidad de sentido (*función expresiva*), les permite adaptarse a un entorno natural (*función económica*) y, por último, les da la capacidad de argumentar racionalmente los valores implícitos en la forma prevalectante de las relaciones sociales (*función retórica*, de legitimación/deslegitimación). Son esas tres dimensiones de la cultura las que el filósofo Jürgen Habermas reúne en la trilogía, *lenguaje, trabajo, poder*.

A continuación viene el peligro de dejarse encerrar en el recinto *internacional*, lo mismo que otros, en el otro extremo de la cadena; con ello podríamos quedar encerrados en el gueto local. Si se sucumbe, se corre el riesgo de suscribir una concepción determinista en la que lo internacional se convierte en el *imperativo*. Del mismo modo que, en el polo opuesto, la concentración exclusiva en el perímetro local es el camino más corto para el relativismo. Sobrevaloración de

la dimensión internacional, por un lado, infravaloración, por otro. Ahora bien, todas estas escalas de la realidad, lo internacional, lo local, lo regional y lo nacional, sólo tienen sentido si se les articula entre ellas mismas, si se ponen de relieve las interacciones, si no se acepta establecer dilemas y entidades binarias para la búsqueda de pasarelas —las mediaciones y las negociaciones que se entablan entre las diversas dimensiones— sin descartar por ello la existencia, muy real, de las relaciones de fuerzas entre ellas. Esta apreciación dista mucho de haber sido la norma a lo largo de la historia de las teorías sobre la *comunicación internacional*. Así se explica por qué y cómo ciertas concepciones de lo internacional han ofrecido a los poderes locales y nacionales una serie de argumentos cómodos para desentenderse de sus propias responsabilidades; en una palabra, para expatriarlas en nombre de esta determinación supranacional. A la inversa, la expulsión de la dimensión internacional y el refugio en las endogamias de la identidad, por su parte, a menudo han fomentado las más extremistas fórmulas nacionalistas de rechazo de lo extranjero. Al ocuparse de las tendencias que, en cada periodo, han generado configuraciones inéditas entre lo *extranjero* y cada sociedad, este libro es, en cierto modo, una historia del concepto de *internacional*.

Los tiempos de la *Pax britannica*, de la *Pax* (norte)*americana* o de la *Pax soviética*, los tiempos de los Estados propensos a las visiones proféticas de su propia grandeza y a la inquebrantable afirmación de su superioridad han inducido a mirar al mundo desde el punto en el que irradiaba su potencia. El enfrentamiento entre el Este y el Oeste ha dejado impresa su huella en una división bipolar del planeta que alimentaba el imaginario de la lucha metafísica entre las fuerzas del bien y las del mal, hasta el día en que el pensamiento del bloque se agrietó, al mismo tiempo que se derrumbaban los regímenes considerados como eternos y omnipotentes. Pese a lo cual, la visión maniquea del planeta sigue poblando los espacios mentales. Apenas se había enterrado la guerra fría, cuando resurgía, con más fuerza, aprovechando una guerra regional, esta concepción religiosa de los grandes enfrentamientos internacionales. Ya se han apreciado los estragos causados, incluso entre los intelectuales más ilustrados.

Pero la idea de la mediación ha empezado a disparar contra el arsenal conceptual de la era de las glaciaciones. Se acabaron los tiempos en los que se leían los procedimientos de la internacionalización como si se tratase de una apisonadora, un *deus ex machina* que a su paso todo lo arrasaba, logrando ocultar con su totalidad la

vida individual y colectiva. Si de ahora en adelante se reconoce que cada sociedad tiene el modo de acceso a la internacionalización que se merece, es porque, entretanto, se ha ido abriendo paso la idea de que los encuentros y los intercambios, a menudo desiguales, ciertamente, entre las realidades singulares y lo supranacional, también son procesos, es decir, construcciones sociales. La crisis de los grandes paradigmas que orientaban el cambio social y guiaban los análisis de las ciencias del hombre y de la sociedad es la de la *centralidad*. Y, como tal, señala la recesión de los modos imperiales de mando y control. El mundo multipolar que teje sus redes a través del planeta ha hecho más complejas las formas de subordinación de ciertas sociedades a otras, de ciertas culturas a otras, de ciertos modos de vida a otros.

La arqueología de los conceptos, acompasada a la de los hechos, que practicamos en esta obra, se justifica por el vacío relativo en el que nos encontramos en el ámbito de la historia de la comunicación. El olvido de la historia es, en efecto, uno de los rasgos recurrentes del pensamiento sobre la comunicación. Este olvido explica, entre otras cosas, por qué, durante tantos años, el debate sobre los medios se ha polarizado entre los *intelectuales apocalípticos*, que los han denunciado como si fueran portadores del *fin de la cultura*, y los *intelectuales integrados*, que los han encomiado por sus virtudes *modernizadoras*. Con lo que ambos sectores revalidaban, sin ellos saberlo, el mito de su omnipotencia. Hasta el día en que la presencia, cada vez más masiva y arraigada, de estos medios en la sociedad sumió en la crisis a más de un intelectual refugiado en la alta soledad del creador, obligándole a interrogarse sobre el elitismo de algunas de sus posturas, defendidas, muy a menudo, sin tomarse siquiera la molestia de ir a mirar del lado de la masa de consumidores y usuarios. Esta amnesia también es la causa de las ilusiones y de las huidas economicistas hacia adelante, que han hecho que se atribuyeran a las redes y a las tecnologías electrónicas de la comunicación, cualidades taumatúrgicas para la reestructuración de las economías y la recomposición del consenso. La transparencia democrática del ágora de la información por fin alcanzada.

De hecho, no hace tanto tiempo que, en numerosos lugares del mundo, se experimenta la necesidad de una historia crítica en este ámbito. Aunque, de momento, la investigación histórica se plasma, sobre todo, en un regreso a las historias nacionales, y lo internacional sigue siendo el pariente pobre de esta renovación de las líneas de trabajo. Esta toma de conciencia acerca de la necesidad del arraigo histórico converge con la que intenta asentar una reflexión de orden

epistemológico sobre el zócalo de los saberes de este campo científico todavía joven y poco desbrozado. Y, sobre todo, perturbado por el ruidoso discurso de lo efímero, en el que una información deja anticuada a la otra, que hace sentirse culpable al intelectual que se niega a convertirse en profesional del directo en directo con ocasión de cada acontecimiento. El embeleso de los años ochenta por el progreso-comunicación y la puja de las prospectivas tecnicistas ha podido hacer creer que era posible ahorrarse la historia. La geopolítica no ha tardado en tomarse la revancha sobre una geoeconomía especulativa que, desconectada de la esfera real, creía haberse vuelto autónoma. Y, de rechazo, los fascinantes discursos sobre la comunicación han envejecido, aun cuando sería muy temerario festejar su desaparición. Por otra parte, depende de nosotros que esta controversia llegue más lejos. La *comunicación*, en efecto, se ha vuelto demasiado importante para el porvenir de las relaciones entre las culturas, como para seguir retrasando su reapropiación por parte de la ciudadanía.

Finalmente, tercer y último peligro: ¿Pueden el lector, o el autor, de una historia internacional librarse de los etnocentrismos de todo cuño que los acechan? Lo cual equivale a preguntarse: ¿A partir de qué territorio, social e históricamente dado, puede hablarse del fenómeno en el alba del tercer milenio? La pregunta es difícil de esquivar en esta época en que algunos acaban de celebrar el quinto centenario del *descubrimiento* de América por Cristóbal Colón o del *encuentro entre dos mundos*, mientras que otros, a propósito del mismo acontecimiento, conmemoran el quinto centenario del “nacimiento de un sistema histórico de injusticia” y rinden homenaje a la memoria de las víctimas de “uno de los mayores genocidios y saqueos de la historia humana”.¹

Una pregunta que, ya en los años cincuenta, preocupaba al intelectual europeo Elías Canetti, nacido en 1905 en Bulgaria, de padres judeo-españoles, estudiante en Zurich, Frankfurt y Viena, pero refugiado en Inglaterra desde 1938. En su obra fundamental, *Masse und Macht* (*Masa y poder*), en la que pasa por la criba las “ideologías nacionales” y su influencia en la percepción teórica del extranjero, escribía: “Uno debe mantenerse al margen, sin pertenecer a ninguna, pero también debe honesta y muy hondamente interesarse en todas ellas. Se debe dejar que florezca espiritualmente dentro de uno cada una de ellas, como si se estuviese condenado a pertenecerle efectiva-

¹ Declaración de intelectuales de España, de Estados Unidos y de América Latina reunidos en México, 6-7 de enero de 1991.

mente por una buena parte de la vida. Pero a ninguna de ellas se debe pertenecer al punto de entregarse a ella a costa de todas las restantes.”²

El formidable aumento de las formas de comunicar y de las ocasiones de contacto entre las culturas, ocurrido desde los años cincuenta para acá, no ha cambiado nada del problema. Simplemente, lo ha extendido hasta las fronteras del sistema-mundo, multiplicando el número de actores que intentan resolver lo que bien podría correr el riesgo de seguir siendo un enigma, durante mucho tiempo. Máxime si se tiene en cuenta que el avance del desafío pluriétnico y multicultural al que deben hacer frente las sociedades más diversas a lo largo y ancho del mundo, así como la amenaza de las consiguientes crispaciones de identidad, han venido a recordar, durante los primeros años noventa, que la concepción de la *nación* no ha recibido por parte de la historia un sentido unívoco según los países y que los *nacionalismos* resultan tener significados políticos y culturales muy diferentes.

En estos momentos en los que, más que nunca, conviene prevenirse ante una búsqueda etnocentrada de la identidad colectiva, cómo hacerlo mejor que con el argentino Jorge Luis Borges: “Organizar una entidad que abarca el planeta no es una empresa baladí. [...] Twirl, cuya inteligencia era lúcida, observó que el Congreso suponía un problema de índole filosófica. Planear una asamblea que representara a todos los hombres era como fijar el número exacto de los arquetipos platónicos, enigma que ha atareado durante siglos la perplejidad de los pensadores. Sugirió que, sin ir más lejos, don Alejandro Glencoe podía representar a los hacendados, pero también a los orientales y también a los grandes precursores y también a los hombres de barba roja y a los que están sentados en un sillón. Nora Erfjord era noruega. ¿Representaría a las secretarias, a las noruegas, o simplemente a todas las mujeres hermosas? ¿Bastaba un ingeniero para representar a todos los ingenieros, incluso los de Nueva Zelanda?”³

² E. Canetti, *Masa y poder*, Barcelona, Muchnik Editores, 1977, p. 165.

³ J.L. Borges, “El Congreso”, en *El libro de arena*, Buenos Aires, Emecé Editores, 1975. [La cita está extraída de la versión editada por Plaza y Janés, Esplugas de Lobregat, 1977, pp. 29-30].

APÉNDICE

REFERENCIAS CRONOLÓGICAS

- 1788 En el número del 1 de enero del *Times* de Londres (fundado en 1785), las noticias del extranjero procedentes de Rotterdam y de París datan del 25 de diciembre de 1787; las de Frankfurt, del 14; y las de Varsovia, del 5.
- 1790 Primer censo en Estados Unidos.
- 1792 Francia adopta el sistema métrico decimal, establecido por la Comisión de pesas y medidas.
- 1793 Inauguración, en Francia, del telégrafo óptico (Chappe).
- 1798 Desembarco en Alejandría de la fuerza expedicionaria del general Bonaparte, en la que figura un cuerpo auxiliar de expertos e impresores. Publicación del *Essay on the principle of population*, de T.R. Malthus.
- 1801 Primer censo en Inglaterra y en Francia.
- 1814 Primera locomotora de vapor (Stephenson). Primera aplicación del principio de la máquina de vapor a la prensa de imprimir (Koenig y Bauer) en el *Times* de Londres.
- 1821 Saint-Simon publica *Le système industriel*.
- 1822 En Francia (*La hija predilecta de la Iglesia*), la ciudad de Lyon se convierte en el foco de la obra de la propagación de la fe en los países infieles. Los *Annales* de esta institución se traducen a varios idiomas y representan los comienzos de la moderna prensa misionera de la religión católica.
- 1825 Primera línea ferroviaria importante en Gran Bretaña.
- 1826 Primera fotografía conocida, y conservada, de Niepce, que habría logrado fijar sus primeras imágenes en 1816.
- 1830 Comite comienza a elaborar su curso de filosofía positiva.
- 1832 El sansimoniano Michel Chevalier publica *Le système de la Méditerranée*.
- 1833 Primer número del *New York Sun*.
- 1835 Creación de la agencia de noticias Havas.

- 1837 Telégrafo eléctrico (Morse; Cooke y Wheatstone).
- 1838 Primer daguerrotipo (Daguerre).
- 1840 Invención del sello postal adhesivo y reforma del sistema postal en Inglaterra (Rowland-Hill). Creación de la primera agencia moderna de publicidad en Filadelfia, Estados Unidos (Palmer).
- 1842 Decisión por la que se crean, en Francia, las grandes líneas de ferrocarril.
- 1845 Primer número de *Scientific American*.
- 1846 Rotativa de doble cilindro (Hoe).
- 1847 Reforma del servicio postal en Estados Unidos.
- 1848 Reforma del servicio postal en Francia. Publicación, en alemán, del *Manifiesto comunista* de K. Marx y F. Engels. Creación de la agencia norteamericana de noticias AP (Associated Press).
- 1849 Creación de la agencia alemana de noticias Wolff.
- 1851 Cable submarino Francia-Inglaterra. Creación de la agencia de noticias Reuter. Exposición del Crystal Palace, en Londres.
- 1852 Herbert Spencer publica *Social statics*.
- 1855 Cable entre Varna y Balaklava (guerra de Crimea). Exposición universal de París. Abolición, en Inglaterra, del impuesto del timbre.
- 1856 Decreto británico por el que se regulan las relaciones entre la prensa y el ejército (guerra de Crimea).
- 1859 Darwin publica *On the origin of species*.
- 1861 Abolición, en Inglaterra, del impuesto sobre el papel.
- 1862 Exposición de Londres.
- 1865 Fundación de la Unión Telegráfica Internacional. Creación de la agencia norteamericana de publicidad J. Walter Thompson.
- 1866 Primer cable trasatlántico permanente. Perfeccionamiento de la rotativa (Marinoni y Bullock). Primera máquina de escribir.
- 1867 Publicación, en Hamburgo, del primer tomo de *El capital*, de Karl Marx. Exposición de París.
- 1869 Creación de la agencia norteamericana de noticias APA, luego UP y, finalmente, UPI (United Press International). Apertura del canal de Suez. Primer ferrocarril transcontinental en Estados Unidos.

- 1870 Reparto del mercado mundial entre las agencias de noticias del cartel (Havas, Reuter, Wolff).
- 1871 Cables en los mares de China y de Japón.
- 1873 Perfeccionamiento del sistema Remington de máquinas de escribir. Exposición de Viena.
- 1874 Fundación de la Unión Postal Universal. Red de cables en el Atlántico Sur. Disolución de la I Internacional. Presentación del informe sobre los servicios públicos por C. De Paepé. Herbert Spencer inicia la publicación de *The principles of sociology* (1874-1896).
- 1875 Da comienzo la *Éra de los Imperios* (1875-1914). Élisée Reclus empieza la publicación de *La Nouvelle Géographie Universelle* (1875-1894). Creación de la Oficina Internacional de Pesas y Medidas.
- 1876 Invención del teléfono (Bell). Exposición universal de Filadelfia. Publicación de *L'uomo delinquente*, de C. Lombroso.
- 1877 Invención del fonógrafo (Edison). Explotación comercial del teléfono por la Bell Telephone Company.
- 1878 Plan de electrificación de Nueva York (Edison). Placa fotográfica al gelatino-bromuro (Eastman). Telégrafo impresor (Baudot). Primera red telefónica (Estados Unidos). F.W. Taylor, padre del taylorismo, contratado por la Midvale Steel Company. Exposición universal en París.
- 1880 Invención de la máquina de tarjetas perforadas (Hollerith). Paul Lafargue publica *Le droit à la paresse*.
- 1881 Ley francesa sobre libertad de prensa. Exposición internacional de la electricidad, en París.
- 1882 Conferencia internacional de los ferrocarriles. Instalación de la primera filial de la futura red de factorías International Western Electric (Bell Manufacturing Company), en Amberes (Bélgica).
- 1883 Creación de la Alianza Francesa.
- 1884 Perfeccionamiento de los objetivos (anastigmáticos). Adopción del tiempo universal (Meridiano de Greenwich).
- 1885 Constitución de Gaumont. Primer Congreso internacional de antropología criminal. Fundación del Instituto Internacional de Estadística.
- 1886 Invención de la linotipia (Mergenthaler).
- 1887 *Interstate Commerce Act* (Estados Unidos). Publicación de *Gemeinschaft und Gesellschaft*, por Ferdinand Tönnies.

- 1888 Primera cámara Kodak (Eastman). Fundación del *Financial Times* (Londres).
- 1889 Fundación del *Wall Street Journal*. Creación de la II Internacional, de obediencia socialdemócrata. Exposición universal en París.
- 1890 El diario popular francés *Le Petit Journal*, alcanza un millón de ejemplares. G. Tarde publica *Les lois de l'imitation*. Utilización de la máquina de tarjetas perforadas para la confección del censo de Estados Unidos. Publicación de *The influence of sea power upon history*, por A.T. Mahan. A. Bertillon publica *La photographie judiciaire*.
- 1891 Sir Francis Galton publica *Method of indexing finger marks*.
- 1893 Antena radioeléctrica (Popov). Exposición universal colombina en Chicago.
- 1894 Primeros *comics* en los periódicos de Hearst y de Pulitzer. Publicación de *The theory of transportation*, de C.H. Cooley.
- 1895 Los hermanos Lumière patentan el cinematógrafo; primera exhibición pública en París (28 de diciembre). Apogeo del género folletinesco —surgido en 1836— en los periódicos franceses de gran tirada. G. Le Bon publica *La psychologie des foules*.
- 1896 Marconi pone a punto el último elemento necesario para las radiocomunicaciones: la adecuación de frecuencia entre emisor y receptor, es decir, la sintonía. Impresión en color de los *comics* (C. Saalburgh). Constitución de la Hollerith Tabulating Machines. Primeras exhibiciones cinematográficas en Madrid, Londres, Bruselas, Nueva York y en la mayoría de las capitales latinoamericanas.
- 1897 Publicación de *Politische Geographie*, de F. Ratzel.
- 1898 Asunto Dreyfus en Francia; crisis franco-británica de Fachoda; y guerra hispano-cubano-norteamericana: tres acontecimientos ampliamente cubiertos por los medios. Creación de la firma British Marconi.
- 1899 La agencia norteamericana de publicidad J. Walter Thompson abre una oficina en Londres. Thorstein Veblen publica *The theory of leisure class* [Teoría de la clase ociosa].
- 1900 Exposición universal de París. Publicación de *Guide to Paris, the Exhibition and the Assembly*, de P. Geddes y S. Dewey.
- 1901 Primera transmisión telegráfica sin hilo a través del Atlántico; acontecimiento considerado como la invención de la radio (Marconi, 12 de diciembre). Primeras polémicas entre Lenin y sus oponentes a propósito del papel de la prensa revolucionaria; nace el *Agitprop*.

- 1902 Piotr Kropotkin publica *Mutual aid* (compilación de artículos publicados entre 1890 y 1896 en *Nineteenth Century*). Publicación de *Imperialism*, de J.A. Hobson.
- 1903 Publicación de *Shop Management*, de F.W. Taylor.
- 1904 El fisiólogo ruso I. Pavlov recibe el Premio Nobel.
- 1906 Transmisión de la voz humana por radio (Fessenden). Constitución de la Unión Radiotelegráfica Internacional (URI).
- 1907 Transmisión de una fotografía mediante belinografía (Belin). Acuerdo para el reparto del mercado mundial de la industria electrotécnica (General Electric y AEG). Fundación de Pathé.
- 1909 Creación del primer syndicate (agencia de distribución de historietas, crucigramas, etc.).
- 1910 Inicios del *Star System* (Mary Pickford).
- 1913 Hollywood se segrega de Los Ángeles.
- 1914 Inauguración del Canal de Panamá. Las películas francesas dominan el mercado europeo. Ley francesa sobre la represión de las indiscreciones de la prensa en tiempo de guerra. Huelga en las factorías de automóviles Renault contra los métodos tayloristas.
- 1915 Creación por el gobierno francés de la *section d'information*. Creación del King Feature Syndicate y comienzo de la internacionalización de los comics (*Bringing Up Father*).
- 1916 Derrumbamiento de la producción cinematográfica francesa. Alemania protege su mercado filmico reglamentando las importaciones. Lenin publica *El imperialismo, etapa superior del capitalismo*.
- 1917 Constitución de la UFA (Universum-Film-Aktiengesellschaft), base de la potencia cinematográfica de la Alemania de la posguerra. Creación en Estados Unidos del Committee on Public Information (Comité Creel) y aprobación de la Espionage Act, a la que seguirá, en 1918, la Sediton Act. Fundación de The Four A's (American Association of Advertising Agencies). P. Geddes y V. Banford publican *The coming polity*.
- 1918 Creación, en Londres, de la Crewe House, confiada a Lord Northcliffe. Creación, en Francia, de un comité especial para la *propaganda estética en el extranjero*.
- 1919 Hegemonía mundial del cine norteamericano. Adquisición de la filial de British Marconi por la General Electric, por instigación de la U.S. Navy. Creación, en Moscú, de la III Internacional.

- 1920 Lanzamiento, en época de la República de Weimar, de las primeras revistas de actualidad ilustradas. Creación de Radio Corporation of America (RCA). Introducción del sistema de gestión en General Motors.
- 1921 Tercer Congreso de la Internacional Comunista: el Komintern se convierte en un instrumento de la *comunicación internacional*.
- 1922 Primeras emisiones regulares de radio. Los soviéticos restablecen el *Glavlit*, órgano de censura. Auge de la psicología behaviorista (J.B. Watson). Comienzos del fordismo.
- 1924 Hollerith Tabulating Machines se convierte en International Business Machines (IBM). La prensa de las misiones católicas en el mundo totaliza cuatrocientas once revistas en distintas lenguas.
- 1925 ATT/Western Electric cede su red internacional de fábricas de material telefónico a la International Telegraph & Telephone (ITT), fundada en 1920. Primeros estudios de mercado en Estados Unidos. Fundación de la Unión Internacional de Radiofonía (UIR), que, en 1929, se transformaría en Unión Internacional de Radiodifusión.
- 1926 Comienzo del cine sonoro. RCA constituye la primera *network* radiofónica nacional de Estados Unidos, la NBC. En Inglaterra, la radio se convierte en servicio público (BBC). Creación del Empire Marketing Board y del British Council. Publicación en Madrid de los artículos del filósofo español Ortega y Gasset sobre el auge de la cultura técnica de influencia norteamericana.
- 1927 Comienzos de la sociología empírica norteamericana sobre la comunicación de masas (*Propaganda technique in the World War*, de H. Lasswell). Asunto Sacco y Vanzetti. Establecimiento de las dos primeras redes de agencias internacionales de publicidad (J. Walter Thompson y McCann-Erickson).
- 1928 Primeros pasos de la teoría de las relaciones públicas (E. Bernays).
- 1929 Primeras emisiones regulares de la radio soviética, destinadas al extranjero. Primer programa experimental de televisión en Gran Bretaña (John Logie Baird). Procter & Gamble crea el primer departamento de investigación del mercado interior. Antonio Gramsci formula las primeras críticas al fordismo y al taylorismo.
- 1930 Primeros experimentos de televisión en Estados Unidos (V. Zworykin). Acuerdo de París sobre el reparto del mercado mundial de los aparatos de cine sonoro. Bertolt Brecht publica su *Teoría de la radio*. Concentración de la producción cinematográfica en manos de las cinco *majors*.

- 1932 Represión y reforzamiento de la censura en la URSS (A. Jdanov). La BBC crea el Empire Service. Unificación de la Unión Telegráfica Internacional y de la Unión Radiotelegráfica Internacional para la creación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).
- 1933 Acceso de Hitler al poder; creación del Ministerio de Propaganda e Ilustración del Pueblo (Goebbels). Elección de F.D. Roosevelt a la presidencia de Estados Unidos y comienzo del *New Deal*. Publicación de *The human problems of an industrial civilization*, de Elton Mayo. Publicación de *Massenpsychologie des Faschismus*, de Wilhelm Reich.
- 1934 Creación de la Federal Communications Commission (FCC). Publicación de *Technics and civilization*, de Lewis Mumford. Publicación de *Norteamericanismo y fordismo*, de Antonio Gramsci.
- 1936 Primer número de *Life*. Primeros sondeos de Gallup en una campaña política. Inauguración de los estudios de televisión de la BBC.
- 1937 Publicación, en Estados Unidos, de *The spirit and structure of German Fascism*, de Robert A. Brady, y de *The structure of social action*, de Talcott Parsons, así como del primer número de *The Public Opinion Quarterly*. Promulgación del *Código Internacional de Prácticas Publicitarias* por la Cámara Internacional de Comercio.
- 1938 Creación del Instituto Francés de la Opinión Pública (IFOP). La CBS emite el programa radiofónico de Orson Welles, *La guerra de los mundos*. Réplica norteamericana a la ofensiva nazi en Latinoamérica. Fundación de la Asociación Internacional de Publicidad (IAA) en Nueva York.
- 1939 Publicación de *Le viol des foules*, de S. Chajotin. Introducción del audímetro. Desarrollo del concepto de guerra psicológica. Primeras emisiones de televisión en Estados Unidos.
- 1942 Creación de *Voice of America* (VOA), del Office of War Information (OWI) y del OSS (Office of Strategic Services).
- 1944 Publicación de *The people's choice*, de P. Lazarsfeld, B. Berelson y H. Gaudet.
- 1945 Terminación del último gran calculador ENIAC, concebido bajo secreto militar.
- 1947 Promulgación de la *National Security Act* y creación de la CIA. Creación de las estaciones clandestinas *Radio Liberty* y *Radio Free Europe*. La UIT y la Unión Postal Universal se integran en el sistema de las Naciones Unidas. Conferencia de Atlantic City sobre la utilización del espectro radiofónico. Creación del GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), que también se integra en el sistema de las Naciones Unidas.

- 1948 Publicación de *Cybernetics or control in the animal and machine*, de Norbert Wiener. Aparición del concepto de industria cultural (Escuela de Frankfurt). Descubrimiento del transistor (Bardeen, Brattain y Shockley). La Information Act establece una oficina internacional de información (OII), bajo la dependencia del Departamento de Estado.
- 1949 Formulación de la teoría matemática de la información (C. Shannon). Aparición de la noción de *desarrollo/subdesarrollo* (Punto cuatro del discurso del presidente Truman sobre el Estado de la Unión).
- 1950 Decisión de construir el sistema de defensa aérea SAGE. Primera formulación cibernética de la empresa como sistema, en Estados Unidos.
- 1951 Publicación de *The reds take the city: The communist occupation of Seoul*, de Wilbur Schramm y John Riley. El canadiense Harold Innis publica *The bias of communication*.
- 1952 Proyecto de una nueva disciplina de *comunicación internacional*, como rama de la sociología empírica. Aparición de la noción de *tercer mundo* (Alfred Sauvy y Georges Balandier).
- 1953 La U.S. Information Agency (USIA) sustituye a la OII.
- 1954 Primera radio de transistores fabricada en Estados Unidos.
- 1955 Publicación de *Personal influence*, de Paul Lazarsfeld y Elihu Katz. Formulación de la teoría del *two-step flow*.
- 1956 Primeras emisiones radiofónicas de *La voix de l'Algérie libre*. Publicación, en Francia, de *Mythologies*, de Roland Barthes. Primer cable telefónico submarino a través del Atlántico.
- 1957 La Unión Soviética lanza el primer satélite artificial, Sputnik. Fundación de la NASA (National Aeronautics and Space Administration). Publicación de *L'économie politique de la croissance*, de P. Baran (primera formulación de la teoría de la dependencia).
- 1958 Primeros experimentos con la red de calculadores Arpanet. Daniel Lerner publica *The passing of traditional society*.
- 1959 Publicación de los estudios sobre las relaciones interculturales de Edward T. Hall (Escuela de Palo Alto). IBM pone a punto el primer ordenador de transistores. Conferencia de Ginebra sobre la utilización del espectro radiofónico.
- 1960 Publicación de *The stages of economic growth*, de W.W. Rostow.
- 1961 Publicación de *La guerre moderne*, por el veterano francés de la guerra de Argelia, coronel Roger Trinquier. Creación de la Alianza para el

- Progreso. Publicación de *Les damnés de la terre* [Los condenados de la Tierra], de Frantz Fanon, con un prólogo de Jean-Paul Sartre.
- 1962 Publicación del informe *Social Science Research and National Security* (Lucian Pye e Ithiel de Sola Pool), de *The diffusion of innovations*, de Everett Rogers, y de *The end of ideology*, de Daniel Bell. Lanzamiento del primer satélite de telecomunicaciones (Telstar), que enlaza a Estados Unidos con Europa. Publicación de *The Gutenberg Galaxy*, de Marshall McLuhan, y de *The production and distribution of knowledge in the United States*, de Fritz Machlup.
- 1963 Venezuela surge como un nuevo centro de teoría crítica de los medios.
- 1964 Creación de Intelsat (International Communications Satellite). La URSS lanza su primer satélite de comunicaciones (Molnya).
- 1965 Lanzamiento del primer satélite geoestacionario (Early Bird) del sistema Intelsat.
- 1966 El estructuralismo francés atrae la atención como corriente intelectual.
- 1967 Aparición de la noción de *self-reliance*. Publicación de *Desarrollo y dependencia en América Latina*, de F.H. Cardoso y Enzo Faletto. Primera emisión por *Mundovisión*.
- 1968 Aparición del concepto de *sociedad postindustrial* (D. Bell). El Congreso cultural celebrado en La Habana legitima la noción de imperialismo cultural.
- 1969 Nuevos focos de teoría crítica sobre los medios (Chile, Argentina, Gran Bretaña, países escandinavos, Estados Unidos). Publicación de *War and peace in the global village*, de Marshall McLuhan y Quentin Fiore, y de *Between two ages*, de Zbigniew Brzezinski. Publicación de los primeros trabajos de P. Freire.
- 1970 Publicación de la obra del autor soviético Georgi Arbatov *The war of ideas in contemporary international relations*. Primera campaña de desinformación contra el gobierno constitucional de Chile. Primeros debates sobre *política de comunicación* (UNESCO). Primer informe japonés sobre la sociedad de la información.
- 1971 Creación de Intersputnik.
- 1972 Audiencias ante la Comisión Fullbright del Senado de Estados Unidos sobre las actividades de propaganda gubernamental de la USIA. Debate ante la UNESCO y la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre un proyecto de convención internacional acerca de la reglamentación de los satélites de difusión directa.

- 1973 Comienzo de los debates sobre el derecho del mar, que se prolongarán a lo largo de la década. Propuesta de los países no alineados de un "nuevo orden económico mundial" (Argel). Primeros pasos de la propuesta de un "nuevo orden mundial de la información y de la comunicación" (NOMIC). Primeras medidas de apoyo del gobierno japonés a la expansión internacional de las firmas electrónicas.
- 1974 Lanzamiento del proyecto de teleducación SACT en Brasil. Debate en la Asamblea de las Naciones Unidas sobre los satélites de teledetección.
- 1975 Creación de un *pool* de agencias de noticias de los países no alineados. Informe de la Comisión trilateral sobre la "ingobernabilidad" de las democracias occidentales. Comienzan en Francia las investigaciones sobre las *industrias culturales*.
- 1976 Audiencias ante la Comisión Church, del Senado de Estados Unidos, sobre los servicios de Inteligencia en el extranjero. Proyecto SITE para la utilización de satélites en la India con fines educativos. Conferencia intergubernamental sobre política de comunicación, bajo los auspicios de la UNESCO, en San José de Costa Rica.
- 1977 Creación de la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la comunicación (UNESCO), bajo la presidencia de Sean Mac Bride. Informe Porat sobre la sociedad de la información, publicado por el gobierno estadounidense.
- 1978 Informe francés sobre la informatización de la sociedad, de Simon Nora y Alain Minc. Adopción de la noción de *industrias culturales* por el Consejo de Europa. Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en Kuala Lumpur.
- 1979 Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones (CAMR) en Ginebra (UIT). Publicación en Francia del informe Rigaud sobre las relaciones culturales exteriores y de *La condition post-moderne*, de Jean-François Lyotard. Publicación, en Canadá, del informe Clyne.
- 1980 Publicación del informe de la Comisión MacBride. Publicación de *Arts de faire*, de Michel de Certeau. Introducción del modelo japonés de dirección en Francia. Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en Yaundé (Camerún).
- 1981 IBM saca su primer ordenador individual.
- 1982 Guerra de las Malvinas: primer indicio de la práctica consistente en organizar *pools* de periodistas. Estrategia francesa para el desarrollo de la electrónica. Informe sobre tecnología, empleo y crecimiento presentado en la cumbre de Versailles por el presidente francés François Mitterand.

- 1983 Informe del Senado norteamericano sobre telecomunicaciones. Publicación del artículo de Theodore Levitt sobre *globalización*. Secuestro de la información por parte del Pentágono durante la intervención en la isla de Granada.
- 1984 Desmantelamiento efectivo de ATT, como consecuencia de una decisión legal adoptada en 1982, y desreglamentación de las telecomunicaciones en Estados Unidos. Libro verde de la Comunidad Europea sobre *Televisión sin fronteras*. Comienzan los debates en torno a la directiva (CE) y al convenio (Consejo de Europa) sobre televisión transfronteriza.
- 1985 Escalada de fusiones y de OPAS en el ámbito de las comunicaciones, desde la publicidad y la edición hasta la radio y la televisión. Intelsat compete con un sistema privado. Estados Unidos se retira de la UNESCO.
- 1986 Comienzo de las negociaciones sobre libre cambio en materia de servicios (Ronda Uruguay del GATT). Gran Bretaña se retira de la UNESCO.
- 1987 Libro verde de la Comunidad Europea sobre las telecomunicaciones.
- 1989 Fusión del Time y de la Warner en un conglomerado *multimedia*. Sony compra la Columbia Pictures. Aprobación de la directiva de la CE y del convenio del Consejo de Europa sobre *Televisión sin fronteras*. Caída del muro de Berlín y fin del encierro informativo de los países socialistas europeos. Con la intervención norteamericana en Panamá, surgen los primeros indicios del papel internacional de la CNN (Cable News Network). Manipulación de la información durante la caída de los Ceausescu en Rumania.
- 1990 Crisis del Golfo: la CNN propulsada al rango de red global de televisión. Matsushita compra los estudios MCA-Universal. Empiezan a precisarse los retos de la Televisión de alta definición (TVAD).
- 1991 Guerra del Golfo: las fuerzas armadas de Estados Unidos instituyen el sistema de *pool* para los periodistas. Negociaciones para limitar la importación de armas y tecnologías *desestabilizantes*. Apertura de negociaciones del NAFTA (North American Free Trade Agreement) para la creación de una zona de libre cambio entre Canadá, Estados Unidos y México. Golpe de Estado fallido en Moscú y autodeterminación para las repúblicas de la antigua Unión Soviética.
- 1992 Firma del Tratado de Libre Comercio para América del Norte. Proceso de ratificación del Tratado de Maastricht por los miembros de la CE. Expo'92 en Sevilla. Alianza IBM-Toshiba-Siemens, también conocida como *doble-pídola*. Caída de beneficios de los grupos electrónicos e

informáticos japoneses. Operación *Devolver la esperanza* con despliegue de logística mediática. Foro (Global) 92; Cumbre alternativa de las ONG en Río.

ÍNDICE DE NOMBRES

- Adorno, Theodor, 270, 272, 286
Allende, Salvador, 105
Allport, Gordon, 117
Alter, Norbert, 316
Althusser, Louis, 272
Appadurai, Arjun, 322
Arbatov, Georgi, 173
Aron, Raymond, 154, 194
Audibert, M., 51
- Bahro, Rudolph, 242
Bajtín, Mijail, 334
Balandier, Georges, 83, 265
Balzac, Honoré de, 88
Baran, Paul, 251
Barrès, Maurice, 89
Barthes, Roland, 194, 248
Baudrillard, Jean, 237
Beaverbrook, Lord, 96
Bell, Daniel, 116, 190, 191, 192,
193, 194, 195, 196, 205, 319
Bell (Graham, laboratorios, teléfo-
nos), 36, 56
Benjamin, Walter, 82, 91, 179, 271
Berelson, Bernard, 141, 142
Bernays, Edward, 115
Bertillon, Alphonse, 54, 55, 81
Beuve-Méry, Hubert, 260
Binde, Jérôme, 181
Bismarck, canciller, 57
Blaine, 57
Boas, Franz, 80
Boltanski, Luc, 313, 316
Bonaparte (véase Napoleón I), 25
Borges, Jorge Luis, 342
Bourdieu, Pierre, 313
- Bourges, Hervé, 252-253
Boyd-Barrett, Oliver, 254
Brady, Matthew B., 32
Brady, Robert A., 112, 114
Braudel, Fernand, 18, 252
Brecht, Bertolt, 101
Bressand, Albert, 302
Brunet, Roger, 71
Brzezinski, Zbigniew, 190, 196, 198,
211, 212, 247, 254, 261, 278, 318
Buffalo Bill, 83
Burroughs, William, 320
Bush, George, 174
- Cantril, Hadley, 122
Canetti, Elias, 179, 341
Capriles, Osvaldo, 261
Carey, James, 330
Carlos V, 29
Carter, Jimmy, 190, 211
Castells, Manuel, 323
Cavell, Edith, 93
Ceausescu, N., 92
Certeau, Michel de, 335, 336
Ciro El Grande, 28
Chajotin, Serguei, 112, 159
Chappe, Claude, 25, 31
Charteris, general, 92
Chemillier-Gendreau, Monique, 246
Chevalier, Michel, 58, 66
Church, Frank, 170, 171, 178
Clarke, Sebastian, 262
Clausewitz, Karl von, 154, 292
Cleveland, Harry, 269
Clyne (Comisión), 205
Cody, coronel (véase Buffalo Bill)
Colón, Cristóbal, 57, 341

- Comte, Auguste, 65, 67, 68, 73, 81, 214
- Cooke, William, 30
- Cooley, Charles H., 62, 63, 64, 65, 67, 74, 109
- Coolidge, Calvin, 130
- Corn, Georges, 263
- Costa-Gavras, 224
- Cottrell, Leonard, 136, 139, 140
- Creel, George (Comité), 95, 96, 103, 115
- Crozier, Michel, 168, 318
- Cunard, Samuel, 34
- D'Annunzio, Gabriele, 123
- Darwin, Charles, 68, 69
- De Gaulle, Charles, 78
- Delcourt, Xavier, 13, 257
- Deleuze, Gilles, 154, 155, 320, 321
- Deming, W.E., 310
- Der Derian, James, 176
- Derrida, Jacques, 294
- Destutt de Tracy, 193
- Dewey, John, 64
- Díaz Rangel, Eleazar, 247
- Disney, Walt, 131
- Dizard, William, 137
- Doob, Leonard W., 135
- Downs, Anthony, 202
- Doyle, Conan, 88
- Dreyfus A. (Asunto), 44, 77
- Duran, J.M., 310
- Durkheim, Émile, 74, 77, 337
- Dyer, Murray, 140
- Eckert, 138
- Edison, Thomas, 42
- Eduardo VII, 93
- Eichtal, Adolphe D', 35
- Eisenhower, Dwight David, 116, 144
- Elliott, Philip, 160
- Ellul, Jacques, 208, 209
- Engels, Friedrich, 84, 88, 123, 212, 244
- Enrique IV, 28
- Erzenberger, Matthias, 93
- Fanon, Frantz, 156
- Farago, Ladislav, 134
- Federico III, 29
- Fenton, Roger, 32
- Ferrié, Gustave, 38
- Ferro, Marc, 48
- Festinger, Leon, 110
- Fiore, Quentin, 186
- Fiske, J., 71
- Flaubert, Gustave, 88
- Foch, mariscal, 78
- Foucault, Michel, 163, 274, 294, 295, 320, 335, 336
- Foucher, Michel, 211, 324
- Foy-Bréguet, 31
- Franco, general, 128
- Freire, Paulo, 231, 232, 237
- Freud, Sigmund, 110, 115, 181
- Fukuyama, Francis, 195
- Fulbright, J. Williams, 168, 170, 171, 172, 178
- Furtado, Celso, 81
- Gagarin, Yuri, 146
- Galbraith, John, 314
- Galton, Francis, 55
- Gallup, George, 120
- García Dos Santos, Laymert, 235, 236
- García Márquez, Gabriel, 260
- Gardiner, 96
- Garnham, Nicholas, 277
- Gaudet, Hazel, 141
- Gaumont, 43
- Geddes, Patrick, 80, 188
- Gilbreth, Frank Bunker, 52
- Girard, Augustin, 272
- Giscard D'Estaing, Valéry, 205

- Godard, coronel, 158
 Godard, Jean-Luc, 43
 Godwin, William, 76
 Goebbels, Joseph, 111, 159
 Golbery, general, 162
 Golding, Peter, 221
 Gorki, Máximo, 88
 Goulart, João, 162
 Gramsci, Antonio, 123, 124, 125,
 255, 256, 326
 Griffith, D.W., 43
 Gromiko, Andrei, 242
 Guattari, Félix, 154, 155, 208, 317
 Guback, Thomas, 249
 Guevara, Ernesto Che, 165
 Guillermo I, 38
- Habermas, Jürgen, 307, 338
 Hall, Edward T., 151, 152
 Hallin, Daniel C., 177, 178
 Halloran, James, 250, 258, 330
 Haussman, 81
 Hearst, William Randolph, 42, 44
 Hegel, Friedrich, 208
 Hertz, David, 178
 Hindenburg, von, general, 92
 Hitler, Adolf, 78, 102, 112, 113,
 158, 159
 Hobbes, Thomas, 142
 Hobsbawm, Eric, 36
 Hobson, J.A., 59
 Ho Chi Minh, 157
 Hoggart, Richard, 334
 Hollerith, Hermann, 53
 Hoover, J. Edgar, 103
 Horkheimer, Max, 270
 Hoselitz, Bert, 217
 Hovland, Carl I., 108, 135, 136, 140
 Hugo, Victor, 79
 Huntington, Samuel, 167, 177, 318
 Hussein, Saddam, 175
- Ingarden, R., 334
 Inkeles, Alex, 135, 142
 Innis, Harold, 188, 189
 Iribarne D', Philippe, 313, 314
 Iser, W., 334
- Jacquard, Joseph-Marie, 53
 Janowitz, Morris, 135, 136
 Jaurès, Jean, 88
 Jaus, H.R., 334
 Jdanov, Andrei, 114
 Johnson, J.J., 223
 Johnson, Lyndon B., 227
 Juárez, Benito, 67
 Julien, Claude, 281
 Jünger, Ernst, 91, 179
- Kahn, Herman, 191, 196
 Katz, Elihu, 16, 141, 220, 287, 330,
 331
 Kelly, George, 157
 Kennedy, John F., 116, 146, 165,
 166, 168, 170, 214, 224, 227
 Kipling, Rudyard, 82, 96
 Kissinger, Henry, 157
 Kitchener, general, 40
 Kitson, Frank, 160
 Kjellen, Rudolph, 70, 72
 Klapper, Joseph, 135, 143
 Kluckhohn, Clyde, 135
 Krichevski, B. 89, 90
 Kropotkin, Piotr, 73, 188, 189
 Krupp, 56
- Lacheroy, coronel, 158
 Lacordaire, Henri, 246
 Laemmle, Carl, 43
 Lafargue, Paul, 51
 Lang, Jack, 291
 Lasswell, Harold, 108, 109, 110,
 114, 120, 133, 134, 135, 140, 331
 Lazarsfeld, Paul, 108, 137, 140, 141,
 143, 144, 216, 286
- Ibsen, Henrik, 89

- Leavis, F.R., 334
 Le Bon, Gustave, 75, 76, 77, 78, 99,
 110, 112, 159
 Le Boucher, Éric, 290
 Lefebvre, Henri, 273
 Lenin, V.I., 90, 173
 Lerner, Daniel, 135, 215, 217, 220
 Leroy-Beaulieu, Paul, 33
 Levitt, Theodor, 297, 298
 Lewin, Kurt, 108
 Lipset, Seymour, M., 193, 194
 List, Friedrich, 50
 Lloyd, George, 97
 Locke, 142
 Lombroso, Cesare, 54, 80
 London, Jack, 88
 Lowenthal, Leo, 135, 143, 144, 216
 Luis XI, 28
 Luis XIII, 30
 Luis XIV, 29
 Lumière, hermanos, 42, 43
 Lyotard, Jean-François, 207, 208,
 294
 Lyssenko, 173

 MacBride, Sean, 260
 Mac Clellan, 49
 Machlup, Fritz, 201, 202, 203
 Madec, Alain, 207
 Maeterlinck, Maurice, 89
 Mahan, Alfred Thayer, 71, 72
 Maheu, Jean, 257, 283
 Malthus, Thomas R., 75, 76
 Mao Tse-Tung, 155, 157, 165, 237
 Maquiavelo, 45
 Marconi, Guglielmo, 37, 38, 104
 Marcuse, Herbert, 135
 Marchand, capitán, 40
 Mariategui, José Carlos, 125
 Marshall (Plan), 138
 Martin, Mary, 116
 Marx, Karl, 51, 83, 84, 88, 123, 174,
 212, 242

 Masmoudi, Mustafá, 260
 Massu, general, 159
 Mata-Hari, 93
 Mattelart, Michèle, 13, 163, 257
 Mauchly, 138
 Maximiliano, Fernando José, empe-
 rador, 67
 Maxwell, Robert, 297
 Mayo, Elton, 117, 118
 M'Bow, Amadou Mahtar, 260
 McCarthy, Joseph, 137
 McDougall, William, 110, 112, 115
 McKie, 60
 McKinley, William, 44
 McKinsey, 302
 McLelland, David, 217, 219
 McLuhan, Marshall, 62, 185, 188,
 189, 190, 198
 McNamara, Robert, 165, 214
 Mead, George H., 64
 Medvev, Jaurès, 173
 Medvev, Roy, 174
 Merton, Robert K., 119
 Mills, Wright, C., 144
 Minc, Alain, 205, 206, 209, 261, 288,
 290
 Mitterrand, François, 288, 291, 292
 Moltke, von, general, 50, 57
 Moore, Wilber, 217
 Morse, Samuel, 30
 Mossadegh, Mohammed, 215
 Mowlana, Hamid, 283
 Mozart, 195
 Mumford, Lewis, 188, 189, 192
 Münzenberg, Willi, 101
 Murdock, Graham, 160
 Mussolini, Benito, 112


 Nadiezhdin, L., 89
 Napoleón I, 25, 30, 67, 193, 194
 Napoleón III, 49, 66, 67
 Nasser, coronel, 157
 Nemo, general, 157

- Nicolás I, 48, 242
 Nielsen, 120
 Nietzsche, Friedrich, 59
 Nixon, Richard, 150
 Nora, Simon, 205, 206, 209, 261, 288, 290
 Nordenstreng, Kaarle, 250
 Northcliffe, lord, 76
 Noyer, Jean-Max, 155
- Ohmae, Kenichi, 301, 306, 307
 Ortega y Gasset, José, 126, 272
 Ortiz, Renato, 322
- Paepe, César de, 85, 86, 87
 Palmer, Mitchell, 103
 Park, Robert E., 109
 Parker, Edwin, 205
 Parsons, Falcott, 76, 118, 119
 Pasquali, Antonio, 248
 Pathé Frères, 43
 Pavlov, Ivan, 113
 Penty, Arthur J., 191
 Péreire, Émile, 35
 Perry, W.J., 229
 Peters, Thomas, 292
 Pickford, Mary, 43
 Piemme, Jean Marie, 271, 331
 Pietri, Uslar, 186
 Pirandello, Luigi, 123, 125
 Poe, Edgar, 88
 Porat, Marc Uri, 203, 204, 205
 Pouget, Émile, 52
 Proudhon, Pierre-Joseph, 80, 86, 87, 182
 Proust, Marcel, 336
 Pulitzer, Joseph, 42
 Pye, Lucian W., 135, 165, 217, 222, 223
- Quételet, Adolphe, 27
- Raghavan, Chakravarthi, 265
- Rassak, Jules, 110
 Ratzel, Friedrich, 70, 71, 72, 229
 Reagan, Ronald, 148, 261
 Reclus, Élisée, 72, 73, 80
 Reich, William, 112
 Reiwald, Paul, 112
 Remington, Frederic, 44
 Rhodes, Cecil, 48
 Richard, Christian, 197, 198
 Rigaud, Jacques, 253, 254, 277
 Riley, John, 136, 137
 Rivers, W.H.R., 229
 Rockefeller, Nelson, 135
 Roger, Everett, 230, 237
 Roon A., 57
 Roosevelt, Franklin Delano, 116, 117, 120, 131, 132, 137
 Rostow, Walt W., 191, 196, 220
 Rowland-Hill, 33
 Russell, William Howard, 32
- Saatchi & Saatchi, 297, 303
 Sacco y Vanzetti, 103
 Saint-Simon, C.H., 65, 66, 67
 Sartre, Jean-Paul, 334
 Sauvy, Alfred, 265
 Schiller, Herbert, 250, 255, 283
 Schlesinger, Philip, 160
 Schramm, Wilbur, 135, 137, 143, 149, 217, 330
 Senya, Jan, 172
 Shannon, Claude, 152
 Shrapnel, H., 97
 Shils, Edward A., 136, 193
 Simmel, Georg, 74, 75
 Sinclair, Upton, 88
 Smith, Adam, 116
 Smith, Elliot, 229
 Sola Pool, Ithiel de, 165, 166, 205, 217, 219, 282, 283, 285, 286
 Spencer, Herbert, 68, 69, 76
 Spengler, Oswald, 126, 318
 Spykman, Nicholas, 102, 133

- Starry, Don A., 157, 164
Stephenson, George, 46, 49
Stoetzel, Jean, 120
Stourdzé, Yves, 25
Strong, J., 71
Stycos, J. Mayone, 228
Sue, Eugène, 88
Sun Tzu, 154
- Taguieff, Pierre-André, 325
Tarde, Gabriel, 77, 78, 80, 109, 110,
112, 117, 229, 337
Tardieu, André, 99
Taylor, Frederick Winslow, 51
Thatcher, Margaret, 261
Thiesse, Anne-Marie, 88
Thieu, 169
Thomas, W.I., 117
Thurn y Taxis, 29
Toffler, Alvin, 14, 302
Tolstoi, León, 88, 89
Tönnies, Ferdinand, 73, 74
Touraine, Alain, 290
Trinquier, Roger, 156, 158, 159
Truman, Harry, 215
Tseu-Hi, 48
- Tunstall, Jeremy, 217
- Varis, Tapio, 250
Veblen, Thorstein, 69, 70
Vilette, Michel, 293
Virilio, Paul, 47, 51, 162, 180
Viviani, René, 98
Vogt, William, 226
Vovele, Michel, 253
Vucetich, Juan, 54, 55, 81
- Wallerstein, Immanuel, 238, 252
Walter Thompson, J., 53, 115
Watanuki, Joji, 168, 318
Watson, John B., 115
Weber, Max, 74, 218
Welles, Orson, 44, 122
Wells, Herbert George, 96, 113, 122
Westinghouse, 104
Wheatstone, Charles, 30
Wiener, Norbert, 199, 200
Wilson, Th. W., 214
Wright, Charles, 119
- Znaniecki, F., 117
Zola, Émile, 57, 88



formación: compuservicios
especializados en edición
familia tipográfica: baskerville 10/12
impreso en programas educativos, s.a. de c.v.
calz. chabacano núm. 65, local a
col. asturias, cp. 06850



La comunicación-mundo

Partiendo de una de las nociones paradigmáticas de la moderna historiografía, la de *economía-mundo*. Armand Mattelart nos conduce por la esencia de las distintas vías y medios de comunicación que, por tierra, mar y aire, no han cesado de desplazar los puntos de referencia del planeta y de modificar las relaciones humanas, especialmente en estos doscientos últimos años.

No se trata de un mero relato descriptivo de inventos e inventores por los distintos rincones del mundo, sino de un discurso crítico que proporciona las claves interpretativas del contexto que han propiciado la aparición y el desarrollo de los modernos medios de comunicación. El libro se sustenta en un riguroso análisis de las ideas y las estrategias que confieren sentido a los medios y a las actividades que soportan, ya se trate del teléfono, de la televisión o de las redes integradas; de la publicidad, de la guerra psicológica o de las telenovelas. La guerra, el proceso y la cultura se convierten así, de acuerdo con una secuencia triangular de vínculos, solapamientos y, también, rupturas, en los tres grandes jalones que señalizan el recorrido por la *comunicación-mundo* de A. Mattelart.

ARMAND MATTELART profesor de ciencias de la información y de la comunicación en la Universidad de Rennes, ha publicado numerosas obras sobre la historia y las teorías de la comunicación traducidas a varios idiomas. De ellas en Siglo XXI, aparecieron *Agresión desde el espacio: cultura y napalm en la era de los satélites*; *La comunicación masiva en el proceso de liberación*; *La invención de la comunicación*; en colaboración con Michèle Mattelart, *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*, y con Ariel Dorfman, *Para leer al pato Donald*.


siglo
veintiuno
editores

ISBN 968-23-2016-X



9 789682 320163