

DETERMINISMO medial e imposibilidad de la COMUNICACIÓN

Por Edison Otero Bello

Otero plantea la necesidad una crítica generalizada a la teoría de la comunicación, tanto en lo que refiere a algunos conceptos teóricos como en la propia construcción del conocimiento. Varios conceptos teóricos son utilizados casi sin ser interpelados mientras lo que proponen, en última instancia, es un escenario de comunicación imposible, por lo cual son inadecuados para explicar los fenómenos de la comunicación en forma satisfactoria. Además, el autor alerta sobre la tendencia a la investigación fragmentada, irrelevante para la construcción de conocimiento general, caracterizada por el desconocimiento mutuo y por la autoreferencia.

Se denomina “determinismo medial” aquí a la creencia y/o la concepción según la cual los medios de comunicación determinan total o parcialmente la realidad social. Aunque no existe una formulación única desarrollada que asuma intelectualmente y en todos sus términos la tesis determinista, diversos modelos y teorías la implican o la manifiestan explícitamente, se trate de la teoría crítica de la sociedad, o la hipótesis de la agenda-setting, y así sea que aludan alternativamente a la opinión pública, las elecciones presidenciales, la moda, la ideología, el consumo o la globalización. Pero la expresa también, y tal vez más decisivamente, una creencia cuyos contornos y límites se desdibujan una y otra vez.

Una de sus expresiones más sostensibles es la que adopta la forma de una ideología profesional, presente

en forma innegable, por ejemplo, en publicistas y periodistas. Así como la medicina tradicional descansa en una cierta concepción de la vida y del rol del médico frente a ella, las definiciones profesionales de publicistas y periodistas descansan en ciertas creencias sobre la efectividad de la persuasión retórica, el poder de los medios de comunicación y su rol en la industria. No es nuestro propósito examinar aquí en detalle los contenidos y el sentido de esta creencia y su relación con las profesiones mencionadas. Nos interesa más bien analizar sus expresiones teóricas, las que —en nuestra percepción— determinan indefectiblemente la imposibilidad de la comunicación. Por cierto, sostenemos que existe una relación necesaria entre los conceptos de determinismo medial y de imposibilidad de la comunicación.



¿Qué quiere decir “imposibilidad de la comunicación”? No, por cierto, que la comunicación sea imposible, o que no hay comunicación. No hace falta tener un espíritu de observación particularmente afinado para percatarse que la comunicación es una realidad. Sus múltiples modalidades y formatos ocurren de hecho. No es eso, pues, lo que queda implicado en la expresión “comunicación imposible”. Los fenómenos de la comunicación, incluyendo la ubicua presencia de los medios de comunicación, constituyen una realidad que, sin embargo, requiere explicación. En materia de comunicación, como en cualquier otra materia, la realidad no habla por sí misma; del mismo modo, la conversación, la malla de las interacciones personales, las redes grupales, el correo electrónico, la programación televisiva o el teléfono celular, tampoco hablan por sí

mismos. Requieren la elaboración de conceptos explicativos que den cuenta de su realidad, la que es compleja y no agota su sentido en la mera manifestación. Decididamente, muchos de sus planos escapan a las primeras aproximaciones. En ese propósito han de entenderse esfuerzos como la teoría de los actos de habla, la pragmática de la comunicación, la hipótesis de la agenda-setting o la teoría de los acontecimientos mediales. Constituyen propuestas intelectuales que buscan develar los contornos implícitos de la comunicación.

El área, campo, ámbito del estudio de los fenómenos de la comunicación exhibe una variedad de propuestas explicativas que se autodenominan, en uno u otro caso, ‘teorías’, ‘modelos’, ‘hipótesis’, etc., que son obra

Edison Otero Bello::
Es licenciado en Filosofía y profesor titular por la Universidad de Chile. Ha sido vicerrector, vicedecano, director académico de carreras de pregrado, magíster y doctorado. Ha sido columnista de las revistas *Ercilla*, *Pluma y Pincel*, *Hoy* y *Talón de Aquiles*, y de los diarios *Las Últimas Noticias* y *La Nación*. Traductor de autores como John Searle, Susan Haack, Howard Gardner, Shari Tishman y Manuel Castells, es autor de libros como *Invitación a la Filosofía* (1990), *Defensa del Oficio Intelectual* (1996), *Teorías de la Comunicación* (1998) y *Ensayos de Epistemología* (2005). Se ha especializado en las áreas de la epistemología, el desarrollo del pensamiento crítico y la teoría de la comunicación. Actualmente, es investigador y editor del Centro de Estudios Universitarios (CEU), de la Universidad UNIACC (Chile).

caso, 'teorías', 'modelos', 'hipótesis', etc., que son obra de escuelas, movimientos, tendencias, grupos o autores individuales. Entre las tareas epistemológicas pendientes está la de evaluar esta diversidad en sus méritos intelectuales propios. No obstante, uno puede guiarse en esta variedad con criterios como, por ejemplo, la presencia o el alcance de las propuestas de una determinada tendencia en la literatura pertinente, como manifestación de su influencia; cuestión que, por supuesto, no puede ser confundida con su capacidad explicativa. El grado de influencia bien pudiera ser un indicador del impacto en un área de estudio de variables exógenas de carácter político o simplemente valórico general, cuestión no extraña sobre todo en las disciplinas sociales y humanísticas.

“Comunicación imposible” quiere decir, entonces, que los fenómenos de la comunicación no resultan satisfactoriamente explicados de la mano de conceptos tales como efectos, medios de comunicación, masa, opinión pública, industria cultural, receptor, etc. En la lógica de estos conceptos resulta dudosa hasta la existencia misma de los fenómenos de la comunicación o, al menos, resultan contradictorios y, finalmente, inexplicables. “Comunicación imposible” es, en consecuencia, la conclusión a la que fatalmente se llega si uno lleva esos conceptos a su máxima tensión. Por cierto, uno supone que esas categorías han sido suficientemente analizadas; pero eso es, precisamente, un supuesto. Muchos de estos conceptos resisten el paso del tiempo porque, en honor a la verdad, no se los ha presionado lo suficientemente como para poner a la vista sus debilidades. Con ello coopera, sin duda, el hecho que, en uno de sus planos, estos conceptos contribuyen al sustento ideológico de algunas profesiones y, aunque de manera no explícita, su crítica se considera algo inconveniente. Se cree —a mi juicio, equivocadamente— que poner en tela de juicio ese sustento equivale a la peor de las defensas. Habría, entonces que evitarlo. Pero, es exactamente lo contrario: evitar la crítica es la peor de las defensas

porque así se renuncia a construir una teoría razonable acerca del verdadero rol de los medios de comunicación en las sociedades recientes.

Sostener que la teoría de la comunicación está requerida de una crítica conceptual relevante no constituye un planteamiento original, no al menos en lo que significa afirmar que las críticas conceptuales son instancias necesarias en el desarrollo de los campos temáticos y, eventualmente, de las disciplinas. Las tradiciones filosófica y científica abundan en ejemplos sobre el particular. Probablemente, por tanto, el requerimiento de crítica conceptual generalizada en teoría de la comunicación tenga más asidero para calificar como algo original. La tendencia en el área es a multiplicar la fragmentación y encerrarse en cientos y hasta miles de mini-investigaciones irrelevantes, que se desarrollan en el solemne y celoso estilo del desconocimiento mutuo, una colección infecunda de monólogos autoreferidos.

Aunque nadie en el área asume la responsabilidad de sostener explícitamente que los conceptos disponibles si son suficientes y son los apropiados, y explican satisfactoriamente los fenómenos de la comunicación, se actúa como si lo fueran; no se reconoce, pues, la necesidad del cambio conceptual. La ausencia de este reconocimiento se correlaciona, y calza perfectamente, con la ostensible fragmentación y atomización de los estudios y la investigación en el área. Aunque no se defienden cabalmente los conceptos disponibles, la responsabilidad intelectual eventualmente esperable es reemplazada por la política de la avestruz: esconder la cabeza e ignorar lo que ocurre alrededor.

La investigación sobre los fenómenos de la comunicación partió marcada por la presión social, política y religiosa de sectores que mantenían la creencia de los efectos poderosos de los medios de comunicación.¹ No se trata de un hecho inédito. La historia de la



química, por ejemplo, revela la tensión que experimentaron los investigadores por toda una época en relación al conjunto de creencias asociadas a la alquimia. Algo semejante puede decirse sobre muchas creencias religiosas, elitistas y populares, vinculados a la mente humana y su difícil convivencia con el desarrollo de la psicología como disciplina intelectual. Sostenemos que tal es el caso con el estudio de los fenómenos de la comunicación. De un modo u otro, disfrazado con una apariencia u otra, el problema siempre ha consistido en enfrentarse a una creencia persistente y que, en tanto encarnada en sectores no asociados a la investigación, han definido a priori la tarea como la búsqueda de confirmación de la creencia. Una demostración significativa de la presión social ejercida tempranamente sobre la investigación

queda a la vista en el párrafo siguiente, de sorprendente carácter testimonial, incluido en un artículo de Joseph Klapper que data de 1957: "Profesores, sacerdotes, padres y legisladores nos han preguntado miles de veces, en los últimos quince años, si la violencia en los medios de comunicación produce delincuencia, si los medios mejoran o vulgarizan el gusto del público, y qué pueden hacer para persuadir políticamente a sus audiencias. Sobre estas cuestiones no solo no hemos podido dar respuestas definitivas sino que hemos hecho algo peor: hemos aportado evidencia para respaldar parcialmente todos los puntos de vista".²

Esto explica por qué el énfasis siempre ha estado en el nivel de la comunicación medial. Las investigaciones sobre la comunicación interpersonal, las interacciones

1:: Este hecho está ampliamente reconocido y se lo alude con la expresión "pánico moral". Sobre el tema, el autor obligado es el sociólogo británico Stanley Cohen y su libro, "Folk Devils and Moral Panics", que ya constituye un clásico (Cohen, 1972). En la tercera edición, se agregan un prólogo que revisa el estado del arte en la materia y una excelente selección bibliográfica (Cohen, 2002). Cohen, Stanley (2002): *Folk Devils and Moral Panics. Third Edition. London and New York: Routledge.*

2:: Klapper, Joseph T. (1957): "What we know about the effects of mass communication: the brink of hope". *Public Opinion Quarterly*, vol. XXIII, Nº 4.

grupales y organizacionales, han sido habitualmente el pariente pobre de los estudios. Sin embargo, precisamente es en esos niveles de la comunicación donde puede hallarse evidencia valiosa para elaborar un planteamiento razonable sobre el verdadero rol de los medios de comunicación.

En ese sentido, la brecha en el estudio de los niveles interpersonal y medial de la comunicación (denunciada, por ejemplo, por Everett Rogers) es demasiado decidora como para dejarla pasar inadvertida.³ Se trata de una fragmentación sumamente funcional a la creencia en los efectos poderosos de los medios de comunicación. He ahí el por qué autores como Goffman, Habermas o Castells constituyen un dolor de cabeza para los teóricos profesionales e institucionales de los medios de comunicación; no se les puede integrar sin deshacer la malla conceptual implícita.

Las experiencias no mediales de la comunicación son las que mejor revelan —¿y cómo podría ser de otro modo?— las dimensiones sociales de la vida cotidiana, las interacciones y las redes de las personas, el tejido de sus creencias y valoraciones, y su expresión en organizaciones e instituciones. Toda esta realidad, multidimensional y cambiante, es lo que se ignora sistemáticamente o se subestima en la teorías mediales encadenadas a la creencia en los efectos poderosos. La explicación es obvia: despojar a los medios de comunicación de su capacidad casi mágica de agencia, de su condición de determinación indiscutible de la realidad social, significa quitar el sustento para la continuidad de la creencia. La brecha entre los estudios de los niveles no mediales y medial de la comunicación no constituye, en consecuencia, un error o un equívoco que una sana disposición intelectual podría enmendar sino un signo de la definición de los términos en función de la creencia. ¿Cómo explicar si no, por ejemplo, el sistemático silencio en relación a las investigaciones electorales de Paul Lazarsfeld? Darles lugar y considerarlas en

sus implicaciones significaría echar abajo un andamiaje de profecías autocumplidas de la industria medial.

En rigor, ninguna de las teorías mediales existentes proporciona una explicación consistente y satisfactoria de los efectos poderosos de los medios de comunicación. Caja negra, zona oscura, enigma de los enigmas, todo se despliega en el ámbito de las más absolutas generalidades, en el arte de la mayor ausencia de especificación, en el movimiento pendular que lleva desde el auge entusiasta de recientes conceptos que finalmente resuelven el puzzle y su consiguiente y estrepitosa caída, se trate de los estudios culturales o la psicología cognitiva. Esta dialéctica de euforia y desencanto marca los estudios mediales periódicamente.

Sin duda alguna, Harold Laswell debe ser incluido entre los autores del ámbito académico que suscriben un modelo de efectos poderosos de los medios de comunicación. Pero este conjunto admite matices. Más extremos que Laswell son, claramente, los teóricos críticos de la sociedad en su versión clásica, para quienes la industria cultural y la hegemonía no admiten excepciones. Contra todo lo que prácticamente la divulgación tradicional acostumbra a repetir, Laswell matizó sus pensamientos. Por ejemplo y en relación a la propaganda, pudo decir que "...a la vez refleja, critica y parcialmente modifica la estructura social".⁴

La responsabilidad que sí puede atribuirse a Laswell sin deformar los hechos tiene que ver con la adopción del modelo de 'efectos'. En honor a la verdad, no hay diferencias significativas entre los padres fundadores a este respecto. Cuando Laswell ofrece su modelo de las cinco preguntas (que incluye aquella de "¿con qué efecto?") no está sino tomando la ruta lógica. En el escenario del pensamiento científico convencional de la época, explicar es ante todo, cuando no exclusivamente, aplicar la fórmula causa-efecto. Ello incluye

3::

E. M. Rogers (1991): "Anatomy of the Two Subdisciplines of Communication Theory Study". *Human Communication Research*, vol. 25, Nº 4, 618-631.

4::

B. Smith; H. Laswell y R. Casey (1946, 2): *Propaganda, Communications, and Public Opinion. A Comprehensive Reference Guide*. New Jersey: Princeton University Press.

5::

Una notable excepción a esta afirmación general es la postura del psicólogo William McGuire quien, de manera explícita, califica los supuestos efectos poderosos de los medios de comunicación como un mito. W. McGuire (1986): "The Myth of Massive Media Impact: Savagings and Salvagings". En *Public Communication and Behavior*, Vol. I, 173-257. Comstock, G. (ed.), Orlando, FL, Academic Press.

6::

No resultará ocioso decir que en la filosofía hay igualmente muchos testimonios críticos a propósito de la idea de causalidad.

7::

M. Castells (2001): *La Galaxia Gutenberg. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad*. Barcelona: Plaza Et Janés Editores.



a las ciencias sociales en las que —con la excepción de los comprensivistas inspirados en Dilthey y la idea de 'ciencias del espíritu'— mantenía su validez la recomendación de que debían seguir el modelo de las ciencias naturales y, en particular, de la física. La preponderancia del positivismo y del conductismo no hizo sino aumentar la presión en esa dirección.

Sin embargo, en el caso de la teoría de la comunicación, estamos hablando de un modelo de causalidad prácticamente no sometido a elaboración, importado sin cuestionamiento, carente de cualquier intento de especificación. Esto explica que no haya calificaciones sustantivas que hacer respecto de su rol simultáneo, con matices diferentes, como contenido de una teoría cualquiera de efectos de los medios de

comunicación (determinismo medial) y como núcleo de una creencia perfectamente identificable que ha persistido en el tiempo. El nulo, o escaso, análisis crítico en el área revela que en lo fundamental la reflexión ha desempeñado un rol funcionario respecto de la creencia.

Porque en el ámbito de origen —las ciencias naturales— sí había y continuó habiendo un riquísimo debate sobre la causalidad, al menos toda la polémica asociada a las implicaciones no deterministas de la física cuántica o, antes, al desarrollo de la probabilidad. Pero, lo que resulta más agravante para la reflexión comunicacional, es que ésta no solo no ha asumido en momento alguno el espacio de debate abierto en relación a la causalidad —lo que aparece

como algo intelectualmente injustificable— sino que ni siquiera ha adoptado un modelo básico explícito de causalidad. Tratándose de los afanes intelectuales de la teoría de la comunicación en relación al problema de la causalidad, basta con Aristóteles, con la advertencia de que se trata de un Aristóteles simplón, elemental, desprovisto de cualquier complejidad. Otra vez, no es la teoría la que desafía a la creencia sino la creencia la que impone sus términos. Estos términos son, principalmente, la formulación vaga y al bulto de una idea y su rechazo de cualquier instancia, no ya crítica, sino simplemente analítica.

Valga decir, y a riesgo de parecer reiterativo, que Laswell —con todo su estilo de *outsider*— fue bastante flexible y juicioso en sus intuiciones por relación a los medios de comunicación y la sociedad. Hizo explícito lugar al fenómeno de la interpretación y sostuvo que variaba de una cultura a otra, de modo que no podía asumirse un significado universal para gestos, palabras o mensajes en general (1946, 108-109).

Con la honrosa excepción de Marshall McLuhan, en lo fundamental la reflexión comunicacional ha sido análisis de contenido y lo ha sido hasta la saciedad. El que lo sea revela, por otra parte, la ninguna sensibilidad tecnológica de la teoría. Y, sin embargo, los fenómenos tecnológicos constituyen un área de estudio —historia y teoría de la tecnología— con su propio peso. Entre lo más reciente que pueda señalarse al respecto, y que guarda directa relación con el estudio de los fenómenos de la comunicación, están las investigaciones del sociólogo español Manuel Castells a propósito de la era de la información y, en particular, su teoría sobre el desarrollo de Internet. Estas investigaciones están centradas en el análisis de la revolución tecnológica que, junto con las crisis y readaptaciones del capitalismo y el desarrollo de nuevos movimientos sociales, constituyen la matriz responsable de las macrotransformaciones que caracterizan la era de la información.

8::

G. Basalla (1991):
La evolución de la tecnología.
México: Consejo Nacional para
la Cultura y las Artes.

Al girar exclusivamente en torno del análisis de contenido, la reflexión comunicacional cerró las puertas a las tecnologías implicadas, a las que consideró como nada más que 'canales', instrumentos o 'medios'. La misma expresión 'medios de comunicación' revela el sesgo de esta opción. Así, el área se condenó a suscribir modelos simples de difusión y adopción social de una tecnología. Digámoslo: no necesitaba más, y con eso le bastaba. La tesis de que las tecnologías no son más que meros 'medios' está desmentida una y otra vez por la reflexión tecnológica histórica y teórica de las últimas décadas, la que respalda sin rodeos la conclusión de que una teoría de la comunicación sin una teoría de la tecnología es, lisa y llanamente, un callejón sin salida, un castillo construido sobre la arena.

No solo Castells testimonia la pertinencia de avanzar en la dirección de una teoría de la comunicación que integre una consistente teoría de la tecnología. La obra de George Basalla, centrada en el concepto de evolución tecnológica, aporta una variedad de agudos análisis de clara relevancia para la teoría de la comunicación. Y, por cierto, la relectura de McLuhan tiene que formar parte de un programa inclusivo de investigación.

Como conclusión general, podemos afirmar que una teoría futura de la comunicación deberá, pues, saldar cuentas con las omisiones, silencios y responsabilidades mantenidas en relación a la creencia en los efectos poderosos de los medios de comunicación, desarrollar un ingente esfuerzo de integración de los niveles no mediales y mediales de la comunicación (incorporando de manera sistemática los aportes de autores como Goffman, Watzlawick, Habermas o Castells, entre otros) y tendiendo los necesarios puentes hacia la historia y la teoría de la tecnología. Solo un programa así concebido puede elaborar una explicación satisfactoria del verdadero rol de los medios de comunicación en las sociedades de transición cultural de las que somos parte. ■■