

El poder de los medios/los medios del poder

11

Daniel Briguët

La Trama de la Comunicación - Dossier 50 años

El poder de los medios/los medios del poder - Daniel Briguët

Publicado en La Trama de la Comunicación volumen 1 año 1995

Daniel Briguet | Prof. Titular Seminario “Utopías Tecnológicas”
 “Hay que cesar de describir siempre los efectos de poder en términos negativos (...) De hecho, el poder produce; produce realidad; produce ámbitos de objetos y rituales de verdad”. Michel Foucault - “Vigilar y Castigar”

Este trabajo surge de una relectura de “Vigilar y Castigar” y responde a la inquietud de trazar ciertos vínculos entre la concepción del poder que allí desarrolla Michel Foucault y la reflexión teórica sobre el poder de los medios masivos de comunicación. La inquietud, a su vez, es producto de un doble estímulo. De un lado, la cuestión del poder está presente en las primeras teorías de la comunicación. Asoma con nitidez en la corriente funcionalista y la llamada “communication research” pero es también perceptible, con los matices del caso, en la Teoría Crítica acuñada en el seno de la Escuela de Frankfurt¹.

Asume diversas formas a través de modelos que remiten a una evolución temporal como a la coexistencia de distintos espacios teóricos, algunos de los cuales plantean un diálogo o exhiben zonas de contacto con los textos de Foucault.

De otro lado, es difícil leer un texto como “Vigilar y Castigar” sin caer en la tentación de remitirlo al campo de la comunicación. Al interrogante que suscita su ausencia en el conjunto de la producción foucaultiana podría replicarse diciendo que Foucault formula, bajo otros términos, un “objeto” análogo; que, sin referir a los “medios” o a las comunicaciones, “Vigilar y Castigar” -también- puede ser leído como una teoría de las mediaciones y la comunicación penal. Pero, en nuestro caso, se trata solo de una temeraria proposición.

El trabajo se limita a avanzar en la primera de las vertientes.

1 Véase, en particular, P. Lazarsfeld y R. Merton, *Comunicación de Masas, Gusto Popular y Acción Social Organizada*, en H. Muraro comp., *LA COMUNICACION DE MASAS*, Centro Editor, Bs As, 1978; y T. Adorno y M. Horkheimer, *La Industria Cultural*, en *VVAA, INDUSTRIA CULTURAL Y SOCIEDAD DE MASAS*, Monte Avila, Caracas, 1974.

Más concretamente: habla de la inserción, en las teorías comunicacionales o afines, de la revisión del concepto de poder como instancia productiva y no centralizada, coextensiva al campo social. Es una revisión que, en direcciones no siempre convergentes, forma ya un considerable paquete teórico. Aquí solo recogeremos algunas líneas. Queda como posibilidad lo que sin duda hubiera requerido un abordaje más específico y un esfuerzo de remisión/confrontación más detallado: la posibilidad de analizar el desarrollo de los medios masivos y los procesos de mediación en relación a lo que Foucault llama “sociedad disciplinaria”; el modo en que la función informativa de dichos medios puede corresponder a los dispositivos de vigilancia y control agrupados bajo el nombre de panoptismo y en que la visión de Foucault se relaciona o confronta con las teorías más específicas.

1. REPRESENTACION/REPRESION

Los distintos momentos en la reflexión sobre el poder de los medios masivos de comunicación pueden caracterizarse según el tránsito -o el desplazamiento- de un modelo referencial-reproductivo a un modelo productivo.

El modelo referencial tiene como marco una teoría de la representación y articula estos supuestos: la existencia de una realidad previa, exterior al circuito de la comunicación, que los medios reflejan; el carácter parcial, limitado o distorsionado que suele asumir dicho reflejo; su instrumentación por determinados grupos de poder. En este modelo el medio es un nexo entre lo real social y el público receptor. La verdad de sus mensajes se mide en relación a la fidelidad que guarda respecto a sus referentes: aunque admite una división binaria, no es un valor absoluto ni admite a la mentira como único oponente. Como la fidelidad, se expresa en gradaciones y apunta a un cuadro ideal que haría posible el libre acceso del público a la realidad social.

Este cuadro ideal se recorta siempre sobre la realidad de los in-

tereses que controlan el funcionamiento de los medios. Intereses de grupo o de clase, de gobierno o de sector, relativos o variables, en un contexto social que tendería al equilibrio -como en las teorías funcionalistas- o dominantes y absolutos, confundidos con un sistema social de dominio, como en la Teoría Crítica². Pero en cualquier caso, razón y causa de una operación de bloqueo, de una acción de sustracción. La mentira y el engaño no son sino algunos de sus efectos; también lo son el ocultamiento, la elusión, la distorsión. Los intereses operan como una suerte de valla entre los destinatarios de la comunicación y sus referentes; generan puntos de vista parciales o visiones limitadas sustrayendo, en la producción del mensaje, el carácter de esa parcialidad. El registro medial, que es siempre parte de un todo, se presenta así como una visión global³. Dicha visión es, de hecho, la versión de lo real social que el grupo dominante ofrece, la afirmación de su dominio en ese juego de reducción-amplificación.

El medio-nexo aparece como un instrumento de dominación en tanto puede reproducir, amplificar o multiplicar la voluntad de los grupos emisores, Voluntad que, según lo dicho, parece desplegarse en dos sentidos: en sentido positivo, se extendería sobre la masa de receptores, promoviendo al conjunto las normas y valores de un sector, induciendo -con ello- determinadas opiniones y comportamientos; en sentido negativo, coartaría el acceso de esa masa a lo real social -al menos, a la vasta región que está más allá de su experiencia inmediata- mediante una ac-

2 Mientras el Funcionalismo analiza el funcionamiento de los medios como partes de un proceso de socialización en un sistema cuyo supuesto es el orden o el equilibrio social, Adorno y Horkheimer conciben la industria cultural como un sistema de dominio regido por "el poder total del capital", op cit, p. 177.

3 "En conclusión, podemos afirmar que incluso la reproducción documental es algo más o menos hecho (...) Así pues, cuando se participa de la realidad a través de los medios, no hay que olvidar que de ésta sólo se obtiene una parte" , Doelker, Christian, LA REALIDAD MANIPULADA, Gustavo Gilli, Barcelona, 1982, p. 74.

ción de bloqueo o reducción. Ambos movimientos coinciden en un dispositivo común que puede sintetizarse en el concepto de manipulación. En las teorías de la comunicación masiva -y en el imaginario que las circunda y atraviesa- el término “manipulación” es tanto el nombre de un conjunto de operaciones sobre los referentes del mensaje como de una estrategia tendida sobre el público, tendiente a obtener determinados efectos de conducta⁴.

Los dispositivos de manipulación remitirían a una función general de control social. Esta función comprende el control de los receptores a través de conductas inducidas, pero dicha inducción sólo es posible en un marco donde los medios masivos parecen vías de acceso excluyentes a vastas regiones de la realidad social. El funcionamiento del control social aparece como la expresión de un poder de naturaleza negativa o coercitiva; la coerción, sin embargo, se ejercería menos sobre los receptores, a los que intentaría persuadir o seducir, que sobre los referentes de la comunicación. Es importante destacar este doble aspecto, implícito en las primeras teorías sobre el poder comunicacional: de un lado, un poder que cifra su fuerza en aquello que logra reprimir, en lo que sustrae o reduce; pero, a la vez, un poder que se afirma en la inducción de ciertas actitudes, en la promoción de determinadas normas, en la generación o el reforzamiento de cierta clase de conductas. Si bien las teorías de la manipulación privilegian el segundo momento -el poder como manipulación de conductas- ambos suelen articularse de modo tal que, acentuando sus términos, permiten pensar en una conversión: las fuerzas desplegadas, como persuasión o seducción, en la instancia receptiva no harían

4 "A muchos alarma la ubicuidad y el poderío de los medios masivos de comunicación. Pero hay otra base, probablemente más realista, para la generalizada preocupación por la función social de los medios masivos de comunicación: una base que se vincula con los cambiantes tipos de control social ejercidos por grupos de interés en la sociedad. De manera creciente, los principales grupos de poder, entre los cuales la finanza organizada ocupa el sitio más espectacular, han pasado a adoptar técnicas para manipular al público masivo ...", Lazarsfeld y Merton, op cit, p. 37.

sino traducir o reconvertir el trabajo insumido en la función represiva.

1.1. REPRESION/REPRODUCCION

Las imágenes del medio-nexo y del medio instrumento coinciden en una imagen del poder medial que es a la vez represivo y reproductor. La acción represiva bloquearía ciertos accesos a la experiencia social, velaría ciertas regiones, sustrayéndolas a la mirada pública -la imagen del poder es aquí de aquello que se podría decir pero no se dice, de lo que podría mostrarse pero se mantiene oculto⁵ -; supone una relación de exterioridad del medio con los acontecimientos que dice registrar o representar, al tiempo que sugiere una potencialidad de registro que la operación manipuladora inhibe. En las teorías críticas, esta potencialidad es reducida o ínfima porque se identifica allí la racionalidad tecnológica con una racionalidad de dominio, de modo que el poder de las nuevas tecnologías de comunicación es inseparable de las nuevas modalidades de desigualdad y dominación social⁶. En la corriente funcionalista, el margen entre la potencialidad y el registro efectivo es variable y no aparece velado por la naturaleza de los medios sino, en todo caso, por una acción disfuncional que pervierte su uso⁷. De todas maneras, la idea de un registro

5 "En la medida en que los medios masivos han tenido una influencia sobre su público, ésta ha surgido no solo de lo que se dice sino, más importante, de lo que no se dice. Es que estos medios no sólo afirman permanentemente el statu quo sino que, en igual medida, omiten sus citas cuestiones esenciales sobre la estructura de la sociedad", Lazarsfeld y Merton, op cit, p. 37.

6 "... 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. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo", Adorno y Horkheimer, op cit, p. 178.

7 Dado que el supuesto funcionalista del equilibrio social tiende a la afirmación del statu quo, el control de la información y la consiguiente afirmación de un poder, no necesariamente tiene efectos disfuncionales. La visión de Lazarsfeld

potencial, siempre extensible, conlleva la idea de una realidad no cubierta o encubierta en relación a la cual se miden los grados de veracidad, los márgenes de manipulación.

Este es el cuadro típico del género informativo pero puede extenderse, con algunas variaciones, a los géneros de ficción: sobre el reflejo informativo como sobre la representación dramática pesa la sospecha de un real posible que no se corporiza o no termina de incorporarse. Generalizada invocación a la “realidad” y generalizado déficit. Sospecha común que permite unificar las interpelaciones: de la información se dice que es “ficticia” y de la ficción, que es poco informativa⁸.

Si la función represiva supone una relación de exterioridad medio-acontecimiento, la función reproductiva es la manifestación de un poder extrínseco. Los medios masivos pueden ser más o menos poderosos pero sólo y en tanto reproducen el poder de quienes los controlan. Son, en el mejor de los casos, poderosos instrumentos del Poder. Si se trata de un poder sectorial o de grupo, estará personificado y remitirá a un proyecto o una intención; si -como en la Teoría Crítica- es el poder del Sistema el que opera, la dinámica de los medios responderá, punto por punto, a la lógica de su reproducción. En “1984”, la fantasía de Orwell explora con cierta imaginación estas relaciones presentando una sociedad dominada por un poder omnímodo cuyas manifestaciones más visibles son las pantallas de televisión. Y la versión filmica de M. Rattford, al resaltar el protagonismo de la comunicación

y Merton -una variante "crítica" de la corriente- no coincide con la que sugiere el cuadro de funciones de Wright, Charles, Análisis Funcional y Comunicación de Masas, en Moragas Spa comp. SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS, Gustavo Gilli, Barcelona, 1982

8 La sospecha de una función evasiva implícita en el accionar de los medios parece tener como correlato una inflación o afirmación del sentimiento de realidad: sentimiento de pérdida, de ausencia, de nostalgia quizá por el estadio mítico y primitivo de una realidad objetivada, a salvo de toda manipulación.

visual teledirigida, agrega un matiz de ambigüedad que juega con la tensión entre la imagen del poder y el poder de la imagen, entre los referentes del poder y su localización (ver, más adelante, el medio-doble).

Pero, a despecho de las diversas lógicas que lo animen, se trata de un poder generado desde afuera, que se ejerce desde arriba, que responde a intereses y tiende su propio campo de operaciones. Exterioridad, verticalidad, centralidad, son atributos reproducidos por la mediación comunicativa, cuya imagen parece oscilar entre dos polos: o está adherida a una estructura social de dominación-integración, de la cual no es más que una expresión; o bien es el efecto de un movimiento que presenta lo tecnológico como una realidad más o menos autónoma para (re)insertarlo luego en una estrategia de manipulación. La lógica instrumentalista acerca el medio-instrumento a la mitología del medio-invento, que recorre el enfoque funcional y aún tiñe el imaginario colectivo.

2. UN MODELO PRODUCTIVO

Frente a un modelo basado en la representación de lo real, cabe trazar otro de corte productivo. No es un modelo acabado ni responde a una sola teoría o a la inspiración de un autor: aparece como el punto de confluencia de algunas tendencias de investigación recientes, de otras más antiguas -y entre ambas deben situarse los textos de Foucault citados al comienzo⁹-; de su interacción con la penetración y el desarrollo de nuevas modalidades

9 Las referencias son heterogéneas y van de la Semiótica de Peirce a los textos de Eliseo Verón sobre la mediación (CONSTRUIR EL ACONTECIMIENTO, LA SEMIOSIS SOCIAL), del texto fundador de Walter Benjamin sobre las mediaciones culturales (La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica) a los trabajos de Marshall McLuhan y su diagnóstico de la sociedad medial (LA GALAXIA GUTENBERG, LA COMPRESION DE LOS MEDIOS COMO EXTENSIONES DEL HOMBRE).

de la comunicación masiva. Del amplio repertorio de novedades en este campo, la mas definitoria de la cultura contemporánea es sin duda la televisión. El

“dispositivo” de la televisión pone en escena una serie de procesos perceptivo-discursivos comunes a otros medios y que tal vez precedieron, históricamente, el fenómeno de la mediación pero que encuentran en la pantalla electrónica una superficie de manifestaciones casi nítidas; sobre ellos, induce otros que pueden considerarse específicos.

A partir de este dispositivo -y en particular, de sus registros periodístico-informativos- ya no es posible pensar en los medios como meros vehículos de acontecimientos preexistentes. Cada telediario, cada flash informativo ponen en la pantalla, es verdad, un conjunto de hechos que genéricamente son atribuibles al “acontecer diario”. Pero una mirada atenta percibirá, en la textura de ese mosaico, huellas que no remiten a una realidad externa sino a efectos del registro mismo; descubrirá una serie de acontecimientos inducidos por la presencia o la acción del medio, dirigidos al ojo de la cámara, impensables en otro marco que no sea el de la escena televisiva; percibirá igualmente que el conjunto de la información, aún de aquella que con mas derecho podría reclamar una existencia objetiva, aparece teñido por un efecto de puesta, un “carácter construido”¹⁰ inherente a la producción de la imagen. Ocurre entonces una paradoja: cada acontecimiento parece dotado de una entidad propia pero, a la vez, esa entidad solo se corporiza en el acontecimiento televisual.

2.1. UN NUEVO TERRITORIO

En el modelo productivo no hay una realidad a priori, unos referentes que puedan objetivarse. La sola posibilidad de que ciertos acontecimientos sean efectos de la inducción medial, de que

¹⁰ Verón, Eliseo, Síntomas de otra ficción, Tiempo Argentino, 10/6/86.

otros se configuren a partir de ella, cuestiona tanto la noción de representación como la de registro. El registro ya no es la traslación de un espacio a otro, la conversión de un acontecimiento en mensaje; es -tanto como eso- la configuración de otro espacio, el indicio de un nuevo tipo de acontecimientos¹¹. En el modelo productivo, el registro deviene producción.

Tal producción puede verse, no según la visión de la producción industrial convencional, sino como un dispositivo de ocupación. Los circuitos de comunicación se extienden y ramifican, de modo progresivo, sobre el territorio real, descubriendo nuevos pliegues, levantando otros escenarios, fecundándolo con nuevos saberes. Es una penetración a la vez discreta y ostensible: discreta porque se realiza bajo la forma del registro y la cobertura; ostensible porque su efectividad depende del modo -y la intensidad- en que es percibida. El término “cobertura” expresa bien esta ambigüedad ya que alude tanto a la captura de un acontecimiento como a la cobertura -en un sentido casi militar- del territorio donde se produce. Cada cobertura supone una expansión del campo de visibilidad que el medio traza: debe ser percibida -reconocida como tal- porque la ocupación se realiza sobre el reconocimiento del público usuario, reclama su participación¹².

No hay nada aquí parecido a un modelo de recepción según el marco de la representación. El “mensaje” no resulta de haber transpuesto un acontecimiento previo al código de la imagen;

11 Briguet, Daniel, La comprensión de los medios como lenguajes, en PROBLEMAS DEL LENGUAJE, LALITERATURA Y EL DISCURSO, UNR, Rosario, 1989, p. 45.

12 "... La televisión comienza a establecer un nuevo género de ambiente cultural y social caracterizado por la creciente accesibilidad de las imágenes. Esta accesibilidad es similar a la comprensión de un territorio. Durante las fases de expansión y ocupación, la adquisición de un nuevo espacio territorial aparece como el hecho más importante de larga duración. Cada oyente es puesto en condiciones de participar por completo (o así lo cree) en la posesión del nuevo territorio", Colombo, Furio, TELEVISION: LA REALIDAD COMO ESPECTACULO, Gustavo Gilli, Barcelona, 1975, p. 25.

es, mas bien, un acontecimiento de distinta naturaleza, ni real ni ficticio, ni verdadero ni falso, una cruce o coproducción de dos órdenes: lo real y lo medial. Su particularidad no reside en recortarse sobre un territorio dado sino en inducir el territorio que lo incluye. La mirada del público percibe la ocurrencia de uno en forma simultánea a la emergencia del otro: en la intersección de esta mirada y la mirada de la cámara surge el nuevo territorio¹³.

Su expansión no tiene objetivos de dominación sino de confusión: apunta a interactuar con el territorio de lo real coproduciendo, en una relación circular, una escena común. Dicha escena supone la exclusión de todo real fuera de su marco. Lejos de inventar un mundo ficticio, el dispositivo actual de la televisión parece avanzar en el sentido de tornar cada vez mas lábiles los límites entre la experiencia social y su construcción medial; antes que mimetizarse con las apariencias de la “realidad”, tiende a establecer lazos de contigüidad, dibujando un continuum donde la distinción entre los órdenes resulte irrelevante.

Esta confusión es siempre una virtualidad. Responde a una estrategia que no procede por hechos consumados, irreversibles, sino por la fijación de indicios, señales de campo posibles: cada cobertura actualiza esa posibilidad con su emergencia pero la reinstaura no bien ella se disipa. El efecto es de un campo ilimitado o de un continuum indefinido. Las primeras teorías funcionalistas vinculaban el poder de los medios con su ubicuidad: era una imagen cifrada en la posibilidad de llegar a vastas regiones de audiencia¹⁴. Los dispositivos mediales extienden hoy esa condición al mundo que pueden cubrir o contener a lo que es, vir-

13 A propósito de la concurrencia de medio y público en el acontecimiento televisual, Colombo señala "la alianza entre la accesibilidad de las imágenes, dada y sobretodo prometida, y la expectativa de esta accesibilidad, una actitud de disponibilidad voluntaria del público que actúa en el mismo sentido del nacionalismo en los ciclos históricos de unificación o expansión de un país", Colombo, op cit, p. 25/26.

14 Lazarsfeld y Merton, op cit, p. 25/26.

tualmente, todo el mundo posible: el término “ubicuidad” pierde sentido porque ya no se trata de la inserción de los medios en un territorio sino de la definición de la realidad social a partir de las redes de comunicación¹⁵.

La estrategia de una producción virtual convierte lo real no cubierto del modelo referencial en un excedente “positivo”. En tanto el mundo se traza sobre el campo de los medios cada (nueva) producción redundante en un movimiento de expansión/crecimiento. Bajo estos términos puede aplicarse casi literalmente la cita de Foucault del comienzo como la frase de Eco según la cual la TV es cada vez menos un “vehículo” y cada vez más un “aparato productor”¹⁶. En el modelo referencial, la representación se recorta sobre una realidad objetiva, fuente inagotable -aunque a menudo restringida- de acontecimientos puros. En el modo productivo, el acontecimiento medial actualiza fugazmente un mundo que no termina de trazarse. Allá, la manipulación redundante en un déficit o ausencia de realidad; aquí la mediación equivale a la producción de otra(s) realidad(es).

Frente a la imagen del poder que reprime o bloquea, surge un poder que induce, suscita, configura¹⁷. No cifra su fuerza en lo que puede sustraer sino en la puesta en evidencia de su capacidad productiva. No se mide hacia afuera ni depende de aquello que podría decir y calla o, pudiendo mostrar, oculta: depende del

15 "Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran", Verón, E., CONSTRUIR EL ACONTECIMIENTO, Edit. Gedisa, Bs As, 1983, p. 11.

16 Eco, Umberto, LA ESTRATEGIA DE LA ILUSION, Edit. Lumen-De la Flor, Bs As, 1988, p. 210.

17 " ... la relación de poder, es decir, la relación de la fuerza con la fuerza, una acción sobre una acción. Una relación defuerzas es una relación del tipo incitar, suscitar, combinar ...", Deleuze, G., FOUCAULT, Edit. Paidós, Bs As, 1987, p. 55.

modo en que logra disolver toda supeditación a un referente externo, constituyendo un mundo autoreferencial. El dispositivo de la televisión es el que exhibe con mayor intensidad esta tendencia. “Nos encaminamos -dice Eco- hacia una situación televisiva en la que la relación entre el enunciado y los hechos resulta cada vez menos relevante con respecto a la verdad del acto de enunciación y la experiencia de recepción por parte del espectador”¹⁸.

En ese mundo autoreferencial, la verdad no tiene un reverso; es función de una productividad, de las fuerzas que despliega el campo de la comunicación, de sus correlaciones y disputas. Sólo puede realizarse en un espacio conquistado.

2.2. EFECTOS DE (1) PODER

En la descripción del modelo referencial vimos que la acción represiva remitía a un poder extrínseco: intereses de distinto orden que, a través de una comunicación manipulada, manipulaban opiniones y actitudes. El desplazamiento de esta función, ¿supone una licuación de sus agentes?. La respuesta no es terminante. La noción de interés persiste pero en un campo que los desborda, cuyas estrategias no deciden y cuyos efectos no son controlables.

La pregunta por el poder de los medios fue desde el comienzo una pregunta por sus efectos. O mejor: por su efectividad para generar o imponer ciertos comportamientos. La relación emisor-receptor se define en términos persuasivos y afecta aquellos sectores sociales donde la persuasión aparece como un valor central: la publicidad comercial y la propaganda política¹⁹. El primer funcionalismo traduce estos interrogantes en una metodología de corte empírico forjada sobre un par de supuestos: los mensajes de los medios masivos pueden ejercer alguna influencia sobre

¹⁸Eco, U., op cit, p. 209.

¹⁹Piccini, M. y Nethol, A. M., INTRODUCCION A LA PEDAGOGIA DE LA COMUNICACION, Terranova, México, p.15/16.

sus receptores; esta influencia puede ser observada, recortada y cuantificada. Las investigaciones giran alrededor de efectos puntuales, en períodos de tiempo acotados, sobre temas previamente circunscriptos, tratan de establecer una relación de causa-efecto. Doble ilusión: a la visibilidad de un poder que podía identificarse -con una persona, un grupo, una empresa, un gobierno- debía corresponder la visibilidad de sus influencias, recortadas en un campo de observación. Igualmente, al carácter cuantitativo de sus expresiones -variables según se tratara del marketing o del consenso, pero siempre numéricas- correspondía la precisión y exactitud de las mediciones. El supuesto de la visibilidad, la necesidad de recorte y cuantificación, inducen una política espectacular de investigaciones. Suministrados ciertos contenidos, se trata de encontrar un escenario de evidencias a la capacidad de penetración del medio-instrumento. Las campañas electorales son, aún hoy, un tópico ilustrado. Ellas ponen en juego el par opinión-actitud mediante el cual los “efectos” se reflejarían en rasgos de conducta. Sin esta representación, el acto de la recepción es de una intimidad enigmática: la incertidumbre del efecto coloca a su presunta causa en una posición incierta.

La pregunta inicial sobre el poder de los medios no obtuvo resultados positivos. De la ausencia o la relatividad de una acción directa sobre los públicos se infirió pronto la relatividad global del potencial imaginado: las imágenes no correspondían a los números²⁰. Este es uno de los factores que incidió en el rumbo de la investigación, desplazando sus acentos: de los efectos puntuales se deslizó a los efectos a largo plazo; de los cambios en opiniones y actitudes a variaciones en el saber y en los modos de percepción; de la exhibición de un tema en particular a la definición de la realidad social. La “communication research” se aproxima, de este modo, a un modelo productivo que en los comienzos de la comunicología funcionalista no parecía compatible con ella.

20 Lazarsfeld y Merton, op cit, p. 28/29.

Pero aquella etapa trazó una marca, una imagen del poder medial que aún persiste: imagen delineada sobre una relación de causalidad y su desplazamiento. En principio, dicha relación va de los contenidos del medio a la conducta del receptor. El medio ocupa allí un lugar central pero solo como vehículo de la intención del emisor. Central en relación al público, es instrumental respecto de aquél. Esta “tensión” se resuelve en la presunción de que el medio no hace sino doblar la centralidad del emisor que se sirve de él. De ahí su doble carácter instrumental y neutral. Teorías divergentes del funcionalismo construirán un modelo de comunicación que tiende a abordar la figura de un poder intencional y personalizado pero que preservará, no obstante, la relación de subordinación medio-mensaje y su preeminencia sobre la instancia de la recepción²¹.

Esta aparece como un lugar inerte, el punto de aplicación de una fuerza. El correlato de un poder localizado e identificable es un público disperso y anónimo; el correlato de su capacidad de influencia es un receptor dispuesto a ser influenciado. La neutralidad del medio es condición necesaria de esta asimetría, que se presenta como relación de transmisión en un solo sentido. Puede argüirse que, después de todo, este es el desarrollo efectivo que siguieron los medios masivos y que el modelo inicial no es sino una simplificación, más o menos esquemática, de una situación de hecho, a saber: los procesos de mediación son básicamente procesos de transmisión/difusión. Pero puede replicarse también que esa no es sino una forma de puntuar el problema. Puntuación que alude a otra situación de hecho: la pregunta por el

21 Al centrar sus análisis en los mensajes implícitos y las formas encubiertas de significación, vinculándolas a una estructura de dominación que se caracterizaría por su accionar imperceptible, el estructuralismo y las corrientes crítico-reproductivistas dibujan un poder sin rostro que se extendería desde un imaginario centro -la burguesía, la clase dominante- a todo el cuerpo social. Ver Barthes, R., MITOLOGÍAS y Mattelart, A., PARA LEER AL PATO DONALD.

poder de los medios es ya un efecto de poder²². La investigación funcionalista no se limita a traducir interrogantes del *stablishment* político-económico; construye, con ello, un modelo operativo de la comunicación que es una forma de trazar su campo, de constituirlo. El efecto más persistente de la teoría de los efectos es haber sancionado una relación de causalidad unidireccional sobre la cual -o contra la cual- parecen desplegarse todas las relativizaciones posteriores²³.

2.3. DOBLES DEL PODER

La teoría de los efectos es también una teoría de las causas; la pregunta por el poder comunicacional, una pregunta por el Poder. El modelo reproductivo tiende a la representación y reafirmación de un poder localizado y centralizado. El medio-doble actúa como cobertura de dicha operación: en una primera instancia, al perfilarse como un instrumento poderoso, parece concentrar las fuerzas positivas del emisor y el receptor; luego, al revelarse la inocuidad de su acción, se presenta como el nexo (neutral) de una relación desigual. Es un doble, en sentido estricto, ya que puede ocupar el lugar del Poder y de hecho lo hace; pero un doble que, en su acción de relevo, no deja de remitir a la ausencia que cubre. Toda la mitología del poder comunicacional se nutre de este juego entre un poder desprovisto de influencia y un medio de influencia desprovisto de poder²⁴. Lo que en él se

22 Sobre las relaciones Poder-Saber en el análisis funcional, ver Piccini y Nethol, op cit, p. 15/17.

23 La versión inicial de la teoría de los efectos está centrada en una relación de estímulo-respuesta y surge de la confluencia de la sociología funcionalista y la psicología conductista. Teorías posteriores afinarán esta relación, introduciendo distintas mediaciones sociales, "sin abandonar definitivamente el esquema E/R" (Nethol/Piccini).

24 "El poder económico parece haber reducido la explotación directa y haberse vuelto a un tipo más sutil de explotación psicológica, logrado en gran medida

preserva, lo que su transacción deja intacta, es una manera de describir la mediación comunicativa que, reducción mediante, deviene marco excluyente.

La reducción avanza en dos direcciones: de un lado, mediante la pasivización de los públicos, reducidos a un lugar de moldeado y manipulación; del otro, mediante el licuado de la mediación como instancia específica. Desprendidos de las condiciones en que surgieron, de la situación social y el marco histórico que los induce, los medios masivos pueden ser reducidos a su condición de vehículos de contenidos. El par emisor/mensaje, central en la acción persuasiva, se compone sobre la descomposición del par medio/mensaje y lo que ésta supone: la separación del medio y el código. Este es el soporte de la ilusión funcionalista: un canal sometido a la voluntad del emisor, apto para transportar cualquier carga (semántica) previamente constituida²⁵. Ilusión que se traduce en una inversión: reducidas las condiciones sociales de su irrupción, los medios aparecen como presuntos agentes de conductas sociales. Materia neutra, el Poder los atraviesa -como, de otro modo, lo real se reflejaría en ellos- o bien cifran su poder en su carácter advenedizo, en esa distancia de lo social-histórico implícita en la imagen del medio-invento y del progreso tecnológico como acumulación de invenciones.

mediante la diseminación de propaganda en los medios de comunicación (...) Quienes desean controlar las opiniones y convicciones en nuestra sociedad recurren menos a la fuerza física y más a la persuasión de masas. El programa radial y el anuncio institucional actúan en lugar de la intimidación y la coerción", Lazarsfeld y Merton, op cit, p. 25/26.

25 Briguet, D., Lenguaje y Mito de la tecnología medial, ponencia en el Segundo Congreso Latinoamericano de Semiótica, Rosario, 1987. Frente al argumento de que el uso parcial del esquema de Lasswell -"¿Quién dice qué, a quién, por qué canal, con qué efectos?"- derivó en la fijación de un modelo persuasivo, nuestra hipótesis es que la visión instrumentalista está implícita en el esquema tal como Lasswell lo formula. Ver Estructura y Función de la comunicación en la sociedad, en SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS, op cit.

La Trama de la Comunicación - Dossier 50 años

El poder de los medios/los medios del poder - Daniel Briguet

Publicado en La Trama de la Comunicación volumen 1 año 1995

2.4.PRODUCCION/ESPECIFICIDAD

El modelo productivo ofrece una imagen casi opuesta de la mediación. En su intento de articular los procesos culturales en la estructura social, la Teoría Crítica se apartaba de la visión instrumentalista mediante un enfoque totalizador que ubica a las nuevas tecnologías de comunicación como parte de un sistema más vasto. Pero se trataba de una articulación unilateral: la industria cultural se define por su función integradora a un sistema de dominio, privilegiando su relación con los grupos de emisores.

Corresponde a Walter Benjamin²⁶ el haber esbozado una teoría de la mediación que trata de definirse en sus propios términos, obviando referencias externas. ¿Cuál es el núcleo de esta especificidad?. Tal vez, la intuición de que los nuevos medios de re-producción cultural surgen como expresión de tendencias sociales, a las que traducen y realimentan. Benjamin elude las causalidades, busca correlaciones y correspondencias. Ve la sociedad de masas como el marco de vastas transformaciones en la sensibilidad y los modos de percepción colectivos. La masa no es en ella un objeto de manipulación: es la matriz de la que surgen otros comportamientos culturales²⁷. Su orientación a los medios también puede puntuarse en sentido inverso porque el tándem masa-medios constituye un dispositivo inédito, impensable en términos aislados²⁸.

26 Si bien se ubica a Benjamin, junto a Adorno y Horkheimer, entre los autores de la Escuela de Frankfurt, cabe aclarar que ocupó un lugar fronterizo en dicha corriente, de la que toma notoria distancia en el análisis de los procesos culturales.

27 Benjamin, W., La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica, en DISCURSOS INTERRUMPIDOS I, Edit. Taurus, Madrid, 1982, p. 52.

28 "Acercar espacial y humanamente las cosas es una aspiración de las masas actuales tan apasionada como su tendencia a superar la singularidad de cada dato recogiendo su reproducción. Cada día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse de los objetos en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción", Benjamin, op cit, p. 24/25.

Proyectado sobre el modelo de la comunicación funcional, este dispositivo supondría la imposibilidad de desprender el mensaje del medio -para acoplarlos luego- y de separar el medio del público para vincularlos en términos de antagonismo/subordinación. Porque lo que Benjamin sugiere es un modelo de medio que incluye al código, una forma de mediación que es un principio de codificación. Lo social no circunda estas formas, no las instrumenta: está, hasta cierto punto, sumergido en ellas. El conflicto no se proyecta en ellas como una sombra: las recorre.

Pero se trata de una extrapolación infructuosa porque lo que asoma en esta visión es la arbitrariedad del modelo que aún no ha surgido y con ella, la absoluta relatividad de sus términos. Si el principio activo de la masa-matriz disuelve la figura del público-receptor, lo reduce a un momento del proceso de mediación, el dispositivo masa-medios se despliega en un cuadro que excluye los términos emisor, mensaje, medio, receptor, como piezas aisladas y acoplables. Este doble movimiento de

descomposición/acoplamiento es una condición de las teorías del control social, sustentadas en el extrañamiento de lo tecnológico. El modelo productivo replantea dicha relación en términos de especificidad: lo tecnológico como instancia diferenciada pero emergente y configurador de lo social. En un caso, la tendencia es al confinamiento y a la reproducción de fuerzas extrínsecas; en el otro, a la co-existencia y la diferenciación.

2.5. TECNOLOGIAS SOCIALES

Sociedad tecnológica, tecnología social: esta cuasi reversibilidad anima varios pasajes de “Vigilar y Castigar”. Sería aventurado aquí trazar mayores conexiones entre el texto de Foucault y la visión de Benjamin. Pero los puntos de contacto que asoman remiten a imágenes comunes: el “cuerpo-máquina” de los dispositivos disciplinarios no está lejos de la compenetración

hombre-aparato que Benjamin subraya²⁹; la precedencia de la forma-prisión sobre la institución carcelaria no es divergente de la correlación que une las tecnologías de reproducción cultural con el “sensorium” del capitalismo de masas³⁰. Hay, en ambos casos, un esfuerzo inédito por re-trazar el cuadro de las mediaciones, dispersar sus centramientos, desplazar sus determinaciones.

Y si del cuadro de la sociedad disciplinaria emergen micro-poderes que resisten la localización y la pertenencia, el concepto de “tecnología social” impide pensar en los “medios” como nexos entre espacios distantes o ejecuciones de una causalidad. Persiste el nombre pero no en relación a un concepto cada vez menos operante ni a una imagen cuyos referentes se dispersan: en el modelo productivo, el término “medio” sería el nombre de un espacio de condensación -uno de varios, aunque, tal vez, el más nítido- de las relaciones de poder y las correlaciones sociales³¹. La función de doblaje se desplazaría a ese efecto de condensación/redistribución.

Del mismo modo que el desarrollo del dispositivo de la TV cuestiona la función referencial de la comunicación, al remarcar la precedencia del medio sobre el acontecimiento y con ella, el carácter construido de aquello que llamamos “realidad”, el paisaje actual de la comunicación masiva parece crecer sobre la base de una interdependencia que multiplica los centros, relativizándolos. Lugares y funciones se desplazan y entremezclan y solo el recorte puntual, los planos cercanos, permiten deslindar con alguna claridad el registro y la producción, la emisión y la recepción.

El modelo productivo no surge como una alternativa excluyen-

29 Foucault, M., VIGILAR Y CASTIGAR, Siglo XXI, México, 1988, p. 157. Benjamin, op cit, p. 44.

30 Foucault, M., op cit, p. 233. Benjamin, op cit, p. 23/25.

31 Piccini, M., Industria Cultural: transversalidad y regímenes discursivos, en revista DIALOGOS Nro. 17, p 15.

te sino como un cambio de énfasis, otra forma de puntuación. Su vigencia no anula los conceptos de representación y reproducción: los reubica como momentos de procesos más vastos y complejos, de los que ya no son las ideas-guías. Si la versión del poder comunicacional que construyó la visión instrumentalista apenas se sostiene como marco global, no es menos cierto que en procesos acotados la referencia a relaciones reproductivas sigue teniendo un valor analítico.

Por ello, los textos de Foucault admiten una doble remisión: pueden vincularse a un modelo de la comunicación productivo y descentrado y pueden verse, en otra escala, como el despliegue de un nuevo funcionalismo³², una revisión de las teorías del control social bajo otros métodos y con otras perspectivas

1998.Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales
Escuela de Comunicación Social
Universidad Nacional de Rosario, Argentina

32 Deleuze, G., op cit, p. 51.