

ACCION A DISTANCIA Y ESTRUCTURA SOCIAL

ABRAHAM MOLES

El propósito de este texto es ambicioso; pretende sugerir las líneas directrices para una nueva sociología basada en la relación de comunicación, y trata de sustituir a la sociología tradicional basada en el intercambio y la división del trabajo. Con otras palabras, en lugar de considerar la "Sociología de la Comunicación" como un capítulo nuevo añadido al gran "Tratado General de Sociología", reuniendo algunas nociones sobre los mass media, la radio y la televisión, la prensa y el libro, completadas mediante consideraciones sobre los mecanismos de poder que estos entrañan, este texto está dirigido sobre todo a la construcción de una nueva ciencia social a partir de la idea de la interacción, en proximidad o a distancia, y a partir de la constatación de la existencia o la realización de modos específicos para las interacciones, como dato social fundamental.

La profusión y últimamente la inflación de técnicas de "telepresencia", es la causa de este nuevo estado de la ciencia de los "seres humanos en sociedad" (êtres humains ensemble), que queda resumida mediante el término "Socius".

I. Las Técnicas :

1. Bancos de datos, televisión por cable a partir de reemisores radiofónicos;
2. Digitación de la comunicación y de la conmutación telefónica;
3. Conmutaciones telefónicas en "paquets";
4. Miniaturización cada vez más acentuada de los receptores radiofónicos. Utilización de satélites, y en particular, de satélites mundovisión;
5. Explotación de las redundancias en las memorias de imágenes y reducción de consumo de bandas de frecuencias que hace la televisión, con una relación de 1 a 100;
6. Televisión de alta fidelidad a 4.000 líneas, son las técnicas que sugieren esencialmente como las ciencias de la naturaleza

pueden proporcionar al hombre una casi ilimitada posibilidad de relaciones, si el hombre así lo pida. Una especie de ideal, en torno a las posibilidades del "planeta electrónico", podría resumirse en una fórmula como ésta: "cualquiera puede desde cualquier sitio, acceder por un precio módico a ponerse en contacto con cualquier otro individuo, acontecimiento o fuente de datos situados en cualquier sitio y en cualquier tiempo".

Es el momento de preguntarse sobre cuáles serán las consecuencias progresivas de la puesta en marcha de este nuevo ideal de la relación social, al que se le puede llamar de la opulencia comunicativa, opulencia cuya cantidad de productos y recursos disponibles son absolutamente superiores respecto a la cantidad de productos y recursos propios de las necesidades y deseos del individuo. Con otras...

palabras, el individuo dispone de mucho más de lo que desea; lo que supondría ser la definición misma de la opulencia y lo que supone una situación social nueva. Esta surge con relación a la comunicación, precisamente en el momento en el que en la mayoría de los países del modelo occidental aparece una limitación cada vez más aguda en la cantidad de energía disponible; opulencia comunicativa y pobreza energética constituyen, pues, la nueva situación social. La cuestión que el sociólogo de la comunicación debe plantearse es cómo la sociedad va a organizarse para poder ocuparse de las necesidades y deseos del ser humano.

II. La permanencia del "ser" a través de los cambios tecnológicos..

Cuando el ingeniero en telecomunicación se vuelve hacia el teórico de las ciencias sociales, el problema que le plantea es en principio éste: ¿qué es lo que se puede hacer con esta opulencia comunicativa que, sin embargo, no va a emerger en la conciencia social sino progresivamente al principio a través de una sistemática reducción de los costos en comunicación, y que se pueda hacer de la relación por vía electrónica, entonces, mediante la oferta de la "telepresencia" a públicos cada vez más amplios mediante funciones cada vez más diversificadas? Sin embargo, esta opulencia va a manifestarse también mediante un complejización cada vez más grande de las redes que "por cable" enlazan a los miembros de la sociedad de una manera cada vez más inmediata. El campo social se habrá "cableado", es decir, se encontrará atravesado, "tejido" por redes de interrelación, pero éstas serán inmaterial por el contrario, entonces, las redes de distribución de energía se encontrarán cada vez más saturadas, serán cada vez más pesadas aunque serán cada vez más estables, como estables han sido los canales fluviales, las carreteras y las vías de ferrocarril.

En este proceso de cambio, el sicosociólogo ensaya una respuesta remitiéndose en principio a la reactiva constante de los rasgos psicológicos del ser humano. El sicosociólogo sabe que este ser cambia, varía, muy lentamente en sus aptitudes, en sus deseos y en sus jerarquías de valor; que su adaptación a la sociedad tecnológica todavía sigue siendo superficial, "exterior", y que sin embargo, el ser humano, en su interior no es muy diferente de lo que ha sido durante los últimos siglos; el sicosociólogo sabe que.

en general, existe un lapso casi biológico para la aceptación de los cambios: el hombre, el individuo, sigue siendo en la medida de todas las cosas. Sus características, como su capacidad de contacto, su amplitud de campo de consciencia, los rasgos de su personalidad, y sus tensiones internas, son las que determinan el uso que el hombre va a hacer de cualquier opulencia comunicacional acorde con la escasez energética con que se dibuja el paisaje tecnológico de los años ochenta.

De este modo la base de una nueva sociología sigue siendo la naturaleza económica, en sentido amplio, quizás. ¿Qué le cuesta al ser humano "comunicar" y cuál va a ser el provecho que saque de ello?

III. Una sociología basada en las nuevas formas de interacción.

El factor diferenciador entre los seres en las sociedades tradicionales se encuentra pues a punto de cambiar. Este factor diferenciador era antes "el dinero" o los variados distraces con que se vestía el dinero, ligados a la situación de cada individuo en la pirámide meritocrática. Cómo ganarse su salario, cómo gastarlo, cuáles eran las reservas de capital disponibles por cada individuo, constituían los indicadores esenciales de un rol social. Sin que éstos se hallen abolidos, pierden ya parte de su importancia: la pirámide de ingresos se aplana bajo la influencia de legislaciones o de ideologías de diverso tipo, el hombre se estandariza en sus modos de vida, salvo excepciones, y las "antiguas clases sociales" se comprimen o se desvanecen. Se tiende hacia un modo de vida material aparentemente único, aunque con variaciones, algunas veces espectaculares, que por lo tanto resultan despreciables. Casi es una peregrinación: automóvil, televisión, frigorífico, teléfono, son los indicadores de equipamiento y los factores de "felicidad", o en todo caso de la calidad de vida. Sin embargo, lo que cambia es el papel que juegan estos elementos. Aparece un nuevo factor; el acto de la telecomunicación, ya sea de mirar la televisión o de charlar con amigos lejanos ("the closest way to being there"), la interacción a distancia, se convierte en la regla y no en la excepción. El tiempo empleado en "encontrarse", sea directamente, sea vicarialmente, con otros individuos, ocupa una parte cada vez más notable que la distribución del tiempo global para un individuo; el mundo de la comunicación tecnológica se convierte en la trama esencial de la vida cotidiana y lo será mucho más en la medida que el transporte de personas y de objetos sea más costoso desde todos los niveles, aunque solo sea por razones energéticas (Polishuk, Tornado). Nos encontramos abocados a la telecomunicación, es decir, a la mediatización de los contactos. Estos son los modos de interacción que en adelante distinguirán a los seres humanos entre sí. Una nueva sociología, una nueva estructura social hace de la "ecología de las comunicaciones" una ciencia fundamental: se trata de ver la manera en la que las gentes reciben, emiten, almacenan, toman en cuenta o conservan las interacciones, y esto será lo que constituya los nuevos grados de una pirámide social, midiéndolos en unidades a propó-

sitos de las cuales la Teoría de la Información aportó el algoritmo fundamental. La palabra misma de comunicación debe diferenciarse, por consiguiente, según las categorías siguientes.

IV. Clasificación de las Relaciones Comunicativas.

Para dar cuenta de las bases de una ecología comunicacional debemos primero distinguir las comunicaciones claramente en diferentes tipos. La teoría formal de estos tipos parte de postular un número determinado de caracteres pertinentes a propósito de la relación interhumana por vía técnica.

1. Self media. Aquellos que se dirigen a mí mismo a través del tiempo, en oposición a los intermedia, aquellos dirigidos hacia otros seres a través del espacio y el tiempo.
2. Comunicación de persona a persona, basada en la elección recíproca de los comunicantes, por oposición a la comunicación de difusión, que a partir de un solo emisor localizado en un lugar fijo alcanza a todo un público al que se dirige, y constituido por individuos exclusivamente definidos por rasgos de atribución (socio-económica, por ejemplo) sin prestar un interés específico a la persona de esos individuos. (mass media).
3. Comunicación próxima, aquella mediante la cual los individuos interactúan en el ámbito dominado exclusivamente por el alcance de los sentidos, y comunicación lejana que, sobrepasando estos límites, exige axiomáticamente, el recurso a un sustrato tecnológico, a un elemento mediador, a un canal, y por ello mismo obligando al individuo a depender de quienes le dan, prestan o venden ese "canal a través del tiempo o el espacio".
4. Comunicación unidireccional en la cual los roles de emisor y de receptor se hallan determinados desde el principio sin intercambio posible, y comunicación recíproca en la que cada comunicante se intercambia regularmente los roles comunicativos según proporciones variables para la emisión o la recepción, o dicho de otra manera, comunicación en la que los comunicantes se responden.
5. Comunicación fría o funcional, cuyo valor se encuentra determinado por el conjunto de los efectos que los mensajes consiguen sobre el comportamiento de los individuos, y comunicación caliente o carismática, que establece la convivencia entre los individuos sobre la base del hecho en el que el acto de comunicar es más importante que aquello a propósito de los que se comunica.
6. Comunicación semiótica basada sobre secuencias de signos arbitrarios elegidos mediante una convención explícita compartida por el emisor y el receptor, y comunicación isomorfa, analógica, en la que el mensaje se asemeja, de alguna manera,

a lo que significa: la imagen acústica, en lugar de la imagen sonora del acontecimiento; la imagen visual del objeto, en lugar del objeto mismo; el esquema, en lugar del organismo o del sistema.

Lo que nos hablamos previamente planteado resulta ahora modificado explícitamente: cómo y en qué proporción el individuo utiliza estos diferentes procesos de interacción entre el "aquí" y el "allí", entre el "yo" y el "otro", entre el "yo" y las imágenes nuevas del acontecer y de los seres, según un pattern de vida comunicacional? Esta es la idea de una imagen generalizada, ya sea visual, sonora o de otra naturaleza, transmitida desde un lugar del espacio-tiempo, a otro lugar, en el que yo me encuentro. Habría que preguntarse en qué medida este ersatz de lo real, esta imagen emitida, se parece más o menos al original.

V. Hacia una ecología comunicacional, nueva ciencia del hombre.

De hecho, este pattern del que se acaba de hablar remite a la noción mucho más general de ecología comunicacional: no olvidemos que la ecología es la interacción de diferentes especies en el interior de un espacio limitado. Según la naturaleza de los diferentes espacios, habrá que distinguir dos aspectos de esta ecología, de esta interacción según las diferentes maneras de comunicación.

En primer lugar, está la ecología centrada sobre el individuo, que pretende establecer leyes de interacción, de competencia, de conflicto entre diferentes tipos de comunicación, tal y como ya los hemos definido antes, en el interior de un marco cerrado de recursos individuales: recursos temporales (distribución ocupacional comunicativa), capacidad para procesar la información, y recursos materiales para poderse "pagar" la actividad comunicativa.

Uno de los útiles de base para esta ecología será el concepto de presupuesto comunicacional, que busca, según los tipos de relación, la importancia relativa que éstos tienen con relación a un balance de las actividades del individuo; y sin olvidar que éstas pueden encontrarse en pugna: si un tipo de actividad aumenta, el otro deberá, de alguna manera, disminuir.

El otro aspecto será una ecología comunicacional "territorial". En un territorio que es un campo social situado en el espacio en el que se encuentran distribuidos los individuos, merece la pena tener en cuenta cómo las interacciones entre esos seres van a determinar o a condicionar, por una parte, la edificación de redes de comunicación, esos tejidos que atraviesan el territorio y lo estructuran y cómo, por otra parte, los individuos van a reaccionar, a su vez, frente a un tejido cuya trama les sobrepasa y constituye un servicio que la sociedad provee al individuo.

Tales serán los dos capítulos de una ecología comunicacional que, desde la intervención de mensajes y de canales artificiales de relación -especialmente tras la explosión cuantitativa de la galaxia electrónica- ponen en entredicho la ley fundamental que hasta ahora ha regido la relación del hombre con el espacio, la ley proxémica, según la cual, todas las cosas, en las debidas proporciones, disminuyen de importancia con la distancia que las separa del individuo que las percibe. Esta ley, una de las más universales respecto a las relaciones entre los hombres, está -estaba- ligada a la idea misma de coste de la comunicación: para entrar en relación en la distancia, es necesario pagar, o bien en dinero, o bien en esfuerzo, o bien en energía mental; ahora bien este coste crecía hasta ahora, entre otras cosas, en proporción con la distancia.

VI. El coste generalizado de la Comunicación.

Dos conceptos fundamentales aparecen para definir el "habitus" del individuo que comunica. Por una parte, la idea de coste de comunicación, por la otra, la idea de propensión a comunicar, de la cual el psicólogo extrae la independencia de principio respecto a la precedente.

El coste, aquello que podemos llamar el coste generalizado, representa el consumo que el individuo hace de todos sus recursos a fin de realizar una acción determinada. Sabemos que el análisis de este coste sobrepasa el concepto de "precio" hipostasiado por los economistas del siglo racionalista, e implica un determinado número de factores, todavía los mismos, que el sicoeconomista pretende descubrir y relacionar de una manera todavía vaga porque hace resaltar ciertas líneas directrices. El coste generalizado representa pues la "suma" de ciertos términos que son siempre referidos a lo mismo: existe por una parte, ciertamente, el "precio" en el sentido clásico del término, el que se impone por una norma social, el precio justo o injusto, pero también está la energía derrochada para realizar la acción, el tiempo empleado en efectuarla y sobre todo los "factores psicológicos" en los que generalmente debe reconocerse:

- Por una parte, el esfuerzo cognitivo, la movilización de un determinado género de acciones mentales para efectuar la acción;
- Por otra parte, un coste de riesgo ligado a la aptitud para aceptar un fracaso en el desarrollo del acto efectuado (noción bien señalada ya por los sistemas existentes de financiación de seguros).

LA FORMULACION DE LA ECOLOGIA COMUNICACIONAL

El coste de comunicación

- a (precio)
- + b (tiempo)
- + c (esfuerzo)
- + d (coste cognitivo)
- + e (coste-riesgo)

$$\text{Coste generalizado} = \text{Coste de conexión de línea} + \text{Coste de utilización del canal}$$

NOTA: El coste de utilización del canal toma en cuenta: el tiempo de utilización en sg., la distancia en km., la riqueza del mensaje en bits, y la complejidad de la codificación y de la decodificación.

La ecología comunicacional deberá guiar la investigación del coste generalizado del acto de comunicación, primero en lo que concierne al individuo considerado como sistema, motivando positiva o negativamente sus comportamientos afectivos, y buscará una expresión del coste de comunicación de un tal acto. Esta ecología debería hacer intervenir dos elementos de base:

- de un lado, la conexión de línea, la creación de un canal que lligue a los comunicantes;
- de otro lado, el uso propiamente dicho de ese canal.

Y si esta creación reposa sobre el uso, la explotación, de un servicio que provee un tercero (el emisor de televisión, la compañía telefónica, la administración de correos, el mercado de discos, etc.), entonces uno se encuentra con el problema de lo que se puede llamar "política comunicacional": ¿A qué precio ese tercero, ese mediador, va a hacer pagar el órgano mediador? ¿Hará pagárselo a un precio de venta en el que se incluye eventualmente costo y beneficiario? ¿Ese mediador encarecerá hasta tal punto el precio de venta que disuada al individuo a usarlo, en la medida en que éste disponga de una idea sobre el precio de manera que la diferencia entre el precio pagado y el precio de coste le induzca alguna discrepancia? ¿O por el contrario va a hacerse pagar por debajo del precio de coste, como un servicio social, por ejemplo, animando sistemáticamente a los individuos a la interacción? Estos serán por tanto, los datos básicos de una política comunicacional.

El conjunto de estas argumentaciones se apoya sobre una regla muy simple de la psicología behaviorista, ampliamente considerada, según la cual los hombres actúan si la gratificación que reciben de su acción es superior al consumo de recursos (coste) que representa esta acción, recursos que deben obligatoriamente pertenecer a un "capital" disponible, necesariamente limitado. Ciertamente existen actos psicológicos gratuitos, existen "derroches" de fantasía pura, existen relaciones inútiles, pero no es en absoluto ilegítimo, en el nivel de una ciencia social básica, comenzar por el examen de la "racionalidad" económica antepuesta a lo infranacional, considerado éste como margen o como desviación respecto a una optimización de carácter económico -aquí precisamente más pertinente dado el ámbito en el que se sitúa una ecología, en un espacio limitado- pero donde el rol de psicólogo consiste en ampliar la noción de coste y de beneficio adecuándola a la realidad psicológicamente vivida (lo que olvidaron hacer los economistas del siglo XIX).

VII. Las ecuaciones simbólicas de la interrelación.

El examen de los "factores simbólicos" que intervienen en la noción de coste, toma en cuenta dos relaciones fundamentales que justifican, de una parte, el coste generalizado de la comunicación, un factor inherente al ser humano, que llamaremos propensión a comunicar (o comunicatividad).

1. El coste de la comunicación es proporcional, en igualdad de condiciones, como bien saben todos los ingenieros de la comunicación, a la duración de ésta, pero también, a la distancia desde la cual aquella se ejerce, a la capacidad del canal y a los costes de codificación y decodificación, nociones que comprenden la amortización de los aparatos que aseguran estos procesos y el coste de su funcionamiento.

$$\text{Coste de Utilización del canal} = [\text{tiempo}] \times [\text{distancia}] \times [\text{calidad del mensaje}] \times [\text{gastos de codificación y decodificación}]$$

2. Debe necesariamente añadirse a este coste el de la conexión de línea propiamente dicha. Este coste, sobre el que ya hemos insistido, comporta los aspectos de tiempo pleado, de margen de espera, pero también los aspectos cognitivos: cantidad de esfuerzo intelectual ejercido por el individuo para realizar los actos de puesta en comunicación, y coste de aprehensión (coste de riesgo) ligado al fracaso siempre posible por parte de alguno de los elementos de la secuencia.

Sistemáticamente, los ingenieros han preferido olvidar este último aspecto del coste, puesto que generalmente corre de la cuenta exclusiva del usuario (o por ejemplo de su secretaria, encargada de las comunicaciones de trabajo). Esto resulta bastante evidente en el caso de la comunicación interpersonal por correo o en el establecimiento de comunicaciones telefó-

nicas, pero también es verdad cuando la comunicación, por ejemplo la recepción en los mass media, pone en manos de un individuo cualquier aparato un poco complicado: un receptor de televisión con sus reglajes y sus botoncitos, o un sistema lingüístico más o menos elaborado. Los esfuerzos de discriminación, de elección, deben contabilizar: el análisis microscópico lo demuestra fácilmente y subraya cómo estos aspectos han sido olvidados.

Por otra parte, los estudios efectuados a propósito de la interacción entre los seres humanos demuestran cómo el coste de la comunicación propiamente dicho, no basta aún para determinar los actos de los individuos. Se constata, entonces, que existe una dimensión que parece autónoma, y que denominaremos "comunicatividad", que es la "propensión a comunicar", y cuya expresión simbólica proponemos así:

$$\text{Comunicatividad} = [\text{propensión o comunicar}] \times [\text{Tiempo empleado en comunicar}]$$

y la:

$$\text{Propensión a comunicar} = \frac{[\text{relevancia}] [\text{fidelidad}] [\text{seguridad}] [\text{privatización}]}{[\text{coste de conexión}] + [\text{Coste de utilización}]}$$

El denominador de esta ecuación simbólica deberá pues expresarse en función del coste del canal tal y como ya ha sido indicado más arriba. Si el coste generalizado de conexión de líneas no es demasiado elevado, entonces, la comunicatividad resulta ser, como se podría esperar, una función inversa del coste correspondiente a la comunicación. Aquella no depende del tiempo de comunicación, sino por el hecho de que este tiempo resulta "facturada", dado que proviene de un capital de tiempo del que dispone el individuo, lo cual viene a significar que el individuo puede, o bien vivir ampliamente a voluntad según un estilo comunicacional, o bien vivir dentro de un tipo de "difusión comunicacional", o bien vivir sometido a algún tipo de autonomía o aislamiento.

Pero la comunicatividad varía también con un cierto número de factores distintos percibidos en un plano psicológico; admito que la propensión a comunicar crece:

1. Cuando la relevancia o la riqueza de la imagen vicaria transmitida es más grande. En esto consiste la noción de telepresencia, y se pueden determinar diferentes tipos de lazos o conexiones en función de esta relevancia o fuerza de telepresencia: es aquí, por ejemplo, donde resulta legítimo comparar el viaje de negocios, el teléfono, la conferencia de larga distancia, la vide-telefonía, el telecine, la Holografía sonora...

2. Crece también en función de lo que podemos llamar "fidelidad" es decir, una identidad de principio entre la imagen de llegada, noción que resulta diferente de aquella otra de relevancia a una imagen que puede ser "falsa" pero "rica";
3. Puede admitirse aún que la propensión a comunicar decrece de manera inversamente proporcional en función del coste de la puesta en marcha de la relación, y de otra parte, en función de la carencia, o no privatización, de la línea;
4. La propensión a comunicar crece, por supuesto, con la seguridad de la conexión establecida, es decir, la probabilidad subjetiva global de la interacción que se crea, necesita no interrumpirse, romperse, durante su realización, o bien no degradarse por accidentes, parásitos, o perturbaciones de su estructura, debidas al azar.
5. En fin, la propensión a comunicar decrece con la ausencia de privatización en la comunicación interpersonal derivada de una elección recíproca de los comunicantes (carencia de secretos, diafonía, trasmodulación).

Esta es la propuesta de "ecuaciones" que el investigador en CCSS establece para el estudio de un presupuesto comunicacional del individuo, que se encontrará ligado a la diferente distribución de su tiempo libre entre los diversos tipos de comunicación posible:

- próxima o lejana;
- carismática o funcional,
- recíproca o no recíproca,
- voluntaria o necesaria,
- interpersonal o colectiva.

VIII. La problematización tecnológica de la ley proxémica.

No vamos a desarrollar aquí las deducciones que pueden hacerse a partir del problema constituido por el contenido, o la sustancia, independiente de lo que pueda llamarse una ecología comunicacional. Señalaremos simplemente que en la formulación simbólica del coste, el conjunto de técnicas enumeradas elimina progresivamente la noción de distancia, de la ecuación del coste. Esto cuestiona una de las leyes más fundamentales de la estructuración entre el individuo y su ambiente: la ley intuitiva de la proxémica según la cual, en condiciones iguales, lo próximo resulta más importante que lo lejano. De ahora en adelante, y desde el momento en que nos encontramos obligados a recurrir a medios tecnológicos, a la electrónica, ya no hay distinción entre próximo y lejano; lo lejano se convierte en próximo, pero recíprocamente, lo próximo resulta también lejano situándose todas las cosas a una misma distancia; una nueva categoría filosófica aparece: la oposición entre lo inmediato y lo mediato, siendo lo inmediato aquello que ocurre frente a nosotros, y siendo lo mediato aquello que resulta fuertemente

"mediatizado" por el recurso a una técnica, y por lo tanto, a un medio de transporte.

Ahora, bien, sabemos también que a partir de la explotación técnica de la redundancia en los mensajes naturales, la opulencia comunicacional especialmente construida por la multiplicación de la comunicación con independencia de la distancia - como se refleja ya en las nuevas tarifas telefónicas - se va a establecer igualmente, gracias a la explotación de memorias de imagen electrónica o de la codificación digital de la señal, proporcionando riqueza o calidad a la imagen. A partir del momento en el que solo transmitimos a distancia aquello que realmente es "nuevo" (o novedoso) a un "escenario" del mundo, ya sea a través del espacio o del tiempo, podemos augurar, y ello para un plazo lejano pero imaginable (1985-1990), (a medio plazo) que será posible recrear la presencia de un tal "ideescena" en todos sus detalles, estableciendo una telepresencia rica y realista (televisión en color holográfica, alta fidelidad...) sin necesidad de pegar la cara en "bits" - y por lo tanto en \$ - aún contando la saturación de los canales hertzianos que, hasta hoy, constituyen un recurso limitado en la naturaleza: habrá seguramente cada vez más profusión de canales.

Señalaremos finalmente que la propensión a comunicar, la comunicatividad, se halla fuertemente determinada por factores hasta ahora deficientemente considerados, y que deben examinarse desde el punto de vista del ser humano en comunicación, pero que las tarifas de los medios de transporte han preferido ignorar sistemáticamente: el individuo no establece relaciones a distancia - incluso si la relación es buena - o al menos le resultará difícil establecer una conexión si el coste temporal o el coste cognitivo para establecer una conexión con algún otro lugar del mundo, crece exageradamente, si, en una palabra, el individuo debe invertir demasiados esfuerzos aún antes de llevar a cabo su telepresencia, su presencia vicaria.

La comunicatividad se encuentra ligada con la espontaneidad: esperar, es decir, aguardar el momento de la conexión requiere una inversión síquica y la investigación como comunicología debe llevar a cabo un análisis de estos fenómenos. La comunicación no es un nuevo modo de existencia, sino en la medida en que la comunicación resulta razonablemente espontánea y en la medida en que se puede confiar en ella, es decir, en la medida en que tanto emisor como receptor pueden dar por descontado el poderla continuar a su gusto, sin interferencias de otras comunicaciones originadas en otra parte del mundo o debidas a otros seres. Sabemos que la calidad de las redes de comunicación, desde el punto de vista de la confianza o la seguridad en la comunicación, es debida a la calidad de los instrumentales transistorizados, y a la calidad de nuevas técnicas para su mantenimiento, y es independiente de la complejidad propia de las redes de comunicación. Aquí reside (en principio) la razón para considerar que

se ha dado un salto en el progreso tecnológico. Este remite a la idea de "confianza o seguridad": capacidad del hombre para imponer su voluntad sobre las estructuras. Este concepto, llevado al lenguaje técnico de las redes, hace emerger otro - en el marco de investigación operativa - y que ésta vez el sociólogo propone al técnico: el concepto de defendibilidad de las redes, de su capacidad para resistir accidentes, a incidentes, perturbaciones del ámbito comunicativo. Aquí también se establece un conflicto entre los sistemas de relación interpersonales basados en la elección recíproca y los sistemas de difusión que siguen siendo, se quiera o no, prácticamente unidireccionales y provocan la pasividad por parte del receptor.

Después de este análisis solo queda como una variable intrínseca del coste de la comunicación, ligado a la naturaleza de ésta, la noción de tiempo: comunicar es, por definición, emplear nuestro tiempo en comunicar. Es estar solo con el otro, o con aquellos que uno ha elegido, y por lo tanto, eliminar el resto por una elección deliberada, establecer aquel "coto" privado al que remite la "DECLARACION DE LOS DERECHOS DEL HOMBRE".

Comunicar es elegir y elegir es renunciar; y es en este uso exclusivo de la duración, como se establece la principal objeción a la idea de "aldea global" evocada poéticamente por McLuhan. El tiempo es el ruinoso fundamento de nuestra existencia: todo hombre sólo dispone de un tiempo limitado para consagrarlo, aparte de sus propios asuntos, a los asuntos del mundo y de la sociedad, pero el número de éstos crece con el cuadrado del número de ciudadanos de su entorno social, sobrepasando, pues, necesariamente, en un momento dado, el presupuesto temporal del individuo para la comunicación. No hay, pues, "aldea global", puesto que el hombre sólo dispone de una fracción limitada de su tiempo para dedicarlo a las desgracias del mundo.

IX. La barrera de la comunicación.

También los especialistas de la ciencia humana de la comunicación se encuentran abocados, en lugar de a una maximización del acto comunicacional, maximización de la presencia en el mundo, que fue largo tiempo la ideología tácita de la UNESCO: "cuando más se comunica mejor se es", a considerar una idea nueva: la optimización presupuesto temporal para comunicar y prestar una atención cada vez mayor a los hechos de rechazo, de ruptura de la comunicación por parte de los individuos y de los grupos. Desde el punto de vista de lo que se puede llamar la sobrecarga comunicacional (communication overload) el sociólogo deberá estudiar estos hechos: el no inscribirse en la guía telefónica, el refugiarse en el ruido para no escuchar, el negarse a entender, el evadirse en solitario, y tantos otros ejemplos de ruptura de la comunicación.

Opulencia significa inflación, pérdida del valor de los mensajes, del valor de las imágenes, del qué hacer con ellas, y con los sonidos, devaluados. La guerra de las ondas necesariamente

impuesta por la difusión vía satélite, ¿será acaso un aspecto de esta sobrecarga informacional, políticamente advertida?

Si, en lugar de la invocación directa, la palabra, a partir del desbordamiento, del spill over de los satélites, nos llega desde el cielo mediatizada por el genio de la técnica, el individuo se va a sentir dependiente de esa técnica, sometido, dominado por la complejidad instrumental de los aparatos.

Con relación a los sistemas electrónicos, desde los años 1930 al 60, el problema esencial era el de la fiabilidad de las instalaciones. Un teorema de la estadística demuestra que la probabilidad de fallos crece con la complejidad y el número de las instalaciones a las que nos referimos. Crear y dominar redes de reparación paralelas a las redes de comunicación, por ejemplo talleres de reparación y almacenes de piezas sueltas, según jerarquías de tipos de aparatos susceptibles de manipulación (transistores, receptores de televisión, emisoras de televisión, conmutadores telefónicos, etc.) y crear y dominar rutinas de mantenimiento ha sido un problema esencial que los países subdesarrollados, los países escasamente poblados o escasamente industrializados todavía no han experimentado.

En los años 80, aparecerá otro problema, el de la seguridad o confianza -en el sentido ya expuesto- y el de la defendibilidad: el problema de la seguridad en sentido pasivo y el de la defendibilidad del conjunto de las instalaciones en sentido activo: los especialistas actualmente reconocen la extraordinaria fragilidad de las instituciones técnicas sobre las que se basa nuestro modo de vida y la calidad de vida del individuo. La idea de dependencia versus independencia se convierta, por lo general, en uno de los criterios referidos a los medios de una instalación. He aquí no sólo un problema técnico, sino un problema de organización social que afecta al ingeniero en comunicaciones sociales, y más al sico-sociólogo que al tecnólogo. Sabemos, por ejemplo (BILGIN) que "el espíritu de mantenimiento", la aptitud para mantener en buen estado un sistema tecnológico del tipo de una red dispersa (transporte, redes energía, tecnologías avanzadas, satélites y estaciones terrestres, redes telefónicas y de telex, etc.) es un rasgo sicocultural muy desigualmente repartido según los individuos, las empresas, los estados, las culturas, y que se halla ligado a la oposición entre burocracia y herofismo, a la noción y a la relevancia con que se considera el futuro según las conciencias, a la percepción del paso del tiempo, etc. La puesta a punto de tecnologías que toman en cuenta este hecho sicocultural, es uno de los problemas de tipo mediq que debe tomar en cuenta una investigación científica que pretende integrarse en la sociedad.

X. La sociedad es reemplazada por un sistema social de redes.

Una última reflexión sobre la estructura misma del conjunto social: el concepto de "sociedad" se encuentra alterado, en su esencia, por la idea de comunicación. Antes, la sociedad repre-

sentaba un conjunto condensado de relaciones sociales establecidas sobre la base de la posibilidad de contacto cara a cara, en gran parte efectivo y responsable de las condiciones para un contrato social personalizado, mediante el cual, el individuo intercambiaba con la comunidad una parte de su seguridad y de sus privilegios a cambio de una obligación de cara a la opinión pública respecto a su propia libertad. Si esto era antiguamente, en el futuro el individuo, desde su exilio interior (SILBERMANN), protegido por las barreras de la comunicación, se coloca frente a un sistema social respecto al cual sólo mantiene relaciones de interés. La imagen que se le ofrece al sociólogo es la de un "campo social" atravesado, tránsito de redes: de difusión o de interrelación que uno puede clasificar en sistemas más generales provisión de servicios, redes que se aprovechan en contrapartida de imposiciones, redes, en fin, para la auscultación permanente de la opinión, objetivadas por la constatación de institutos de sondeos de opinión pública, instituciones nuevas predominantes en el ámbito de un sistema social global (democracia oculta). El individuo se encuentra ligado a los tres tipos de redes o enlaces globales, cada uno con su propio sistema de centralización y se halla, por el contrario, separado de los demás seres, ya sea aisladamente o en grupo, y termina a la postre encerrado en el interior de su cédula social privada, reclamando antes que nada su derecho a este aislamiento.

La sociedad se encuentra reemplazada por un sistema social de redes o enlaces. Esto sugiere un modelo de sociedad (figura). El individuo estrechamente enlazado a los tres tipos de redes, cada uno con su propio sistema de centralización, se halla, por el contrario, separado de los otros individuos (o grupos) y sólo ejerce con los demás una relación de elección sin verdadero dominio, pero pudiendo elegir, cada vez más independientemente de la distancia que los separa. Sin embargo, las ADMINISTRACIONES de los tres tipos de redes (servicios, imposiciones sociales, opinión) se "ponen de acuerdo" en un juego estratégico modelizado en su integridad por la Teoría de sistemas.

Se plantea ahora un problema: el de la disparidad en las relaciones humanas y el de los agrupamientos espontáneos; es aquí donde el informe NORA recoge algunas de las ideas de ILLICH, desarrollando, entre otras cosas, la noción de la diferencia entre un poder hegemónico, que construye, a partir del dominio técnico que posee sobre las tres redes básicas, jerarquías de adhesión a las normas culturales, y un conjunto convivencial, en el que la plataforma de base de las necesidades y el equilibrio entre éstas y las contrapartidas, está satisfecho y en el que se constituyen asociaciones de libre elección de intereses culturales y donde se establecen relaciones que se deshacen y se vuelven a rehacer, al azar según las personas y las situaciones. El problema se plantea, pues, con relación al peso relativo de las fuerzas normalizadoras asociadas al poder soberano, y el de las fuerzas de autonomía cultural asociadas a un libre intercambio entre los grupos sociales.

XI. Cultura convivencial y cultura hegemónica.

Inspirándonos en los conceptos propuestos por ILLICH y HORA MINC, definiremos pues, dos formas de repartición de los ítems culturales vis a vis de ese vector fundamental de atracción o de rechazo a partir de una "norma", y presente siempre en todo conjunto social y en los aspectos más diversos; el nivel de generalización misma del proceso obliga a considerar solamente los caracteres más evidentes de este proceso. Ahora bien, la sociología del conocimiento asocia la creatividad básica del individuo, entre otras cosas, a un cierto grado de anomia, puesto que esta dosis de anomia está asociada en principio al cuestionamiento de "lo que se es" respecto a "lo que se podría ser" y está ligado por otra parte al rechazo provisional de las normas establecidas de aceptación de los mensajes. Hay pues una cierta correlación entre la productividad creativa global de una sociedad y su capacidad para tolerar, para aceptar la anomia, la desviación respecto a las normas establecidas.

¿Cuál es aquí la posición de una sociedad de redes? El desarrollo de la opulencia comunicacional ejercerá visiblemente una influencia sobre ese factor de la anomia cultural: el factor de las relaciones cuantitativas que mantiene la sociedad entre la norma y la desviación para el conjunto social que el flujo de mensajes abarca. Provisionalmente admitimos que se pueda definir una dimensión para los comportamientos culturales por un continuo; en ese caso, si una sociedad se nutre, por una parte, de las normas que ella misma segrega, y por otra, de un filón permanente de desviaciones, de márgenes propios, entonces, el recuento de estas desviaciones ofrece una cultura de pluralidades.

Dos tesis se enfrentan, por consiguiente, por lo que respecta a las distribuciones cuantitativas de los comportamientos de los individuos en función de su anomia relativa:

- La sociedad en la que se da un reforzamiento de la norma en detrimento de la desviación, poseerá una cultura hegemónica predominante;
- La sociedad donde se dé una segregación permanente de desviaciones espontáneas tenderá hacia una cultura convivencial. ¿Qué puede ocurrir entonces?

Sabemos que la sociedad de los medios masivos ha puesto en primer plano el mecanismo del ciclo socio-cultural que, recuperando y banalizando cada uno de los ítems culturales, los convierte en átomos, en "culturemas", en materias primas para creaciones ulteriores hasta transformar poco a poco a la sociedad en un vasto mecanismo combinatorio de culturemas, pertenecientes a un repertorio más o menos restringido de estereotipos. Como los trabajos de Martín Serrano, por ejemplo, han demostrado en el caso de la televisión, mecanismo superabundante y deplorado por todos los sociólogos de la cultura.

Con otras palabras, la existencia de este ciclo sociocultural de amplificación de la banalidad, viene a reforzar continuamente la norma en detrimento de la desviación. Todo sistema tecnológico que favorezca el incremento de los mass media dedicados a la difusión sobre un campo social global, en el que la distancia ya no cuenta, se encontrará a largo plazo reforzando las estructuras hegemónicas. Un ejemplo de esto puede verse en la historia reciente de los mass media y en la que se está construyendo ante nuestros ojos gracias al papel de los satélites de modo que al desbordar éstos sus zonas de irradiación, se establece una lucha de oligopolios culturales cuyo objetivo es atraer y luego movilizar, y fascinar, si es posible, la atención del espectador. Ahora bien, vemos ya, aún antes de que se constituya realmente la red de cobertura total, cómo se multiplican los acuerdos que reducen sistemáticamente el contenido posible de los mensajes, y en particular su desviación con respecto a las normas aceptadas. Es verdad que desde el principio se ha puesto el acento sobre los contenidos políticos, pero éstos no dejan de apoyarse discretamente, y como si no pudiera ser de otra manera, sobre otros aspectos culturales que por ello mismo resultan así reforzados de paso (lenguas, costumbres, etc.)

De este modo, la gran esperanza que habían despertado los satélites, mantenida por la imagen del individuo que con su radiotransistor de muñeca, perdido en el fondo de la jungla, alimenta su identidad cultural, según la estampa surrealista, gracias a los bancos de datos que le proporcionan información desde las bibliotecas de literaturas universales (desde Washington o desde Pekin), se halla ya truncada antes de ver la luz, limitada por los acuerdos de los oligopolios que cualquiera que sea su conflicto, en lo que si están de acuerdo es en hacerla imposible.

Según esta concepción, el control del contenido de los programas reemplaza o refuerza el control decadente de los canales.

Por el contrario, la expansión del sistema de enlaces interpersonales, favorecida por las mismas tecnologías, y en su apoyo al concepto de libre elección, de elección recíproca sobre la base de una independencia edificada sobre la distancia física y la ubicuidad comunicacional, tiende espontáneamente a sostener agrupaciones informales de personas, asociaciones espontáneas basadas sobre la convergencia de valores o intereses. Respecto a esto ya contamos por una parte con modelos teóricos: los análisis de conjuntos autogenerados pioneros de la sistemática, emergencia de un orden reconocible a partir de una complejidad aleatoria que ya estudiaron los biólogos; por otra parte, contamos también con ejemplos prácticos, como los de aquellos procesos de constitución de sistemas ideológicos o de asociaciones a partir de fenómenos como los de la Citizen Band americana o los de las microrradios piratas europeas.

Quizás sea éste el nacimiento inesperado de una cultura convivencial tal como la sugirió ILLICH. Es verdad que desde un plano objetivo, los argumentos a su favor son más bien débiles

dada la potencia extravagante de los mecanismos de control de los que dispone el poder hegemónico y por consiguiente, la predilección que este poder impone por una cultura que refleje sus normas. Pero, la creatividad del individuo y de los grupos conserva su aptitud para utilizar de una manera hasta ahora imprevisible, útiles y objetos de su entorno contruidos para un fin diferente. Se puede confiar en esta aptitud del ser humano para hacerle quelebras al poder y para explotar al máximo el espacio de libertad que necesariamente subsiste en los intersticios entre los bloques de la INTENCION y de la INSTITUCION; ésta es una de las cuestiones importantes que el sociólogo le gustaría plantear a propósito de la opulencia comunicacional.



CENTRO DE DOCUMENTACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
BIBLIOTECA