
Pablo Fernández Christlieb*

*PSICOLOGIA SOCIAL como
ciencia de la comunicación*

1. Psicología social y psicología social

Lo primero que puede decirse respecto a la psicología social es que su propio nombre presenta una contradicción, pero se refiere a la contradicción más defendida por la cultura occidental: por un lado el término *psicología* designa al mundo recóndito e interior del individuo, ese que llamamos alma o psique, y que constituye un país no alineado a nada y nadie; por otro, el término *social*, que alude a las instituciones y estructuras de organización donde por fuerza están incluidos todos los seres humanos.

Combinado, el término psicología social es un hijo legítimo de la *dualidad individuo-sociedad*; está presente tanto en la cultura especializada como en el sentido común, y oficializado a lo largo del diccionario. En efecto, la denominación psicología social está construida mediante componentes en oposición, y en el léxico no existe ninguna que los ensamble, por lo que conjunciones de esta índole son difíciles de concebir, de ahí que, en este caso, el pensamiento normal no pueda evadirse de recurrir a oposiciones. No hay palabra que pudiera designar a la psicología social sin referirse a la confrontación entre individuo y sociedad, entre subjetivo y objetivo; esto es, sin deslindar la interioridad del individuo y la exterioridad de la sociedad.

Con todo, la psicología social ha sido tradicionalmente definida como

* Coordinador de el Laboratorio de Psicología Social, Facultad de Psicología de la UNAM.

ciencia de la interacción, y éste es quizá el único punto de coincidencia entre los psicólogos sociales, aunque constituya más bien un lugar común. Por lo general, entonces, la noción de interacción se interpreta a partir de la dualidad individuo-sociedad (o su traducción biologista: organismo-medio), y dependiendo del polo de la dualidad en la cual se haga énfasis, se concibe el tipo de psicología social. Cuando se destaca al individuo como eje de la interacción, se concibe a la psicología social como el estudio de los individuos que entran en contacto con otros individuos, con el medio o con la sociedad, y los resultados de este contacto dependerán de las características del individuo en cuestión: la concepción académica de la psicología social (la de la comunidad científica, los *journals* y manuales, y los curricula universitarios) comparte esta idea, cuyo epítome sería una de sus más difundidas definiciones, la de Allport,¹ según la cual esta ciencia estudia la forma en que un individuo se ve afectado por la presencia real o imaginaria de otros. La psicología social académica ha probado no ser otra cosa que sentido común sistematizado, por lo que no se diferencia mayormente de toda la literatura “psi” de supermercado. De cualquier manera, en tanto no existe individuo que no entre en relación con otros, la psicología social así concebida no se diferencia de la psicología individual o general; en ello parece pensar Freud cuando escribe que toda la psicología es siempre y desde un principio psicología social con lo cual, se entiende, quiere decir que el psicoanálisis abarca toda la psicología.² Se trata aquí de una *psicología-social-individual*.

Ahora bien, cuando por el contrario se subraya el aspecto de la sociedad, la explicación de la interacción se da por las características de ésta o de las instituciones, resultando ellas las reponsables de la felicidad o infelicidad de los individuos. A este punto de vista se le puede llamar sociología psicológica, y coincide con la concepción ilustrada de la psicología social (de intelectuales, artistas, ciudadanos, críticos, entre otros), que es, por lo general, de corte contestatario, debido en mucho a las incursiones del marxismo en la psicología, y cuyas expresiones máximas serían la teoría de la alienación, la de la ideología, o la crítica cultural al estilo de la Escuela de Frankfurt.³

Situar tanto al individuo o a la sociedad como eje de la interacción

¹ F.W. Allport, “The historical background of modern social psychology”, en: G. Lindzey y E. Aronson, *Handbook of Social Psychology*, Reading, Mass., 1969, Addison-Wesley, P. C. 5 vols., vol. I.

² S. Freud, “Psicología de las masas y análisis del Yo”, en *Obras Completas*, Madrid, Biblioteca Nueva, 1973, tomo III.

³ Véase: M. Jay, *La Imaginación dialéctica*, Madrid, Tecnos, 1973, D. Held, *Introduction to Critical Theory*, Londres, Hutchinson, 1980.

es del todo válido, aunque puede haber la combinación de ambos énfasis, como en el caso de los estudios sobre autoritarismo, por lo general se tiende a conservar la dualidad individuo-sociedad; es decir, se explica la realidad por uno o por otro factor, y la interacción se reduce a ser el vacío que media entre ambos: como ciencia de la interacción, la psicología social no puede así mantener razonablemente su existencia, a no ser como una ciencia de segundo orden que hace el trabajo incómodo de la psicología o de la sociología.

La *psicosociología* representa aquí una tercera posibilidad. En tiempos de deshielo epistemológico donde por fortuna lo primero que queda en entredicho es la idea misma de verdad, contravenir el sentido común resulta una cierta garantía de la creación de conocimiento; frente al sentido común —sólidamente materializado— de la dualidad individuo-sociedad, mediadas por un vacío hecho de aire, la psicología social puede sostener su existencia al plantear *una realidad de tercera opción*. La misma sustenta que entre los individuos, y entre el individuo y la sociedad existe una tercera realidad, no la realidad de individuo, no la realidad de las instituciones, sino la de la interacción, que no está ni “dentro” ni “fuera” de los individuos, sino “entre” éstos. Se trata del pensamiento y la afectividad que desborda y rebasa los límites de las conciencias individuales y de las instituciones sociales, y que sólo existe plena e irreductiblemente en la colectividad: se le ha llamado mente colectiva, alma de los pueblos, psique social, intentando así explicar que no pertenece a nadie y, por tanto, es de todos. Puesto que no se deposita ni en los individuos ni en las instituciones, en gran medida, para todos, deviene inaprehensible, inconsciente. Este pensamiento y afectividad, este espíritu, si hubiera que representarlo gráficamente, aparecería como una atmósfera, un clima, un humor flotando en el ambiente; de la misma manera que se habla de un medio ambiente o un mundo-ambiente, puede hablarse de un espíritu-ambiente; a saber, la subjetividad de en medio: la *intersubjetividad*.

2. Psicología social y comunicación

El material de que está hecho el espíritu-ambiente o intersubjetividad cumple la doble tarea de ser objetivo, accesible a todos, verificable y, al mismo tiempo, subjetivo, íntimo. Los *símbolos* con sus *significados* conforman este material. Un símbolo posee la propiedad de poder ser expresado, esto es, puesto afuera como objeto accesible a los otros, y posee asimismo la propiedad de valer para algo inaccesible, ausente: el significado; por tanto, también rige para los otros; se trata de una

realidad que si no es común no es real. El lenguaje sería el objeto más representativo: es un conjunto de símbolos compartidos que permite que las experiencias y acontecimientos tengan significados comunes a todos los usuarios y, por ende, que haya una realidad de todos, una realidad colectiva, porque todos la nombran igual y les significa lo mismo. De hecho, *los símbolos crean realidades*; en efecto, no son una manera de designar un mundo ya dado, como supondrían los positivistas: son, sobre todo, una manera de construirlo. La realidad que existe para nosotros es una realidad significativa, es decir, simbolizada, porque la realidad que no es significativa, la insignificante, ni existe, ni tiene nombre: nombrar es dotar de realidad a las cosas. Dios hizo la luz nombrándola, y concesionó a Adán esta facultad para que diera nombres y se enseñoreara de la tierra. El medioevo creó brujas, demonios, milagros y santos con mucho mayor grado de realidad que la ley de la gravedad, con el sólo poder de los símbolos. La ilustración creó la individualidad, la libertad y la razón con el único propósito de que éstos existieran. El presente siglo ha destituido a las brujas, pero también a la razón, por la misma vía, para constituir a cambio la realidad de los objetos físicos como criterio último de verdad. Mientras, por ejemplo, el futuro, existe, e incluso lo podemos describir, y vivir y trabajar por él, aunque no llegue. Como dice Blondel,⁴ “primero es la palabra, después, la idea y sólo más tarde —a veces— la cosa”. El mundo que aprendimos a dar por sentado es estrictamente fantástico: las realidades más intensas de la vida contemporánea, como el *status* y la movilidad social o el éxito son tan reales como los encantamientos y el Santo Graal.

Con base en lo anterior puede notarse que el arte y la literatura, en general toda creatividad, consisten en la construcción de nuevas experiencias mediante la configuración de formas simbólicas; leer un poema o una novela, ver una película o un cuadro, oír música, puede hacer constar como van apareciendo, ante los ojos, realidades novedosas. Ahora bien, crear realidades implica moldearlas, controlarlas, domesticarlas. Cuando algo se comprende, se explica, adquiere sentido; lo que no se conoce no puede ser dominado. Por eso, lo que no tiene nombre resulta inquietante, como las sombras de la noche, que asustan hasta que alguien las nombra como “el saco en el perchero”. Sombras similares son los desasosiegos silvestres que se aclaran cuando se encuentra el nombre que los domestique, llamándolos, por ejemplo, *stress*, neurosis, crisis, desamor, etcétera. Entonces, estas experiencias se vuelven controlables. Lorenzer,⁵ por ejemplo, define al psicoanálisis como el acto de

⁴ Ch. Blondel, *Psicología Colectiva*, México, Editorial América, 1945.

⁵ A. Lorenzer, *El lenguaje destruido y la reconstrucción psicoanalítica*, Buenos Aires, Amorrortu, 1977.

dar nombre a las experiencias que no lo tienen, o que lo tienen equivocado.

El lenguaje, que sirvió de antemano para ejemplificar la creación de realidades, constituye un *sistema simbólico*, esto es, un sistema de *expresión, intercambio e interpretación* de símbolos para significar la realidad; es el más importante, el más elaborado y el más complejo. Su importancia como sistema simbólico llega al grado de parecer el único, sobre todo porque cuando tratamos con otros sistemas simbólicos, o sea, cuando los teorizamos, explicamos o comprendemos, lo que estamos haciendo es hablar o escribir sobre ellos, es decir, pasándolos por el agua del lenguaje.

Vivimos en una sociedad lingüística y el conocimiento es lingüístico. En esto la psicología se asemeja a otras disciplinas, como la semiótica. Pero existen otros sistemas simbólicos, *no-lingüísticos*, que son igualmente sistemas de expresión, intercambio e interpretación de experiencias. Entre los posibles, se pueden citar cuando menos los siguientes: un *sistema plástico* o visual, que se refiere a toda la simbología basada en la forma y el color, como el caso de la publicidad de imágenes o las artes plásticas. Un *sistema auditivo* o musical que, como el anterior, presenta algo que es real y que no puede ser puesto en palabras; puede ejemplificarse con una sinfonía o con el ruido de la calle. Un *sistema corporal* y gestual, que se simboliza mediante movimientos y posturas corporales y faciales, que varían culturalmente según épocas y grupos, portándose incluso como moda: brazos cruzados, piernas a horcajadas, ceños, sonrisas, son ejemplos de éstos, y en todo caso siempre tienen un significado. Aparte, un *sistema indumentario* o de ropa, propio de la sociedad industrial y por lo regular cosificado por el consumismo, pero de gran importancia por ser muy notorio y de alcance mayor en comparación con sus recursos; casos inscritos en este apartado serían la moda, pero sobre todo la "antimoda". Un *sistema funcional*, que es mucho más sutil y complejo, y que puede describirse como la traducción de la dimensión espacio-temporal de las cosas a la dimensión simbólica del sentido; es decir, los objetos que son meramente instrumentales, que cumplen una función operativa, como los horarios, las vías rápidas, las filas en las ventanillas, los formularios y trámites, empiezan, por su uso reiterado, a convertirse y ser interpretados como símbolos cargados de significado, de forma tal que la lógica de los instrumentos pasa a formar parte de la lógica de los símbolos; por este sistema se puede explicar parte de la incorporación subrepticia de la conciencia tecnocrática a la vida cotidiana. Finalmente, como sistema simbólico pueden considerarse a los *movimientos de masas y multitudes*, que aparentemente brotan de manera espontánea y que resultan distintos e inexplicables para los mismos

individuos que los protagonizan; sus ejemplos van desde las revueltas populares hasta el enamoramiento, para los cuales toda legislación resulta insuficiente.

De los sistemas simbólicos no-lingüísticos puede concluirse que corresponden en mucho a la llamada *vida afectiva*; de hecho, gran parte de lo que se denomina sentimiento, emoción, y que parecen sensaciones totalmente individuales, en realidad están simbolizadas mediante sistemas colectivos no lingüísticos. Si como quieren Moscovici y De Saussure,⁶ a cada palabra corresponde una imagen, de la misma manera que a cada símbolo corresponde un significado, los sistemas simbólicos no-lingüísticos son, en realidad, imágenes y significados que no tienen palabra que los designen (por razones lingüísticas, lógicas, culturales, sociales y políticas), y por eso se expresan mediante símbolos de otra naturaleza. Puede notarse de paso cómo en lo colectivo y en lo no-lingüístico aparece mucho de lo que individual y lingüísticamente se considera inconsciente. En suma, la afectividad colectiva se define como los significados que están puestos en sistemas simbólicos no-lingüísticos. Esto representa una parte significativa de la cultura, que confiere a la vida un sentido que no aparece en el sentido común, que es lingüístico.

Así, mientras que el lenguaje asemeja a la psicología con otras disciplinas lingüísticas, la atención a la vida afectiva la diferencia, porque a la psicología le interesa no tanto las propiedades del lenguaje, como los procesos por los que se constituye la realidad intersubjetiva, no importa con qué símbolos. De cualquier modo, puede fácilmente advertirse que los sistemas simbólicos en general no son empíricamente diferenciables: una multitud —como un baile— también es plástica y corporal, un lenguaje hablado tiene tonos musicales, etcétera. Un sistema simbólico sólo puede ser discernible de otro cuando se consideran en conjunto y además en relación con otros fragmentos de la realidad (historia, economía, antropología). Pero, sobre todo, debe estimarse que un solo sistema ni aparece solo ni expresa la realidad intersubjetiva por sí mismo; la realidad sólo hace sentido cuando se considera la trama social en situación y en acto; cada símbolo, cada expresión, es apenas un componente incompleto, por lo demás volátil, de un drama complejo en constante evolución. Así pues, para comprender la realidad psicosocial, debe considerarse *a la sociedad como una gigantesca conversación*, donde intervienen todos los elementos disponibles de la manera más inopinada. Una conversación es, en mucho, todos los sistemas simbólicos

⁶ S. Moscovici, "The phenomenon of social representations", en R. Farr y S. Moscovici, *Social Representations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984. F. De Saussure, *Curso de lingüística general*, Barcelona, Planeta, 1916.

puestos en marcha y, por eso, establecer como método de análisis de la psicología una *analogía conversacional* resulta adecuado. Por cierto, para entender de qué se trata una conversación, es necesario averiguar cómo surgió, cómo se fue desarrollando, cuáles han sido las intervenciones y los pormenores, los argumentos y los contrargumentos, lo que se ha conservado y lo que se ha rechazado y, así, sólo en esta tónica, podrá conocerse la calidad o cualidad de las conclusiones, si es que las hubo, porque frecuentemente son innecesarias. Si un observador llega a mitad de una conversación, no etiene gran cosa y primero tiene que aguardar hasta incorporarse a ella para poder entender de qué se trata. Según la analogía conversacional, el análisis psicociológico consiste en reconstruir los procesos de generación de una realidad para al cabo poder interpretar o intelegir su contenido y su sentido.

Si la sociedad es una gigantesca conversación, ello quiere decir que nunca está quieta, que no se pueden tratar a sus elementos como objetos estables, cosas fijas que resisten inmutables mientras se les extrae de su habitat, se les fragmenta, se les mide y se les verifica, como se pretende en los métodos positivistas; en otras palabras, los símbolos no son fósiles que mantienen su significación y su sentido todo el tiempo y en cualquier circunstancia: en realidad siempre están cambiando, dependiendo de quién, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué los expresó, intercambió e interpretó o no expresó ni intercambió ni interpretó, y de si la colectividad estuvo de acuerdo en ello. No se puede analizar, como se supone, un objeto aislado, por ejemplo, un texto, una palabra, un gesto, una pintura, para extraerle su sentido, como si lo llevara dentro: esto es cosificar la realidad; es preciso, por el contrario, conocer el juego completo en el cual el objeto está inserto. Por tanto, la realidad psicociológica no está depositada en las cosas, ya sean palabras, canales, medios, impresos, etcétera, que sirven para objetivarla simbólicamente, sino que se encuentra, andando, en la *comunicación*: esta gigantesca conversación social es la comunicación. El espíritu de la sociedad sólo tiene existencia y vigencia en el ámbito fluido de la comunicación.

La definición de comunicación sería, en suma, la síntesis de todo lo dicho hasta el momento: *la comunicación es expresión, intercambio e interpretación de símbolos y significados, mediante los que se crean o se descubren las experiencias, acontecimientos y objetos dotados de sentido que constituyen la realidad colectiva*. La psicociología es la disciplina de esta comunicación; ya desde principios del siglo Mead, De Saussure, Voloshinov, Blondel, Halbwachs,⁷ la habían concebido

⁷ G.H. Mead, *Espíritu, persona y sociedad*, Buenos Aires, Paidós, 1972. De Saussure, *op. cit.* V.N. Voloshinov, *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*,

así. Una de las definiciones contemporáneas de la psicología social con mayor potencial de desarrollo menciona el estudio de la comunicación desde el punto de vista de su estructura, su génesis y su función.⁸ La perspectiva del presente trabajo, que estudia a la comunicación como un proceso y un contenido-que-está-siempre-en-proceso (la psicología enfatiza los procesos comunicativos, mientras que los contenidos más estables vendrían siendo el énfasis de la crítica de las ideologías, por ejemplo) preferiría definir a *la psicología social como la comprensión (y explicación) de los procesos (y contenidos) de creación (y destrucción) de símbolos (y significados) por los que una colectividad acuerda su realidad*. Ambas definiciones, comunicación y psicología social, son sinónimas.

3. Comunicación e información

La comunicación, entendida como expresión, intercambio e interpretación de experiencias, es una comunicación de símbolos. La “comunicación” de cosas se llama *información* y puede entenderse como la *emisión, desplazamiento y recepción de datos*. No son lo mismo. Si se atiende a la dimensión espacio-temporal de ambos, es decir, a la descripción empírica de los movimientos de los protagonistas, canales y objetivaciones de una y otra, se podrá observar que su mensajería se comporta de formas diferentes.

En la comunicación aparece un esquema peculiar. En efecto, la comunicación no tiene puntos de partida ni puntos de arribo, no tiene polos, ni terminales ni extremos: sus mensajes no se sabe de dónde vienen ni a dónde van; de hecho, no vienen ni van a ninguna parte porque nacieron dentro de la comunicación y se quedan en ella. Así pues, la comunicación generada tiende a revertirse sobre ella misma, sus mensajes se revuelven sobre la misma comunicación y, por tanto, parecen no tener objetivo; en otras palabras, la comunicación, al no tender a ningún objetivo externo a ella, aparece como su propio objetivo, como un fin en sí misma; ciertamente, la única razón de ser de la comunicación es mantener la participación de sus protagonistas. La comunicación es el fin de la comunicación y para eso se generan los mensajes; de aquí se puede colegir que, por un lado, en tanto se cumple el objetivo con este acto,

Buenos Aires, Nueva Visión, 1976. Blondel, *op. cit.* M. Halbwachs, *Les cadres sociaux de la mémoire*, París, Presses Universitaires de France, 1925.

⁸ S. Moscovici, “Society and theory in social psychology”, en J. Israel y H. Tajfel, *The Context of Social Psychology*, Londres, Academic Press, 1972.

los mensajes no pueden ser ni correctos ni incorrectos, ni aceptados ni rechazados, puesto que su sola existencia cumple *ipso facto* su función; de otro lado, el reciclaje constante y acumulado de la mensajería resulta en una complejización cada vez mayor de la comunicación: se hace multívoca, cargada de sentidos, polisémica, pero nunca saturada, puesto que no es un recipiente limitado. Dado que el objetivo o meta está dentro de sí misma y cumplido de antemano, los mensajes comunicativos no se desplazan en línea recta, esto es, no utilizan la lógica de la distancia más corta entre dos puntos, porque esto no representa más que pérdida de oportunidades de volverse compleja y multívoca, así que tiende a desplazarse en líneas curvas sobre un plano extendido, en órbitas deambulatorias que no llegan a ninguna parte, buscando el mayor número de contactos, interferencias, ruidos, provenientes de otros mensajes que los enriquezcan a la par: no sólo acepta interrupciones, sino que las provoca. Por ende, en su despliegue dentro del ámbito comunicativo, los mensajes suelen perder el tiempo, entretenerse, como técnica de propiciación de contactos; la táctica de la comunicación es tardarse, porque no tiene que llegar a ningún lado puesto que ya llegó. Este es el diagrama empírico que sigue la configuración de sentido de la vida humana. En rigor, las cosas que tienen o que confieren sentido por sí mismas se le parecen más allá de la casualidad: los sueños, la creación artística, la creatividad cotidiana, el ocio y el tiempo libre, el humor, la reflexión, el juego. Asimismo, los canales que tienen características físicas de esta índole, o sea, los espacios en un plano de dos dimensiones y amplios, propician la comunicación, como por ejemplo las plazas, las mesas, la disposición de los lugares en círculo.

Desde el punto de vista empírico, la configuración de la comunicación aparece como un esquema de la inutilidad, un organigrama de la ineficiencia, puesto que resulta contrario a cualquier optimización de tiempos y movimientos, y por lo demás no arroja producto alguno. Para la productividad y la maximización de tiempos y movimientos sirve mucho mejor la información, cuyo diagrama presenta otra configuración y otra lógica.

En la información existe una emisión o punto de partida por donde se introduce el mensaje al procesamiento informativo, y un punto de terminación o receptor a donde llega; es decir, la información tiene una entrada y una salida determinadas que deben cumplirse para que el objetivo de la información se satisfaga. Así, la información no puede retener los mensajes ni hacerlos perdedizos, sino que los tiene que enviar fuera de su propio procesamiento para cumplir sus funciones: la información es un medio, no un fin, y el fin está fuera del proceso informativo, en otra parte. Por ello, en cuanto habitantes de un medio,

en cuanto tripulantes de un vehículo, los mensajes tienden a desplazarse en línea recta, por la vía más rápida posible; mientras más cuantioso y veloz sea el procesamiento de información, mientras se transmita mayor información en el menor tiempo, el procesamiento es tanto más eficaz: toda interrupción, interferencia o desfiguración del mensaje en su trayectoria, es un error informativo, entendido como ruido que entorpece y puede llegar a bloquear la información; si el receptor recibe un mensaje diferente del emitido, es incorrecto. Hay, pues, mensajes correctos e incorrectos, y el correcto sólo es y puede ser uno, los demás no: no se valen dos versiones; para la información la verdad sólo es una. En tanto que busca la univocidad, la información es un procedimiento de simplificación. La siguiente nota informativa sobre un descubrimiento científico constituye un ejemplo típico del diagrama informativo: “se descubrió que utilizando materiales cerámicos era factible alcanzar la superconductividad a alta temperatura sin que en su transporte se perdiesen porcentajes de electricidad y, además, a costos menores de los actuales”.⁹

Como puede verse, se trata de un esquema ordenado, con una lógica estricta y es el mismo que se puede adaptar a otras formas de la actividad humana. La cadena de montaje industrial repite la relación emisión-desplazamiento-recepción en los términos *input*-procesamiento-*output* o materia prima-manufactura-mercancía; en los sistemas de transporte como salida-tránsito-destino, la mayor distancia en el menor tiempo con el mínimo desgaste; también es el esquema de la burocracia en tanto requisito-trámite-resultado, y así sucesivamente se pueden emplear variantes para el comercio, la administración, etcétera, incluyendo actividades que en rigor no pueden ser informáticas, como las relaciones interpersonales o la educación.

Al igual que en la comunicación, los canales cuyas características sean objetivamente similares al esquema informativo, esto es, de una sola dimensión, proporcionalmente estrechos, propician este tipo de actividad: ineludiblemente los medios electrónicos de información, pero también las formas, formularios, formatos impresos, la disposición de los lugares en línea como en las filas y asientos de autobuses, y por último, las calles, pasillos, corredores, banquetas, que permiten una crítica urbanística desde el punto de vista de la función de sus espacios. Como fuere, la información representa el esquema más ordenado posible diseñado por el hombre hasta ahora y, de hecho, toda la producción de riqueza material sigue este esquema que, mientras más sofisticado, es mejor, y preci-

⁹ M. Meneses, “Descubren superconductores de electricidad en la Universidad”, *La Jornada*, 15 de mayo, 1987.

samente el más sofisticado es, como dice Racionero,¹⁰ el de la cibernética, donde la información es el recurso estratégico, tanto económico como político: el que detenta el poder.

4. Información y vida pública

No obstante, la información tiene una función específica que es, en última instancia, la sistematización del entorno y el dominio sobre la naturaleza —rigurosos medios para la vida humana—, y en cuanto tal no es susceptible de crítica por sí misma. La información cumple su papel de utilidad; de hecho, es muy útil: representa el método de conocimiento de las ciencias naturales, que construyen un sistema lógico para la explicación de la naturaleza y que permitieron, desde la revolución copernicana hasta el siglo pasado, el cuestionamiento razonado del orden del mundo y la destrucción de sus mitos sustentantes, como el origen divino de las jerarquías. Alentados en el saber de las ciencias naturales, los ciudadanos del incipiente capitalismo pudieron reconocer la igualdad de sus condiciones y, en consecuencia, crear la figura de la *esfera pública* y opinión pública, donde, en tanto hombres libres y privados, fueran capaces de discurrir, exponer, polemizar y tomar acuerdos de cara al Estado coordinador. Sin embargo, cuando las ciencias naturales empiezan a ser técnicamente utilizables, esto es, cuando el método informativo puede aplicarse a la industria y a la productividad, comienza también a aplicarse a áreas de la vida que no tienen que ver con el dominio de la naturaleza, como la administración de la industria, y más aún, la administración de la sociedad, de suerte que la lógica de las ciencias naturales tiende a abarcar las cuestiones públicas relevantes y comienza a funcionar, no como una forma alterna de conocimiento, sino como la única forma de él, como la verdad; el pensamiento positivista es el portador de la visión informativa de la realidad, asume que ésta está dada de antemano y que su conocimiento se logra por la obtención de datos que la reflejen. Gracias al auge de las ciencias naturales y a su innegable aplicación técnica, la visión informativa empieza a operar como el criterio de verdad en la esfera pública, en la vida política de las sociedades; con ello, las discusiones públicas pasan a ser concursos entre tecnólogos y científicos en cuestiones de administración, de programas de desarrollo y de solución de problemas emergentes. Sólo los expertos, estadistas, politólogos, arquitectos, comunicólogos, psicólogos, o sea, los informados, pueden tener el conocimiento y, por tanto, son los únicos capacita-

¹⁰ L. Racionero, *Del paro al ocio*, Barcelona, Anagrama, 1983.

dos para la conducción de la sociedad. La riqueza material y el halo científico funcionan como legitimadores de un orden sociopolítico basado en la administración de especialistas, legitimación que puede denominarse ideológica: la razón informativa deviene ideología, y descalifica a la razón comunicativa, tildada ya de una vez por todas como anticientífica. El progreso y la legitimación se pueden medir entonces en términos materiales, y ya no en los términos comunicativos “obsoletizados” del ideal de “vida feliz” que había valido previamente.¹¹

Así, en resumen, la información ocupa predominantemente el ámbito público de la sociedad. La comunicación, en tanto, queda relegada a la vida privada. A partir de aquí, puede considerarse que entre ambas esferas existe una oposición tensa, describable como la dinámica entre una fuerza pública ideologizadora y una fuerza privada politizadora.

La tendencia de la esfera pública es la ocupación de la esfera privada, la informatización de la comunicación, esto es, que los criterios de razón informativa que rigen en la vida pública empiecen a permear, como de hecho sucede, las capas de la vida privada hasta anidar en todos sus rincones. Hacer *que lo público se vuelva privado*, que la misma lógica con que se piensan las empresas y la burocracia, el poder y la economía de guerra, opere para las relaciones cotidianas de la gente.

A este proceso de volver lo público privado, se le puede denominar, desde el punto de vista de la psicología, como *ideologización*. Consiste en el hecho de que las palabras y otros símbolos van perdiendo los significados dadores de sentido que les correspondían, de suerte que ya no tengan símbolos a través de los cuales expresarse; en consecuencia, las experiencias que designaban pierden la capacidad de ser comunicadas y, en última instancia, desaparecen de la conciencia intersubjetiva de la ciudadanía. Después de esto, las palabras y los símbolos desecados de significado perviven en calidad de dato, de mera información, que si no tiene un objeto natural que lo respalde, un correspondiente en la naturaleza que lo verifique, esto es, si no se le comprueba su existencia objetiva, no existe. Así por ejemplo, la individualidad de la Ilustración sólo puede conservarse si se convierte en el individualismo egocentrista y uniforme del principio de competencia. La desecación de los símbolos se produce por la saturación, repetición, exageración, sustitución, homogeneización, ambigüedad, etcétera, a que se les somete en la esfera pública. Los dos casos más claros del proceso ideologizador son la demagogia

¹¹ Para la cuestión de historia de la esfera pública, véase: J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981. Para la cuestión de la ideologización del positivismo: J. Habermas, *Conocimiento e interés*, Madrid, Taurus, 1982. Una síntesis accesible de ambos temas se encuentra en: J. Habermas, *Ciencia y técnica como ideología*, Madrid, Tecnos, 1984.

estatal, gubernamental y partidaria, y la publicidad empresarial: la sobreutilización indiscriminada de términos, emblemas, rituales y otros símbolos, termina por hacer que éstos carezcan de significado: un mal ejemplo puede aclarar el punto: el término “libertad” es actualmente empleado para emplazar misiles, invadir países, vender toallas femeninas, erigir estatuas, vigilar empleados, justificar dictaduras, anunciar automóviles, destruir el medio ambiente, o integrar a la juventud al consumismo; frente a ello, la experiencia que uno podría significar con ese nombre pierde la posibilidad de comunicarse, se vuelve una experiencia sólo accesible a quien la siente, quien la tiene que guardar para sí: se hace privada, solitaria y, en última instancia, por falta de símbolo incluso privado, desaparece. Pero más allá de un mal ejemplo existen experiencias, acontecimientos y objetos no ejemplificables por falta de símbolo y por encontrarse encerrados en las soledades privadas; muchos de ellos son incomunicables merced al proceso de desimbolización de la ideologización. Para una definición psicosocial, la ideología es el proceso de empobrecimiento cualitativo de los símbolos: una *depauperación simbólica*, de la cual toda la sociedad es protagonista.

Mientras tanto, el espacio comunicativo de la vida es empujado al rincón inofensivo de la *esfera privada*: ahí se retiran los problemas, expectativas, conflictos y soluciones respecto a un sentido de la vida social, que previo a la sociedad industrial estaban de alguna forma garantizados por la misma estructura social, es decir, había un orden estable protector al cual asirse frente a las contingencias del drama de la vida y de la organización social, donde, asimismo, podían ser engarzadas las necesidades de los participantes sociales. A diferencia de esto, en la sociedad contemporánea, a cambio de garantías, la problemática comunicativa es empujada a las vidas privadas, a una reserva aislada de permisividad, tanto para la propiedad de la producción como para la exclusividad de la tragedia y la alegría. En otras palabras, las necesidades genuinas y las verdaderas propuestas de la sociedad civil con respecto a ella misma, a su autoconcepción, organización y desarrollo, que en rigor constituyen el fundamento de la política, han sido sacadas del ámbito efectivo de las decisiones, han sido despolitizadas, bajo la clasificación descalificatoria, políticamente hablando, de tratarse de asuntos estrictamente privados, cuestiones personales.

Las psicologías sociales apolíticas, producto de esta misma desarticulación de la vida colectiva, han asumido la dicotomía privado-público como verdad científica en tanto empíricamente verificable, y han dedicado su trabajo a mantener el mundo privado dentro de los confines de la esfera privada, por la vía de considerar al individuo y su entorno inmediato como el universo cerrado de su análisis; los estudios sobre

autoconcepto y autoestima, atracción interpersonal, o la misma dinámica de grupos, son ejemplos de este sesgo, que no se puede corregir con el hecho de mudarse al campo de la sociología.

5. Vida pública y psicología política

Existe pues una estipulación social, de proceso ideologizado, que presenta a las esferas pública y privada como dos mundos separados, paralelos e intocables, que no tienen por qué ser mezclados. En este tenor una cosa es la política, el gobierno, y otra muy distinta, los problemas personales de cada uno de los ciudadanos. Las psicologías sociales acríticas acatan esta separación y la justifican por el cientificismo, concretamente por la aplicación de métodos informativos a cuestiones comunicativas, la aplicación del dato al símbolo, la cantidad a la cualidad, la cifra al sentido. Pero puede argumentarse que ambas esferas no están separadas, sino interrelacionadas, de la siguiente manera: por una parte, la esfera privada es actualmente la depositaria de las necesidades genuinas de la gente en general; en ella yacen los proyectos de sociedad alternativos, válidos no por alternativos, sino por genuinos, por ser los propios —y no los ajenos— de la sociedad civil, que podrían verosímelmente ser articulados en formas sistemáticamente viables de gobierno. Por otra parte, esta posible articulación requiere de la esfera pública, tanto porque a la fecha (dados los medios de difusión masiva, la unificación de las ciencias naturales, el mercado mundial y los peligros ecológicos y nucleares) se ha universalizado, como por el hecho de que es el único interlocutor posible frente al Estado; o sea, la esfera pública es el lugar universal donde los ciudadanos privados pueden concurrir para exponer sus planteamientos e incidir en las decisiones que atañen a la colectividad. Incluso para abolir el tipo de vida pública existente es necesario pasar por ella: rechazar la inexcusabilidad de la esfera pública equivale a cambiar el mundo pero sólo en privado.

Frente a las psicologías sociales individuales, la psicología social, en cambio, es, desde su definición, una *psicología política*. En tanto tal, comprende en su estudio a ambas esferas. De hecho, una de sus primeras tareas sería la dilucidación de la concepción colectiva de lo público y lo privado: cómo la gente piensa, siente y actúa en ambas esferas, la frontera que las separa, el tránsito o infranqueabilidad entre una y otra, etcétera. En todo caso, el objetivo de la psicología política es la politización de la comunicación, dicho de otra manera, la *comunicación de la información*, y dicho de otra manera más, el análisis de las posibilidades de incidencia de la vida privada en la vida política, para que se decida comunicativa-

mente cómo se va a definir a sí misma la sociedad, cómo va a organizar su coexistencia y, hecho esto, cómo va, pues, a emplear la potencia informativa de que dispone; si para proseguir el armamentismo, si para crear mayor riqueza material, si para alcanzar el estado de una sociedad del ocio creativo, etcétera. La psicología política trataría que otra vez el criterio de “vida feliz” fuese un criterio político. Dicho de una última manera, retomaría la frase feminista de que “lo personal es político”.

En oposición al proceso ideologizador, se da dentro de la sociedad un *proceso de politización* que, lógicamente, tiende a hacer *que lo privado se vuelva público*. En rigor, la vida privada se presenta cuando menos en dos niveles, uno más privado que otro. El primero, estrictamente privado, es el *espacio íntimo* de las personas, quizá el espacio más activo, paradójicamente, de la comunicación: es lo que uno habla consigo mismo: la conversación, profunda y distendida de cada uno frente al espejo pero con la puerta cerrada: sus tragedias risibles y sus infantilismos solemnes, su soberbia desparpajada y su humildad al descubierto, en suma, lo que un individuo, a solas, siente, sabe, quiere y necesita, que no se lo calla para sí pero que no lo dice para otros porque no se quiere o no se debe o no se puede ya sea por temor, prudencia, timidez, sabiduría, esto es, porque de una manera u otra no sería comprendido. En cualquier caso, la comunicación interior de los individuos representa, frente a la sociedad en general, una conversación secreta no susceptible de espionaje y, por lo mismo, un espacio de libertad y seguridad para la crítica y la contestación: es la confabulación de uno. Cada individuo, en muchos sentidos, es una clandestinidad forzosa donde nadie puede irrumpir, y que puede utilizar para muchas cosas: para el hastío, el conformismo, la utopía o la conspiración.

El segundo nivel, menos privado, es el *interpersonal*, de las relaciones cara-a-cara, de la plática entre iguales, informal y divertida, donde se habla de cantidad de cosas fundamentales para los participantes: de la amistad y la pasión, de la vida y la muerte, del rencor y el conflicto, y se habla de ellos mismo y de la comunicación, a la vez que se tematizan, bajo esta misma lógica distendida y *amateur*, las cuestiones políticas y sociales, sin necesidad de ser expertos, proponiendo soluciones, presentando proyectos, pero que, a la vez, nadie escribiría en un periódico ni llevaría al parlamento ni a ningún espacio público, precisamente por razones análogas que en los asuntos privados, que en suma es el hecho de tratarse de contenidos y lógicas incomprensibles para la esfera pública, o sea, demasiado privados.

Lo curioso es que mucho de lo íntimo aparece generalmente a la hora de las pláticas interpersonales, es decir, se rompe la barrera entre lo menos privado y lo más privado: en las conversaciones brotan a me-

nudo las intimidades, con éxito variable. Del mismo modo, lo que se trata a nivel interpersonal es lo que podría tematizarse a nivel de la esfera pública, sobre todo porque habla de la problemática real de la población, y no sólo de la aceptada públicamente como real, como la economía o la democracia electoral. Un ejemplo de lo privado interpersonal que rompe la barrera y salta a la esfera pública es el dolor de las madres de desaparecidos políticos: algo que parecía un asunto de índole restringida se convierte en tema de opinión pública; antes de eso se consideraba que lo público era el desaparecido, no el dolor de su madre.

El feminismo es tal vez el movimiento cultural y político que más claramente puede reconstruirse en estos términos: la rabia, impotencia, soledad, necesidades, alegrías, ilusiones, ideas, de todas las mujeres, a solas y por su parte, que en un momento inicial suponían que eran las únicas en sentirlo, que era un problema personal y no de género, empieza paulatinamente a platicarse y extenderse por los lugares de reunión femeninos, comienza a mostrarse como un problema ya no individual y diferente, sino colectivo y análogo, para luego irrumpir en la esfera pública y convertirse en una fuerza política alentadora, para las mismas mujeres, para otros grupos minoritarios y para individuos aislados con necesidades similares. El tránsito de lo personal a lo político consiste en poner en términos públicos, en símbolos públicamente comprensibles, aquello que se origina en términos privados. El trabajo escultórico de Henry Moore muestra esto, desde lo más íntimo hasta lo más público; en efecto, sus fascinaciones infantiles por los borregos, trozos de rama y hueso, o piedras, con que se tropezaba en su casa de Yorkshire, son transformadas en las gigantescas formas de bronce que lo hacen aparecer como el último gran artista del siglo veinte: la vida totalmente interior de un niño de provincia se convierte, mediante transmutación simbólica, en la expresión ultimada del arte contemporáneo.

Estos son los tipos de movimiento capaces de convertir lo privado en público, y con ello reformular el modo de sociedad en que vivimos. La forma cultural de la politización es característica del presente siglo —exactamente el tiempo de la psicología—, llamado por Cantor “la era de la protesta”,¹² y puede argumentarse que en este lapso y en el que viene, la transformación social de fondo corre a cargo de los movimientos de ésta índole. De entre los más representativos pueden citarse al surrealismo, el Bauhaus, el freudomarxismo, la generación *beat*, los movimientos juvenil y estudiantil, el feminismo y los grupos homosexuales, la teología de la liberación, y actualmente, el ecologismo y el paci-

¹² N. F. Cantor, *La era de la protesta*, Madrid, Alianza Editorial, 1973.

fismo. Todos ellos, si se observa, se fundamentan en aspiraciones que antes de hacerse públicas, parecían solamente individuales.

Ahora bien, una descripción de cada uno de ellos mostraría que su movilización se caracteriza, no solamente por elementos de principios y valores, que por lo demás son los que les otorgan su razón de ser, su sentido de legitimidad, su tenacidad, su cohesión y su fe, sino también por una serie de elementos simbólicos aparentemente secundarios o accidentales, pero que son los que les hacen ser atendidos y notorios por la opinión pública. Efectivamente, el tránsito de la sombra privada a la luz pública no descansa solamente en el uso de sistemas lingüísticos que articulen las cuestiones de principio, sino, también, y probablemente con mayor fuerza y capacidad de impacto, en los sistemas simbólicos no lingüísticos. Puede observarse, y notarse entonces que en realidad no resulta fortuito, que las movilizaciones que inciden en la esfera pública vienen acompañadas de estilos en el vestir, de modalidades peculiares en el comportamiento, de una musicalidad, un territorio alegórico, un cierto canal de expresión, como, por ejemplo, el jazz de los *beats*, la mezcilla y el pelo largo de los *hippies*, la antisolemnidad de los estudiantes, y así sucesivamente, la ocupación de la calle, el uso de las paredes como foro en el *graffiti*, etcétera. La desmovilización *punk* refuerza el argumento, porque en ella no aparece lenguaje en su sentido de racionalidad lingüística, debido a que anuncian la muerte de los principios y los valores, el escepticismo y la ausencia de sentido; en cambio, su expresión se finca en puras formas visuales, de comportamiento que, por eso mismo, por falta de articulación lingüística, son más intensas y exacerbadas, perfectamente compatibles con el significado de sus intenciones. Este caso sirve para mostrar la importancia pública de los estilos simbólicos: tanto fue su impacto, tanta la fuerza de su irrupción, que ahora todo el consumismo textil y cosmético se beneficia directamente de ellos, y como no hay lenguaje, lo *punk* ha podido ser cooptado sin resistencia.

De la ejemplificación esbozada se puede concluir que el proceso psicosocial de politización, del cual son portadores los movimientos culturales, descansa sobre dos elementos básicos, que se pueden denominar intención y recurso. *La intención es poética*, tanto en su sentido más prístino (*poiesis*: yo hago; creador) como en su acepción más contemporánea: en palabras de Pound, la poesía es “palabras cargadas de sentido”, que es el equivalente literario de los intentos de la politización de poner la dimensión simbólica del sentido en la esfera instrumental de la información. De hecho, desde el punto de vista de la psicología, el proceso politizador consiste en buscar nuevos símbolos para descubrir viejos significados, así como darle nuevos significados a los viejos sím-

bolos: el mito bíblico rejuvenecido de darle nombre a las cosas es, a partir de la corriente del simbolismo, la tarea de la poesía. Este mito y esta tarea constituyen, propiamente, “la historia interminable” de la sociedad y la cultura, como la llama Michael Ende en su novela: quien puede salvar al reino, no sólo el de la fantasía (comunicación), sino también al de los objetos reales (información; porque sin uno no existe el otro), es aquél capaz de volverle a dar nombre a las cosas que lo van perdiendo. La politización es un proceso de resignificación y resimbolización de la realidad, de regeneración de la comunicación. Es como dice T.S. Elliot: “una incursión en lo inarticulado, con el objeto de encontrar lo que se ha perdido y encontrado y perdido otra vez”. Desde esta perspectiva pueden pues entenderse los planteamientos de la Internacional Situacionista, según los cuales “toda revolución ha nacido de la poesía”, no al revés, puesto que “allí donde hay comunicación no hay Estado”.¹³

Sin embargo, la esfera pública, la opinión pública, por lo general atenta nada más a los argumentos del dato instrumental, sólo confiada a las palabras de la ciencia y los expertos, insensibilizada y entorpecida, parece sólo conmoverse ante la “lerdedad” de la violencia, el escándalo y la catástrofe, mostrándose más bien incapacitada para entender la voz de la comunicación. Por lo tanto, la intención poética de la politización usa el *recurso del asombro*, que consiste en presentar sus planteamientos de manera novedosa, sorprendente. El asombro público está hecho de una mezcla de símbolos establecidos —reconocibles— y símbolos inéditos, y una mezcla de significaciones viejas con significados nuevos: esto es, el conjunto de lo reconocible y lo inquietante, lo desconocido y lo ya sabido, lo privado y lo público, lo cotidiano y lo esotérico. El recurso del asombro permite presentar versiones insólitas de una realidad rutinaria, con lo cual la vida vuelve a tener sorpresas, y la versión anterior se hace aburrida e indeseable. La pintura académica se tornó insípida ante el surrealismo, la decencia victoriana perdió su solidez ante la presencia de la sexualidad, los discursos enrojecidos de las izquierdas del ceño fruncido de los años cincuenta se acartonaron ante la frescura irreverente de la protesta juvenil que tomaba el poder con la imaginación, esto es, ante lo privado que tomaba lo público.

¹³ Textos Situacionistas, *Crítica de la vida cotidiana*, Barcelona, Anagrama, 1963.