
Blanca Aguilar Plata*

COMUNICACION
INTERPERSONAL y masificación

La psicología social es comunicación, puesto que ve al individuo en intercambio, en diálogo, no sólo con sus semejantes sino con todo su ambiente natural. No sólo el acto de comunicación es motor y objeto de estudio de la psicología social, también lo son los fenómenos que caracterizan la moderna sociedad de masas. Las masas en acción fueron la piedra de toque de la psicología a principios de este siglo: el individuo ingresa en el gran conjunto humano que ha crecido vertiginosamente en menos tiempo de lo que podíamos imaginar. El solitario aldeano se convierte en un miembro más del vecindario, de la colonia, de la ciudad; ya no lo saluda más el vecino, ya no lo re-conoce, ya no le importa. Diez, veinte años pueden compartirse en la misma calle, en el mismo edificio, en los mismos pasillos y oficinas, sin que se crucen más de dos o tres frases cotidianas, mecánicas, aquellas que hace un siglo algunos poetas y escritores —como Oscar Wilde—, encontraban huecas y sin sentido. Hoy, las repetimos religiosamente cada mañana. . . sin quitar ni agregar nada a la “relación” que superficialmente mantenemos como algo necesario y “normal” o inevitable.

El aislamiento del vecino, aquel antiguo aldeano, nos lo hace notar esporádicamente algún provinciano recién llegado a la capital: él aún se sorprende del mutismo de los pasajeros en un autobús urbano, que pueden viajar una hora o más sin pronunciar una sola palabra con la persona con quien comparten el asiento; o se sorprende de las respuestas im-

* Profa. de la FCPyS, UNAM.

pacientes, prematuras, de la gente, en la calle, o en las oficinas públicas:

Disculpe usted, podría. . .
¡No gracias, no tengo tiempo!

Sin detenerse a ver qué pasó o qué quería realmente el demandante.

De la misma manera ahora sonreímos cuando 150 estudiantes provocan un tumulto, y desesperados nos miran fijamente formando una barrera impenetrable a nuestro alrededor, esperando ser inscritos en un grupo que sólo tiene cupo para 60 personas. No parpadean, ni se mueven un centímetro, después de escuchar tres o cuatro veces que ya no hay lugar para anotarlos. La información parece no llegar a sus oídos o no tener significado; al menos no el significado esperado por nosotros. En ese momento, hablamos lenguajes distintos a pesar de referirnos a la misma situación. Y todos repetimos: es la universidad de masas, ¡ni modo!

De la misma manera como nos sentimos agobiados o saturados de gente en la ciudad, en el metro, en los escasos jardines que aún quedan, en las calles que revientan de automóviles y de aire contaminado, asimismo estamos agobiados de información sin estar informados. Porque la cantidad ha rebasado la calidad y la posibilidad de usarla, pensarla, reflexionarla; la posibilidad de discriminar lo útil de lo no tan útil, lo superficial de lo profundo, lo primario de lo secundario. Estamos constantemente ahogados en información de todo tipo, en un mar de gente que circula siempre con el tiempo encima. Y, en efecto, el tiempo y las exigencias de la sociedad de masas, nos han sometido arrebatándonos la posibilidad de reflexión y de selección. Esa pérdida trata de ser justificada socialmente por distintos mecanismos institucionales o cotidianos que enmarcan la aceptación o el rechazo de los individuos, o su adaptación o sometimiento a las normas, al grupo o a la masa.

La información es parte de la contaminación —visual, auditiva, mental—, la consumimos diariamente como una obligación o como un mal necesario; diariamente nos desengañamos de ella, sobre todo, si tenemos la rara oportunidad de cotejarla con la realidad.

¿Son los medios de comunicación sólo la manifestación y el canal de expresión de un Estado autoritario que en la actualidad ha hecho suyo con mayor empeño el lema de “al pueblo pan y circo”, pues se percata de la condición —si no desesperada— próxima a la desesperación, de la muchedumbre que vemos huir a toda costa de la ciudad cada vez que un “puente” vacacional se atraviesa en nuestro calendario, (y que inevitablemente regresa)? ¿Son los medios sólo una de las concreciones del

régimen político que ha construido un enorme aparato público “impersonal” (como señala Antonio García de León, en *El poder por los caminos del lenguaje*)?

Ese aparato público impersonal no está nada alejado de la ficción que nos hace vivir la televisión cotidianamente. Ante la situación más sencilla nos enfrentamos a normas y reglamentos que no corresponden con la realidad o cuyo propósito no es resolver un proceso, sino complicarlo al máximo o detenerlo el mayor tiempo posible, ya que eso garantiza la permanencia, la razón de ser, de quien maneja el caso; es lo que le atribuye su “ración” de poder dentro de un sistema de poderes, y en el que cuenta qué tanto podemos influir en los demás, qué tanto yo puedo modificar los significados, las ideas del otro; no tanto lo que puedo *hacer*, lo que los otros pueden *hacer*, sino qué tanto puedo modificar su *posibilidad de hacer o dejar de hacer*. . . porque el *otro* depende de mí para ello. (Esta concepción de la relación de poder es la que en términos psicoanalíticos se refiere a la relación sujeto-objeto, la aprehensión del objeto: cómo yo sobrevivo a pesar y a costa del otro. . .)

Si los avances tecnológicos han acortado distancias y tiempos, paradójicamente, la sociedad y el Estado modernos han eliminado en gran medida el contacto interpersonal, reduciendo el proceso de comunicación humana a condiciones técnicas, estereotipadas, mínimas. Esta acción la ejercen las instituciones sociales (sobre todo las de carácter autoritario) gracias a la aplastante burocratización.

Entre otros males, el crecimiento desorbitado de las ciudades ha alimentado también, en forma ya intolerante, el crecimiento de la burocracia, que también mediatiza y obstaculiza la comunicación entre los individuos y entre éstos y sus gobernantes.

Un mensaje a través de un canal burocrático sufre un considerable desgaste o distorsión, misma que a nivel personal podría autocorregirse en un tiempo mínimo.

En la burocracia, lo que importa es la norma escrita, aun cuando esté mal escrita, incorrectamente expresada, poco comprensible o aplicable a las circunstancias o condiciones del momento, etcétera.

En la lucha por la dominación o el control del *otro*, los medios de comunicación se han apropiado —formalmente— del concepto de opinión pública y de información. Ambos son lo que los medios quieren que sean y muchas veces sólo lo que pueden hacer de ellos, que no es mucho. Los medios resumen lo que de acuerdo con el juego político hay que resumir, dejando de lado mucho de lo que sucede y afecta a todos.

Los números, por cierto, son un criterio importante para los medios masivos. La unidad sólo se destaca en los casos calificados con características preestablecidas, que corresponden a modelos aceptados jerárqui-

camente; fuera de ellos, el individuo se pierde en la masa y no tiene valor por sí mismo. Las normas y reglamentos tienen más valor que él: tienen valor y poder sobre él, fueron hechos no para ser utilizados por él sino para someterlo y dirigirlo; una vez constituidos se convierten en tabú, se vuelven intocables.

En los medios de comunicación continuamente encontramos extensos monólogos de quienes se encargan de defender esta red de normas, y son los medios quienes repitiendo mil veces esa defensa, contribuyen, no a encontrar una respuesta, sino a establecer una aceptación resignada de ellas.

En los diarios para los que las “masas” sí tienen presencia, este término muestra su ambigüedad y su fácil manipuleo con variados fines. Nos encontramos con las manifestaciones de inconformidad, demandas ya no de carácter estrictamente político, sino de aquellas que van más allá de eso, de las de tipo humanitario, universal, como la defensa de la ecología. Esta demanda que para muchos es de evidente racionalidad, o si se quiere, de simple y primitiva defensa de la sobrevivencia humana, se estrella todos los días con el muro de poder del Estado. Sin embargo, éste nos habla también de interés colectivo, del bienestar de las mayorías; son éstas supuestamente quienes se beneficiarán con Laguna Verde, con el mayor crecimiento de la Ciudad de México, con el uso de los satélites, etc. (También Reagan dice defender los intereses de la nación norteamericana, y del Mundo Libre. . .)

¿Qué acepciones tiene, qué uso y qué juego se está dando a términos como *colectividad* y *masas*, en los medios de información? ¿Para qué sirven los medios ante estas expresiones “masivas”? Son preguntas que todos nos hacemos a diario, después de revisar el periódico o ver el noticiario de televisión: “Más de 100 mil manifestantes fueron dispersados con gases lacrimógenos cuando protestaban contra la brutalidad de la policía. . .” (No importa dónde sucedió, pues puede ocurrir en cualquier parte). Más de 100 mil ciudadanos son noticia para cualquier medio informativo, pero no parece ser noticia que esto suceda en un determinado país en la actualidad. He ahí las contradicciones del concepto *masa*, *masivo*.

La comunicación empieza con el contacto personal, con el encuentro con el *otro*, con el acercamiento al *otro* y con el *intercambio*.

El individuo es un ente definido, con sus características particulares que *me afectan* y a las que respondo para *afectarlo* a su vez. La masa, en cambio, es una imagen abstracta, volátil, no en vano es un concepto que usamos antes de comprenderlo cabalmente, que se manifiesta en forma espontánea, excepcional, ante situaciones fuera de lo común. Sabemos que teóricamente, los fenómenos masivos no están definidos

necesariamente por la cantidad de participantes en ellos, sino por una serie de conductas distintas a las que el individuo manifiesta en forma personal, aislada del grupo. Sin embargo, somos los interesados en los fenómenos de comunicación los primeros en poner en duda el criterio vago, demasiado general, con el que los productores de información masiva elaboran sus mensajes, dirigidos a la "masa", es decir, a nadie en particular.

La sociedad de masas es también la familia que se comunica a través de la televisión, o por intermedio de ella, del cine o de la prensa. Son estos medios los que aportan los temas de conversación o sustituyen la conversación íntima, la expresión de sentimientos e ideas. El curso y el desenlace de nuestros problemas también lo ofrecen ellos. Somos observadores y consumidores de datos, opiniones, etc., quienes los proporcionan constituyen una abstracción para nosotros, son imágenes aproximadas de aquellos que deciden por nosotros, a quienes nunca vemos directamente y menos aún hablamos con ellos.

Desahogamos nuestra preocupación, nuestra inconformidad por la crisis económica, comentando superficialmente las últimas noticias: si subirá el precio de la gasolina, de la carne, de las tortillas. . . porque el diario dice que X funcionario dijo que no subirán. . . luego entonces subirán. . .

Quienes han estudiado los procesos y contenidos de los medios de información, coinciden en que no leemos el diario para informarnos directamente de lo que pasa, sino para obtener "tips" o "claves" que nos digan, más o menos, hacia dónde se orientan las tendencias políticas, intelectuales, sociales en general. . .

Quien no conozca algo del surrealismo de la política mexicana no sabrá realmente las causas y consecuencias de las designaciones diplomáticas, como la revista *Proceso* nos hace el favor de explicar; o de otra manera nos enteraríamos dentro de tres o cuatro años, como ya ha sucedido anteriormente. Ni comprenderá quizá las implicaciones de preguntarle al presidente de la CONCANACO si la producción de cocinas integrales de lujo beneficiará a nuestros sectores populares. Repito: ¿Para qué sirven los medios de información masiva?

La sociedad actual propicia el aislamiento, la anulación del individuo tanto en su papel de comunicador, como de receptor de mensajes. Lo hace en todos sus planos, a través de sus instituciones, en diferentes grados, desde la mera ubicación física-geográfica, en la que el individuo está cada vez más desplazado, arrinconado para dar paso a la máquina, a los medios de transporte, hasta en el aspecto intelectual y humanitario, restándole valor, peso, decisión, a su palabra, a sus ideas. Esto último es lo que se manifiesta a través de los medios de "comunicación", de "in-

formación” masivos, muy concretamente, sistemáticamente, por medio de técnicas, modelos, que ya nos parecen, por cotidianos, normales y aceptables, en muchos casos, inadvertibles porque nos hemos “educado” en ellos, se nos ha enseñado que así son y no pueden ser de otra manera, y para consolarnos, agregamos: “al menos lo son por ahora. . . por el momento”, pero ese momento se alarga indefinidamente.

Además del desplazamiento físico del individuo por el crecimiento desorbitado de las ciudades, que establece como formas predominantes de relación la competencia y la agresividad, existe la burocratización de toda nuestra vida y el estilo que impone a los procesos de comunicación a través de esquemas, reglas, normas, mecanismos formales rígidos, que se vuelven un fin en sí mismos.

Concretamente en los medios de comunicación prevalecen criterios selectivos, que eliminan al individuo del juego social y sobre todo del político de las siguientes maneras:

- a) Atribución de autoridad de acuerdo con jerarquías sobre todo políticas.
- b) Atribución de valor o calidad por un criterio cuantitativo: si son muchos los afectados probablemente tenga importancia el hecho (pero esto es también arbitrario).
- c) Reducción del lenguaje informativo a esquemas establecidos, clichés, retórica, frases en clave o doble sentido, etcétera.
- d) Reducción del proceso informativo a rutinas también establecidas, que limitan o autolimitan la capacidad de informarse e informar.
- e) Atribución de valor y credibilidad a los medios masivos como únicos o excluyentes canales de expresión de opinión.
- f) Inundación de todos los planos de la vida cotidiana por los mensajes producidos masivamente, que ha provocado una reducción de capacidad discriminativa, y una sustitución en el lenguaje y la expresión cotidiana de nuestra afectividad y formas de relación humanas.