

9. EL PODER DE LA INFORMACIÓN (II)

Felicísimo VALBUENA DE LA FUENTE
Catedrático
Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense
MADRID

1. ¿PODER DEL INDIVIDUO O DE LA ORGANIZACIÓN? CONVERGENCIA SELECTIVA Y CONTROL SOCIAL

Los estudiosos notaron que la compuerta que WHITE abrió liberaba mucha agua para fertilizar los trabajos sobre periodistas. En 1.956, Walter GIEBER investigó a los Redactores-Jefes de dieciséis periódicos de Wisconsin que recibían sólo las noticias de la Associated Press. Llegó a algunas conclusiones que nos interesa examinar:

«¿Quiénes son los gatekeepers? Son los periodistas empleados por una burocracia dedicada al acopio de noticias; son las fuentes de las noticias fuera de las burocracias de noticias; son los miembros de la audiencia que influyen en la lectura de otros miembros de la audiencia (recuérdese la circulación de la comunicación en dos etapas). Todas estas personas son gatekeepers en cierto punto ¹».

Por tanto, hay varios «gatekeepers» en los diversos momentos del proceso de la comunicación. Ahora bien, ¿qué entidad tiene cada «guardabarrera»?

A GIEBER le interesaba mucho el concepto de «subjetividad». Averiguó que los Redactores-Jefes estaban preocupados, sobre todo, por las presiones del trabajo, más que por los valores de las noticias. Mostraban una subjetividad parecida a la del Jurado N° 6 en *Doce Hombres sin piedad*: «Yo no sé suponer. Sólo soy un obrero. Es mi jefe el que hace las suposiciones por mí».

«Sus evaluaciones personales raramente entraban en el proceso de selección; los valores de su patrón eran una parte aceptada del ambiente de la Redacción... No estaba jugando un papel real y activo como comunicador; por tanto, la Agencia de Noticias seleccionaba más que el Redactor-Jefe... Quizá era perezoso o, más agudamente, se hizo perezoso porque sus ejecutivos no le animaron a comportarse de otra forma. En cualquier caso, no evaluaba críticamente las noticias de agencia que llegaban ²».

En este fragmento, Michael SCHUDSON encuentra la semilla para dictaminar: «El análisis de GIEBER refuta, no amplía el de White ³». ¿Por qué zanja así SCHUDSON el asunto? Dice que la Teoría del «Gatekeeper» deja la «información» sociológicamente intacta.

¹ GIEBER, Walter: «News is What Newspapermen Make It». En DEXTER y WHITE, O. c. Pp. 173-181. La cita es de la P. 174. El autor publicó su trabajo original como «Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors». *Journalism Quarterly*, 33, Otoño 1956, pp. 423-432. Sobre la comunicación en dos etapas. ver Capítulo 27.

² Ibíd. Pp. 175-176.

³ SCHUDSON, Michael: «The Sociology of News Production Revisited». En CURRAN y GUREVITCH (1991), P. 142.

Ahora bien, cada teoría ha de recortarse a un nivel dado. ¿Por qué no puede haber una Teoría particular que se ocupe del nivel intrapersonal?

Contamos en TGI con unos conceptos que pueden aclarar más este asunto.

William STEPHENSON, en su Teoría del Juego, a la que ya me he referido al hablar de la TGI como disciplina, distingue dos conceptos -*convergencia selectiva* y *control social*- que emplea con precisión y que le han servido para fundamentar una Metodología propia y consagrada, Q-Sort.

Convergencia selectiva es libertad relativa del control social, tendente hacia la individualidad de elegir en la conducta. La convergencia selectiva busca dejar que cada persona escoja algo diferente por sí misma: **nociones, necesidades e imágenes**.

El *control social* es la manera en que las culturas funcionan desde el punto de vista de imperativos involuntarios, categóricos. El control social induce conformidad, consenso y costumbre establecida o es un resultado de tales condiciones: **opinión, actitud y creencia**⁴.

La investigación de GIEBER adquiere sentido si tenemos en cuenta el origen de las afirmaciones subjetivas. Por ejemplo, las referentes a nociones e imágenes que sobre sí mantienen los periodistas tienen su origen en los aspectos más centrales de los individuos. Las que se centran en códigos éticos, ideología y circunstancias organizativas responden a aspectos intermedios o periféricos. Por tanto, una clave para entender las «revisiones» del concepto de «Gatekeeper» será que unos autores otorgan más importancia al control social que a la convergencia.

Lo personal de un «Gatekeeper» es algo que no puede desaparecer en medio de otras teorías. Por mucho que algunos se esfuercen en hacer intercambiable un sujeto por otro, la realidad demuestra que esto no es así. Como recitaban los animales de *Rebelión en la Granja*, de George ORWELL: «Todos somos iguales, pero hay unos que son más iguales que otros».

Pondré un ejemplo para ilustrar este punto.

Un reportaje de investigación es caro y no garantiza más audiencia. Entonces, ¿por qué los periodistas siguen investigando a fondo? Los partidarios del control social dirán: «Por prestigio para la organización, para no quedarse atrás. Sigue ocurriendo como en los tiempos dorados del cine. Los productores solían financiar unas pocas películas de calidad, que eran desastres económicos, para mantener una imagen de personas a las que guiaba algo más que el lucro puro y duro».

Y los partidarios de la convergencia selectiva: «Por el empeño de un Director o Redactor-Jefe -que vence cualquier obstáculo de índole económica- en favorecer los proyectos de un periodista vocacional que quiere aclarar un asunto. Por contestar con un ejemplo tomado también del cine, en aquella época había Directores -los equivalentes a periodistas- que, después de un gran éxito, pedían a los productores que les dejasen rodar una película de calidad, aunque perdiesen dinero. Los productores aceptaban. Lo mismo ocurre hoy: Después de una película de éxito, hay Directores que piden rodar otra en blanco y negro, ¡más cara actualmente que una en color!⁵». Por tanto, el elemento subjetivo ha estado, está y seguirá presente.

GIEBER entrevistó a Redactores-Jefes que apoyaban los valores de sus jefes. Vamos a dejar a un lado que quizá el ambiente de las redacciones de los diarios de Wisconsin en aquella época era demasiado conformista. Ya hemos visto que hay otros Redactores-jefe más arriesgados. Que fuese el propietario del periódico quien fijase los valores de las noticias y

⁴ STEPHENSON, William (1967), P. 193.

⁵ Pienso que también podemos contemplar el sistema de los grandes Estudios de la época dorada del cine según eran regidos por la convergencia selectiva -La Columbia, donde su Presidente Harry Cohn favoreció las películas originales de Frank CAPRA- o por el control social - la MGM, donde no confiaban en el guionista individual sino en el trabajo despersonalizado de grupo.

escogiese a un Redactor-Jefe identificado con su manera de pensar sólo significa que quien decidía si cubrir o no un hecho estaba en aquél. Con lo que subjetividad y poder no se diluían en el fragor de la acción. El Redactor-Jefe aplicaba los valores del propietario.

Janet A. BRIDGES, en 1991, partía de la siguiente base para un estudio:

«La noticia como concepto global se filtra a través de muchas "puertas" en su camino hacia la audiencia de los lectores, y cada gatekeeper ejerce un proceso de selección-y-enfoque sobre la información bruta. Aunque los Redactores-Jefes trabajan con reporteros, el Redactor-Jefe es, en último término, la puerta final que revisa finalmente y es el responsable final de las noticias que son diseminadas a la audiencia lectora, y esperamos que las percepciones profesionales del Redactor-Jefe afecten a las perspectivas de aquéllos cuyo trabajo el Redactor-Jefe maneja. Por tanto, el Redactor-Jefe será el centro de este estudio ⁶».

Vemos que treinta y seis años después del estudio de GIEBER, hay investigadores empeñados en mantener claros los perfiles del «Gatekeeper». Pero hay más. Frente a la visión tan poco activa de los Redactores-Jefe que tenía aquél, BRIDGES concluyó que las respuestas de 118 Redactores-Jefes apoyaban dos perfiles periodísticos: el intérprete y el adversario. Las respuestas revelaban, además, un perfil de tipo «manager», una persona orientada al lector (interesada en encuestas y ventas de ejemplares) y diluía el perfil tradicional de «espejo» de estudios anteriores.

Así pues, el tiempo pasado no ha hundido el estudio de WHITE sino todo lo contrario. BRIDGES podría completar mucho mejor su trabajo si integrase los perfiles periodísticos dentro de los cuatro estilos de comportamiento, de C. G. JUNG y dentro de los estilos cognitivos. Ahí sí que cobrarían mucha más solidez sus hallazgos.

Lo que le ocurría a GIEBER, más bien, era que mantenía un ideal tan elevado sobre la subjetividad que encontraba a los Redactores-Jefes y reporteros muy alejados de ese ideal. ¿Cómo comprender, si no, lo que dice al final de su artículo?

«La prensa -y por delegación el periodista- legítimamente tiene la licencia constitucional de recoger y publicar las noticias. La sociedad legítimamente puede esperar que la prensa mantenga la vigilancia crítica del campo social y valorar el ambiente libremente. Esto requiere, me parece, que la prensa se mantenga libre de influencias excesivas de otras instituciones sociales. Y esto significa que el reportero individual debe permanecer libre de las presiones de las fuentes y libre, tanto como sea posible, de las presiones de la burocracia de noticias que choca con su destreza de informar total y críticamente ⁷».

Cuando Parece que algunos Redactores-Jefes han alcanzado parte de ese ideal. BRIDGES escribe así sobre el Redactor-Jefe intérprete:

«Una fuerte relación negativa con las necesidades del anunciantes resalta que esta persona tiene un enfoque independiente, apartado de presiones locales, intereses financieros o consideraciones mecánicas ⁸».

Yuxtaponer estas citas parece una argucia. GIEBER habla de «reportero»; BRIDGES, de «Redactor-Jefe». Pero no hay trampa. Realmente, el artículo de GIEBER sintetiza tres estudios. Sólo en el primero habla de Redactores-Jefe. En los otros dos, de reporteros. El marco de la última cita es grandioso -la Prensa, la sociedad, las instituciones sociales- y, al

⁶ BRIDGES, Janet A.: «Daily Newspaper Managing Editors's Perceptions of News Media Functions». *Journalism Quarterly*, Invierno 1991, P. 719.

⁷ GIEBER, Art. cit., P. 180.

⁸ BRIDGES (1991) P. 724.

concretar, lo hace en el reportero individual. Pero en ese concepto porfiriano de la Prensa - que acoge, por delegación, al periodista- caben el Redactor-Jefe, los reporteros y todos los que trabajan en la Prensa.

2. EL PODER DEL «GATEKEEPER»

Es ahora cuando, a raíz de las citas de GIEBER y BRIDGES, podemos abocar a un concepto más detallado de «Gatekeeper». Entre estos dos autores hay más de tres décadas de estudios en los que algunos autores han aportado algunas ideas valiosas. Por ejemplo, J. T. Mc NELLY distinguió varios «Gatekeepers» entre el hecho, suceso o acontecimiento y el lector en el flujo internacional de noticias ⁹. También A. Z. BASS refinó el concepto de «Gatekeeper», distinguiendo entre quienes transforman la «materia prima» de las noticias - hechos, declaraciones, ruedas de prensa- en relatos noticiosos y quienes desechan esos relatos, los modifican o los convierten directamente en partes de un «producto final» - periódico o telediario- ¹⁰.

El británico Jeremy TUNSTALL aprovechó estas maneras de ver la realidad y, como ya sabemos, distinguió entre *procesadores de las noticias* o *gatekeepers* (orientados hacia la audiencia), y *recopiladores de noticias* (*newsgatherers*), orientados hacia las fuentes: cronistas, columnistas, escritores de sociedad y reporteros en general. Hay una pugna constante entre los segundos y los primeros, porque saben que éstos tienen el poder, que muchas veces ejercen a su arbitrio, de cortarles las noticias que aquéllos penosamente han trabajado ¹¹. En conclusión, el «Gatekeeper» no es i-rresponsable. Al final, hay un periodista que toma las decisiones de cubrir o no cubrir, de publicar o no: El Redactor-Jefe, Director o como queramos llamarle.

El francés J.L. SERVAN-SCHREIBER, al tratar de *los poderes de la Prensa*, los concreta en: *investigar, publicar y fijar la agenda u orden del día*.

«El poder de publicar está, en principio, en manos de los propietarios y directores de diarios... pero diariamente, la decisión de que se publique o no se publique un texto corresponde al redactor-jefe. Rara vez escribe él mismo pero selecciona las ideas y los autores, lee, juzga y corrige los artículos y finalmente los envía para su composición o, por el contrario, los tira a la papelera. Este sencillo sí o no desempeña un papel importante en la vida de los periodistas, pues en muchos periódicos se escriben muchas más páginas de las que se pueden publicar ¹²».

Un gran profesional norteamericano de la radio y después, de la televisión, Edward G. MURROW, expresaba el mismo pensamiento, aunque de manera distinta:

«En periodismo no es tan importante aquello a lo que otorgas cobertura como aquello a lo que no se la otorgas. La decisión de omitir es frecuentemente tan importante o más que la decisión de hacer

⁹ McNELLY, J. T.: «Intermediary communicators in the international flow of news». *Journalism Quarterly*, 36, Primavera 1959, Pp. 23-26. Véase el modelo en McQUAIL y WINDHAL (1984), Pp. 187-190.

¹⁰ BASS, A.Z.: «Refining the gatekeeper concept». *Journalism Quarterly*, 46, Primavera 1969, Pp. 69-71. Su idea, convertida en modelo, en McQUAIL y WINDHAL (1984) P. 191.

¹¹ TUNSTALL, Jeremy: *Journalists at Work*. Londres, Constable, 1971, Pp. 33-36.

¹² SERVAN-SCHREIBER (1973), P. 109.

o escribir algo ¹³».

Centrándonos, pues, en quienes toman decisiones, podemos profundizar en cómo son. Ardyth B. SOHN y Leonard H. CHUSMIR ¹⁴ se valieron de la Pirámide de Necesidades de Abraham MASLOW y de los estudios de David McCLELLAND para examinar las motivaciones de los directivos de Prensa ¹⁵. Éstos acentúan la necesidad de poder más que los directivos de otras empresas. La Necesidad de poder «incluye un deseo de guiar, influir, enseñar o animar a otros a lograr, con poco interés en hacer las cosas sólo». Los buenos directivos quieren y saben cómo ejercer el poder. Por sí sólo, el poder puede conducir al Autoritarismo. De ahí que, según McCLELLAND, necesita ser templado por la madurez y un alto grado de autocontrol ¹⁶.

¿Cómo explican SOHN y CHUSMIR esa necesidad de poder?

Históricamente y de manera regular, los hombres de prensa sienten que «influyen, enseñan o dirigen» a la población general mediante reportajes y editoriales. De ahí que puedan expresar la necesidad de poder con más fuerza y agresividad que los directivos de otras industrias ¹⁷. Ya hemos visto la importancia de las biografías de directivos y periodistas para crear una disciplina potente.

En resumen: si el poder de fijar el orden del día está, sobre todo, en los Directores o Redactores-Jefes de los medios y si, como hemos visto, el poder de publicar también está en sus manos, convendremos en que decir «guardabarreras» es decir «poder». Y decirlo también de una forma subjetiva, más allá de todos los límites que pueda encontrarse el Director. El periodismo da a los profesionales un sentimiento de poder, más o menos grande. ¿Cómo

¹³ HALBERSTAM (1980) P. 202. Sobre MURROW, véase APÉNDICE I del siguiente Capítulo.

En cuanto al contenido de la cita de MURROW sobre el poder de la prensa, sorprende que Gaye TUCHMAN declare que Everett C. HUGHES le hizo notar en 1968 que «El poder para mantener una ocurrencia fuera de las noticias es poder sobre la noticia». Observación bastante elemental, porque ¿qué es lo que constituye la noción misma de gatekeeper sino esto? TUCHMAN, G.: «The Exception Proves the Rule». En HIRSCH, Paul M, MILLER, Peter V., KLINE, F.G. *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills Sage 1977, (Sage Annual Reviews of Communication Research 6), P. 53 y nota 17.

14 SOHN, Ardyth B. y Leonard CHUSMIR.: «The Motivational Perspective of Newspaper Managers», *Journalism Quarterly*, Pp. 296-303.

¹⁵ McCLELLAND, D. C.: *The Achieving Society*. Princenton, Van Nostrand, 1961. Traducción española: *La sociedad ambiciosa*. Madrid, Guadarrama, 1968 (Dos tomos); ---- y D. C. BURNHAM.: «Power is the Great Motivator». *Harvard Business Review*, Marzo-Abril 1976, Pp. 100-107. McCLELLAND distinguió **Necesidad de Afiliación** -que se corresponde con la «Necesidad de Amor o Pertenencia al Grupo», de Maslow-, **Necesidad de Logro** -similar a la «Necesidad de Auto-Realización»- y **Necesidad de Poder** -próxima a la «Necesidad de Estima o Status».

16 McCLELLAND, D. C., John ATKINSON, Russell CLARK Y Edgar LOWELL.: *The Achievement Motive*. Nueva York, Appleton-Century-Crofts, Inc. 1953; ATKINSON, John W.: *Motives in Fantasy: Action and Society*. Princenton, Nueva Jersey, 1958; McCLELLAND, D.C.: *Power: The Inner Experience*. Nueva York, Irvington, 1975. Y sobre todo, McCLELLAND (1968). Casi venticinco años de investigación de McCLELLAND, pues, respaldan el artículo de SOHN y CHUSMIR. McCLELLAND es, además, un investigador reputado en el empleo de medidas no reactivas. Ver WEBB y otros (1966) Pp. 40-41.

17 SOHN y CHUSMIR, Pp. 302-303.

conciben ese poder? Dependerá de lo que piensan sobre sí mismos, de sus necesidades e imágenes.

Los alemanes Hans MATTHIAS KEPPLINGER y Renate KÖCHER han ampliado este «poder» al periodista en general. Bajo la expresión «selectividad», consideran que

«La libertad del periodista para decidir por sí mismo cuánta atención dedicar a personas, sucesos y temas, etc. representa un aspecto esencial de la autonomía profesional periodística. Los intentos de interferir con esta libertad, sea por los gobiernos, empresas, firmas de Relaciones Públicas, ente otros, son vistos, por tanto, como un ataque contra la autonomía profesional¹⁸».

Hay diversas maneras de mostrar ese poder. Lo llamativo es que los periodistas se colocan en una posición asimétrica, superior, ante el resto de los ciudadanos.

1. Pueden seleccionar las personas con las que quieren contactar o sobre quiénes informar. El político, y no digamos el ciudadano corriente, no puede estar a la recíproca. Si no acepta entrevistarse con un periodista, éste publicará la negativa. Pero si el periodista se niega a entrevistar al político, su acto pasará desapercibido.

2. Su poder les permite seleccionar los temas, dando mucha importancia a unos y silenciando otros. Frente a este poder, ¿pueden los políticos o celebridades lograr que unos asuntos sean publicados y silenciar los que les disgustan? No sólo no pueden en muchos casos, sino que puede ser muy contraproducente.

(Sobre otros aspectos asimétricos periodistas-ciudadanos, recordemos lo tratado en el Capítulo 7.3.4.)

3. EL «DISCURSO DEL PODER», DE MICHAEL FOUCAULT

No deseo abandonar el tema del poder sin referirme al francés Michael FOUCAULT quien, a partir de mediados de los sesenta, elaboró lo que ya se reconoce como «el discurso del poder».

Para FOUCAULT, cuando una persona está expone su pensamiento sobre algo a otra, realmente está buscando poder. Que lo que busque sea esto o aquello, que el poder tenga muchas caras es importante, pero no el hecho decisivo. Que el poder sea conocimiento, posesiones, dominio sobre muchas personas... conforma campos de poder distintos. Lo importante es que todos vamos buscando poder. Incluso, cuando decimos que no lo buscamos, puede que estemos siendo manipulados por otros o que realmente intentemos manipular a los demás ocultando nuestras intenciones.

Las disciplinas «ilustradas» -Medicina, Psicología, Pedagogía, Criminología, Derecho...- realmente se ocupan del dominio de alguna zona de la vida humana. El poder se advierte mucho más cuando tiene manifestaciones espaciales, como en el sistema carcelario¹⁹, pero son tan sutiles los hilos del poder en la actualidad, que quienes buscan «autorrealizarse» quizá son los más manejables de todos.

FOUCAULT parece sostener una idea atributiva del poder:

«Me parece que por poder hay que comprender, primero, la multiplicidad de las relaciones de fuerza inmanentes y propias del dominio en que se ejercen, y que son constitutivas de su organización; el juego que por medio de luchas y enfrentamientos incesantes las transforma, las refuerza, las invierte, los apoyos que dichas relaciones de fuerza encuentran las unas en las otras, de modo que formen

¹⁸ KEPPLINGER y KÖCHER (1990), 5, P. 303.

¹⁹ FOUCAULT, Michael: *Vigilar y castigar*. Madrid, 1980. (13ª edición en español. La primera edición francesa es de 1975).

cadena o sistema, o al contrario, los corrimientos, las contradicciones que aíslan a unas de otras, las estrategias, por último, que las tornan efectivas, y cuyo dibujo general o cristalización institucional toma forma en los aparatos estatales, en la formulación de la ley, en las hegemonías sociales²⁰».

«Más precisamente, no hay que imaginar un universo del discurso dividido entre el discurso aceptado y el discurso excluido o entre el discurso dominante y el dominado, sino como una multiplicidad de elementos discursivos que pueden actuar en estrategias diferentes²¹».

Sin embargo, domina una visión distributiva, inundatoria, del poder.

«Omnipresencia del poder: no porque tenga el privilegio de reagruparlo todo bajo su invencible unidad, sino porque se está produciendo a cada instante, en todos los puntos, o más bien en toda relación de un punto con otro. El poder está en todas partes, no es que lo englobe todo, sino que viene de todas partes. Y "el" poder, en lo que tiene de permanente, de repetitivo, de inerte, de autorreproductor, no es más que el efecto de conjunto que se dibuja a partir de todas esas movi­lidades, el encadenamiento que se apoya en cada una de ellas y trata de fijarlas. Hay que ser nominalista, sin duda: el poder no es una institución, y no es una estructura, no es cierta potencia de la que algunos estarían dotados: es el nombre que se presta a una situación estratégica compleja en una sociedad dada²²».

Pienso que, así como BUENO ha deducido que la idea de Cultura es la secularización del concepto de Gracia, FOUCAULT seculariza con su Discurso del Poder los atributos divinos de la Infinitud y sus modalidades de Inmensidad y Omnipotencia.

Además, FOUCAULT emplea una *metodología* \forall -operatoria y se mueve con gran seguridad dentro de ella. Pero, claro, esto lleva a la anulación del sujeto humano y, desde luego, FOUCAULT es un auténtico artista para quitar importancia a ese sujeto. En esto coincide, casi al pie de la letra con su compatriota Louis ALTHUSSER, pero de éste ya hablaremos más adelante (Capítulo 20). Gustavo BUENO ha advertido que donde los efectos de las *metodologías a-operatorias* se muestran más potentes es en el terreno de las ciencias sociales y culturales. Estas metodologías, en general, construyen clases -patrones culturales, esquemas ideológicos, paradigmas lingüísticos, etc.- **desde las cuales los individuos sujetos de una conducta operatoria o las formas culturales o conductuales quedarán resueltos en la condición de fenómenos**. Ello aproxima las perspectivas resultantes de estas metodologías a ciertas concepciones fatalistas de carácter religioso o metafísico. Estas metodologías tienden también a **eliminar, como no pertinentes, las relaciones dialógicas entre individuos diferentes, como si estos individuos participasen directamente de la esencia de sus características, en vez de adquirirlas por aprendizaje**²³.

La pérdida de importancia del sujeto es el telón de fondo que nos queda después de leer a FOUCAULT, ya desde *Las palabras y las cosas*. Me fijaré en dos aspectos que, precisamente, tienen que ver con los españoles. Esta obra comienza con un comentario de *Las Meninas*, de Velázquez. Si alguien no supiera que la obra es de Velázquez, tendría que llegar al Apartado II del Capítulo I para enterarse de su nombre y de los personajes del cuadro. A continuación, sin embargo, FOUCAULT escribe lo siguiente:

20 FOUCAULT, Michael: *Historia de la sexualidad*. 1. *La voluntad de saber*. Madrid, Siglo XXI Editores, 1980 (6ª edición en español. La edición original francesa es de 1976), P. 112.

21 *Ibíd.* Pp. 112 y 122.

22 *Ibíd.* P. 113.

23 BUENO (1976) Pp. 1200-1202.

«Ahora bien, en este juego, el nombre propio no es más que un artificio: permite señalar con el dedo, es decir, pasar subrepticamente del espacio del que se habla al espacio que se contempla, es decir, encerrarlos uno en otro con toda comodidad, como si fueran mutuamente adecuados. Pero si se quiere mantener abierta la relación entre el lenguaje y lo visible, si se quiere hablar no en contra de su incompatibilidad sino a partir de ella, de tal modo que se quede lo más cerca posible el uno del otro, es necesario borrar los nombres propios y mantenerse en lo infinito de la tarea. Quizá por mediación de ese lenguaje gris, anónimo, siempre metucioso y repetitivo por ser demasiado amplio, encenderá la pintura, poco a poco, sus luces».

El final de este Capítulo, y por tanto, del comentario sobre el cuadro de Velázquez no deja dudas sobre lo que vengo sosteniendo:

«Quizá haya, en este cuadro de Velázquez, una representación de la representación clásica y la definición del espacio que ella abre. En efecto, intenta representar todos sus elementos, con sus imágenes, las miradas a las que se ofrece, los rostros que hace visibles, los gestos que la hacen nacer. Pero allí, en esta dispersión que aquella recoge y despliega en conjunto, se señala imperiosamente, por doquier, un vacío esencial: la desaparición necesaria de lo que la fundamenta -de aquel a quien se asemeja y de aquel a cuyos ojos no es sino semejanza. Este sujeto mismo -que es el mismo- ha sido suprimido. Y libre al fin de esta relación que encadenaba, la representación puede darse como pura representación²⁴».

El Capítulo 3 empieza con *Don Quijote*, pero si algún lector desconociese quién era el autor, saldría de la obra de FOUCAULT sin saber que era Miguel de CERVANTES.

A Robert HUGHES no le ha pasado desapercibido esta impotencia del sujeto y explica la transcendencia que tiene este hecho en la vida intelectual americana:

«A esto se unió la creencia del postestructuralismo francés, ejemplificado por Michael Foucault y Jacques Derrida, de que el «sujeto» -el único agente pensante, el «yo» de cada frase- era una ilusión; lo único que te quedaba era el lenguaje, no la mentalidad: una frustración ante los omnipresentes sistemas de represiva inextricabilidad escritos por todas partes en la cultura que nos rodea, y ningún medio para superarla. En un tiempo hubo escritores, pero ahora sólo hay lo que Foucault llamó irónicamente «la función autor». Al intelectual, en estas condiciones, se le considera tan indefenso ante el poder y el control como un salmón en un arroyo contaminado; la única diferencia es que nosotros, a diferencia de los peces, *sabemos* que el agua está envenenada.

Por lo tanto, según esta teoría, nosotros no tenemos el control de nuestra propia historia y nunca lo tendremos. Sólo sabemos que la verdad es incognoscible; debemos sospechar de todas las manifestaciones del lenguaje, excepto del axioma que dice que todas las manifestaciones del lenguaje son sospechosas. Es difícil encontrar un callejón tan sin salida -o más autoritario- que éste. John Diggins, en *The Rise and Fall of the American Left*, lo resume a la perfección: «Hoy el desafío del intelectual no es el propósito de profundizar el conocimiento para ganar en libertad; el desafío actual es propagar la sospecha. La influencia de que el posestructuralismo francés disfruta en la vida universitaria americana... responde a una necesidad profunda, aunque esta necesidad sólo sea la de racionalizar el fracaso²⁵».

Podemos percibir la pérdida del sentido del individuo en *Vigilar y castigar*, de FOUCAULT. A pesar de que este libro ha adquirido fama por el «Panoptismo», basado en el

24 FOUCAULT, Michel: *Las palabras y las cosas*. México, Siglo XXI Editores, 1974 (6ª edición), Pp. 19 y 24-25.

25 HUGHES, Robert: *La cultura de la queja*. Barcelona, Anagrama, 1994 (La edición en inglés es de 1993) Pp. 83-84.

Panóptico, de Jeremy Bentham, destacaría el Capítulo «Los cuerpos dóciles» como un estudio brillante de los sujetos convertidos en objetos, incluso en decorados, como les gusta a los dictadores. Tampoco Robert HUGHES lo pasa por alto:

«Por contraste, lo que encontré inútil fue la teorización abstracta sobre las prisiones y el poder en los textos sacralizados por los universitarios americanos a principios de los ochenta, textos como *Surveiller et punir: naissance de la prison*, de Michael Foucault. En sus especulaciones sobre la teoría del panóptico, o prisión de vigilancia total, de Jeremy Bentham, Foucault se las ingenia para hacer aquello de lo que acusa al Estado de hacer en la vida real: ignorar las experiencias de los propios presidiarios, sin preocuparse de consultar las pruebas al respecto, no fuera a ser que molestara la autocrática autorreferencialidad de reloj de cuco de sus propias construcciones teóricas. Los admiradores americanos de Foucault no supieron ver que en el fondo era un autoritario de tomo y lomo²⁶».

Volvamos a la *Historia de la sexualidad*. ¿Qué papel cumplen los sujetos humanos?

«Frente a un poder que es ley, el sujeto constituido como sujeto -que está "sujeto"- es el que obedece...

«Las relaciones de poder son a la vez intencionales y no subjetivas. Si, de hecho, son inteligibles, no se debe a que sean el efecto, en términos de causalidad, de una instancia distinta que las "explicaría", sino a que están atravesadas de parte a parte por un cálculo: no hay poder que se ejerza sin una serie de miras y objetivos. pero ello no significa que resulte de la opción o decisión de un sujeto individual; no busquemos el estado mayor que gobierna su racionalidad; ni la casta que gobierna, ni los grupos que controlan los aparatos del Estado, ni los que toman las decisiones económicas más importantes

administran el conjunto de la red de poder que funciona en una sociedad (y que la hace funcionar)²⁷».

Cuando pienso que FOUCAULT está secularizando los atributos divinos, estoy recordando su manera de discurrir. Es una desconfianza radical en la capacidad del sujeto para salir de su situación con su inteligencia. Mucho mejor es distinguir, como hace BUENO, entre «efecto» y «resultancia», es decir, entre lo que un sujeto quiere lograr y lo que surge independientemente de su voluntad, porque lo que una persona logra adquiere relaciones objetivas con otras cosas y personas que, muchas veces, el sujeto no quería. Y ahí es donde sigue la mente creadora haciéndose cargo de las resultancias. Pero dictaminar que el sujeto, haga lo que haga, está perdido, es una insensatez. Volvemos a lo que achacaba NIETZSCHE a quienes dominaban excesivamente el arte de razonar.

En *Microfísica del Poder* se expresa así:

«La gran incógnita actualmente es: ¿quién ejerce el poder? y ¿dónde lo ejerce? Actualmente se sabe prácticamente quién explota, adónde va el provecho, entre qué manos pasa y dónde se invierte, mientras que el poder... Se sabe bien que no son los gobernantes los que detentan el poder. Pero la noción de «clase dirigente» no es ni muy clara ni está muy elaborada. «Dominar», «dirigir», «gobernar», «grupo en el poder», «aparato de Estado», etc., existen toda una gama de nociones que exigen ser analizadas. Del mismo modo, sería necesario saber bien hasta dónde se ejerce el poder, por qué conexiones y hasta qué instancias, ínfimas con frecuencia, de jerarquía, de control, de vigilancia, de prohibiciones, de sujeciones. Por todas partes en donde existe el poder, el poder se ejerce. Nadie, hablando con propiedad, es el titular de él; y sin embargo, se ejerce siempre en una determinada dirección, con los unos de una parte y con los otros de otra; no se sabe quién lo tiene exactamente; pero se sabe quién no lo tiene... Cada lucha se desarrolla alrededor de un centro particular de poder (uno de esos innumerables focos que van desde un jefecillo, un guardia de viviendas populares, un director de prisiones, un juez, un responsable sindical, hasta un redactor jefe de un periódico). Y si designar los núcleos, denunciarlos, hablar públicamente de ellos es una lucha, no se debe a que nadie tuviera conciencia, sino a que hablar de este tema, forzar la red de información institucional, nombrar, decir quién ha hecho qué, designar el blanco, es una primera inversión del poder, es un primer paso en función de otras luchas contra el poder²⁸».

Ésta es una manera típica de discurrir FOUCAULT. Cuando parece que llegamos a una solución, sale con el «no se sabe quién», «no se debe a que nadie tuviera conciencia»... Él sí sabe lo que se cuece, aunque realmente en las entrevistas no acabamos de ver la receta. Le encanta jugar a lo que Eric BERNE llamaba *¿Por qué no hacemos esto? Sí, pero... y a Jerga técnica*. Es fácil advertir estos juegos en muchos lugares de sus libros y en las entrevistas. Mientras a ALTHUSSER, por ejemplo, le gusta decir con quién trabaja, FOUCAULT se encuentra muy bien en su soledad. Incluso, le gusta hablar de sí mismo. Obsérvese la coquetería con que se pone en el lugar de los críticos para descubrirles su pensamiento. Luego, termina diciendo que él no importa, pero ha logrado lo que quería: Hablar sobre sí mismo.

Así termina la Introducción a *La arqueología del saber*:

«Se está preparando ya la salida que en su próximo libro le permitirá resurgir en otro lugar y hacer burla como la está haciendo ahora: "No, no, no estoy donde ustedes están tratando de descubrirme sino aquí, desde donde le miro, riendo".

- ¡Cómo! ¿Se imaginan ustedes que me tomaría tanto trabajo y tanto placer al escribir, y creen que me obstinaría, si no preparara -con mano un tanto febril- el laberinto por el que aventurarme, con

27 FOUCAULT (1980) Pp. 103 y 115.

28 FOUCAULT, M.: *Microfísica del poder*. Madrid, Ediciones de La Piqueta. Madrid, 1980, P. 83.

mi propósito por delante, abriéndole subterráneos, sepultándolo lejos de sí mismo, buscándole desplomes que resuman y deformen su recorrido, laberinto donde perderme y aparecer finalmente a unos ojos que jamás volveré a encontrar? Más de uno, como yo sin duda, escriben para perder el rostro. No me pregunten quién soy, ni me pidan que permanezca invariable: es una moral de estado civil la que rige nuestra documentación. Que nos dejen en paz cuando se trata de escribir ²⁹».

BERNE dice sobre FREUD: Sólo admiraba a tres personajes: Moisés, Leonardo da Vinci y él mismo. Puesto que hay más personas inteligentes además de FREUD y FOUCAULT, ¿por qué no pensar que pueden descubrir quién tiene el poder y si es un poder para lograr resultados dignos de esfuerzo?

4. LAS DEUDAS DE FOUCAULT CON UN AUTOR DISCUTIDO

Quiero dar un paso más en mi visión de FOUCAULT. Él dice que *Las palabras y las cosas* nació de un texto de BORGES ³⁰. De Borges... y de alguien más. Podemos empezar a leer *Las palabras y las cosas* y, ya desde el Prefacio, darnos cuenta de que hay cosas que le suenan de otro libro: *la Decadencia de Occidente* ³¹. Fue uno de los libros más famosos publicados en el primer cuarto de siglo. D. José ORTEGA Y GASSET escribió en el Proemio:

«El libro de Oswald Spengler *La Decadencia de Occidente* es, sin disputa, la peripecia intelectual más estruendosa de los últimos años. El primer tomo se publicó en julio de 1918: en abril de 1922 se habían vendido en Alemania 53.000 ejemplares, y en la misma fecha se imprimían 50.000 del segundo tomo. No hay duda de que influyeron en tal fortuna la ocasión y el título. Alemania derrotada sentía una transitoria depresión que el título del libro venía a acariciar, dándole una especie de consagración ideológica.

Sin embargo, conforme el tiempo avanzaba se ha ido viendo que la obra de Spengler no necesitaba apoyarse en la anecdótica coincidencia con un estado fugaz de la opinión pública alemana. Es un libro que nace de profundas necesidades intelectuales y formula pensamientos que latían en el seno de nuestra época. Hasta tal punto es así, que una de las graves faltas del estilo de Spengler es presentar como exclusivas y propias suyas ideas que, con más o menos mesura, habían sido expresadas antes por otros. Puede decirse que casi todos los temas fundamentales de Spengler le son ajenos, si bien es preciso conocer que ha adquirido sobre ellos el derecho de cuño. Spengler es un poderoso acuñador

29 FOUCAULT, Jacques: *Arqueología del saber*. México, Siglo XXI, 1978 (5ª edición. La edición original en francés es de 1969), P. 29.

30 «El idioma analítico de John Wilkins», en *Otras inquisiciones*. Buenos Aires, Emecé Editores, 1960, P. 142.

31 FARRENKOPF, John: *Oswald Spengler's Philosophy of World History and International Politics*. Ann Arbor, UMI, 1989. Este libro representa la última palabra, por ahora, sobre SPENGLER. Revela aspectos muy interesantes: Su esfuerzo por contrarrestar el entusiasmo que la juventud alemana sentía por el Nacionalsocialismo (P. 379). Su oposición al antisemitismo (P. 395). En el Capítulo X, vemos que criticó el liderazgo de los nazis y que despreciaba la idea del Tercer Reich como una «visión utópica aria». Anticipó que el liderazgo de Hitler llevaría a Alemania al desastre. Pensaba que de los agitadores no pueden salir estadistas. Por todas estas cosas, le acusaron y Goebbels prohibió que saliese el nombre de SPENGLER en los periódicos. SPENGLER murió en 1936 y quizá el libro de FARRENKOPF acabe con las visiones simplistas y absurdas sobre SPENGLER, incluida la de Paul JOHNSON que, cuando quiere, tiene unas ideas muy someras sobre algunos personajes.

de ideas, y quienquiera penetre en las tupidas páginas de este libro se sentirá sacudido una y otra vez por el eléctrico dramatismo de que las ideas se cargan cuando son fuertemente pensadas³²».

ORTEGA no ofrece pruebas de las deudas de SPENGLER. ¿Estaba refiriéndose a la influencia de *Paideuma*, de Leo FROBENIUS?. ¿O a la del egiptólogo inglés Flinders PETRIE, quien en *Las revoluciones de la civilización* (1911), había distinguido ocho civilizaciones en el área mediterránea y que cada una había durado aproximadamente 1.330 años?³³. Sin embargo, SPENGLER sí reconoce, al final de su Introducción algo que es enteramente clave: «La filosofía de este libro la debo a la filosofía de Goethe, tan desconocida, y sólo en mucho menor cuantía, a la filosofía de Nietzsche³⁴».

Y en el Pólogo a la segunda edición alemana:

«Para terminar, no puedo por menos de citar de nuevo los nombres de los dos espíritus a los que debo casi todo: Goethe y Nietzsche. De Goethe es el método; de Nietzsche, los problemas. Y para reducir a una fórmula mi relación con los dos citados, diré que yo he convertido en visión panorámica lo que era en ellos una perspectiva fugaz³⁵».

Así pues, GOETHE y NIETZSCHE. Este último será el paradigma en el que se mirarán los postmodernos. También FOUCAULT le dedica un ensayo³⁶. Es lógico reconocer que el éxito del libro de SPENGLER también ha afectado a la fama de NIETZSCHE. Por tanto, alguna influencia ha tenido un SPENGLER mal interpretado, en la posmodernidad y en FOUCAULT. De los posmodernos me ocuparé en el Capítulo 23.

Salvando las distancias entre DESCARTES y FOUCAULT, reconozco que la idea de relacionar SPENGLER con FOUCAULT me vino al leer el dictamen de ORTEGA y GASSETT sobre DESCARTES: «Inició la sinfonía de la filosofía moderna y escondió la partitura», es decir, ocultó los autores en los que se había apoyado.

Comprobar la influencia de SPENGLER en FOUCAULT es muy fácil: Sólo tenemos que leer la Introducción de aquél y el Prefacio de éste a su propia obra *Las palabras y las cosas* y la Introducción a *La arqueología del saber*³⁷. Donde el primero habla de *cultura*, el segundo acude al griego *epistéme*. La manera de relacionar los hechos es muy parecida. Igualmente, los temas. La diferencia está en que FOUCAULT razona en un sentido muy distinto del de SPENGLER -mientras éste privilegiaba al tiempo, el francés se vuelca en el espacio. Paradójicamente, es mucho menos ambicioso, pues no estudia ocho culturas sino que sólo se limita a una parte de lo que SPENGLER denominaba *cultura fáustica* y que él llama *epistéme occidental*. Si empezamos a leer la Primera Parte del libro de SPENGLER, nos encontramos con los conceptos *lo propio* y *lo extraño* como hechos primarios de

32 SPENGLER (1989), I, P. 12.

33 SPENGLER cita por primera vez a FROBENIUS en la pág. 240 del Tomo I y a PETRIE, sólo en la 299 del II, para quitarle la razón en una fecha y dársela a E. MEYER.

34 *Ibíd.* P. 83, Nota (I).

35 *Ibíd.* P. 19.

36 «Nietzsche, la Genealogía, la Historia», en FOUCAULT (1980), Pp. 7-29. Curiosamente, la entrevista con FOUCAULT que conforma el Capítulo 2 lleva por título «Más allá del Bien y del Mal», título enteramente nietzscheano.

37 FOUCAULT (1978), Pp. 3-29.

conciencia; FOUCAULT los llama *Lo Mismo* y *Lo Otro* y serán un leit-motiv de su obra. Pero es que, si nos vamos al primer tomo de *Historia de la Sexualidad*, de FOUCAULT, advertiremos el lugar enteramente central que ocupa la confesión. Pues bien, creo que lo que ha hecho FOUCAULT es tomar una idea de SPENGLER y desarrollarla para probar su Discurso del Poder. Ofrezco en el Apéndice los textos en los que me baso.

Muy distinta es la actitud de Joseph CAMPBELL, el autor de la célebre obra *El héroe de las mil caras* y otros títulos. En un libro que recoge una serie de entrevistas con él, no tiene inconveniente en decir:

«COCKRELL: Cuando usted rememora su vida para ver cuáles fueron sus grandes inspiraciones, ¿en quién piensa usted? Sé que Spengler influyó mucho en usted...

CAMPBELL: La lectura de Spengler fue, pienso, la gran crisis intelectual de mi vida...

... La otra cosa sobre Spengler es que era un hombre de gran poder intuitivo. Él previó *fecha por fecha* lo que iba a ocurrirnos en nuestra vida espiritual y cultural. Leí a Spengler en 1932, y han pasado cincuenta años, y yo diría que, fecha por fecha, él pone su nombre en cada una ³⁸».

No sólo se apoya en SPENGLER para conceptos básicos de su «discurso del poder». Ahora es cuando enlazamos de nuevo con el «Gatekeeper» y con Kurt LEWIN. Sí, porque la concepción que sobre el poder tiene FOUCAULT, aunque luego no aproveche las potencialidades del sujeto humano, es la del campo social de LEWIN.

Ofrezco los siguientes textos:

«Pero más frecuentemente nos enfrentamos a puntos de resistencia móviles y transitorios, que introducen en una sociedad líneas divisorias que se desplazan rompiendo unidades y suscitando reagrupamientos...

«No existe el discurso del poder por un lado y, enfrente, otro que se le oponga. los discursos son elementos o bloques tácticos en el campo de las relaciones de fuerza: puede haberlos diferentes e incluso contradictorios en el interior de la misma estrategia; pueden por el contrario circular sin cambiar de forma entre estrategias opuestas...

«Se trata, en suma, de orientarse hacia una concepción del poder que reemplaza el privilegio de la ley por el punto de vista del objetivo, el privilegio de lo prohibido por el punto de vista de la eficacia táctica, el privilegio de la soberanía por el análisis de un campo múltiple y móvil de relaciones de fuerza donde se producen efectos globales, pero nunca totalmente estables, de dominación. El modelo estratégico y no el modelo de derecho. Y ello no por opción especulativa o preferencia teórica, sino porque uno de los rasgos fundamentales consiste, en efecto, en que las relaciones de fuerza -que durante mucho tiempo habían encontrado en la guerra, en todas las formas de guerra, su expresión principal- se habilitaron poco a poco en el orden del poder político ³⁹».

Paradójicamente, una de las consecuencias imprevistas -una resultancia- de los escritos de FOUCAULT Y DE ALTHUSSER es que van a influir decisivamente en una serie de intelectuales ingleses y norteamericanos, que reivindicarán el poder de los sujetos, receptores, audiencias (Ver Capítulo 30). Terminaré este apartado dejando nuevamente la palabra a HUGHES:

«El intelectual que se cree capaz de desafiar al statu quo argumentando la inutilidad del

38 COUISENAU, Phil (Compilador) (1990), P. 199.

39 FOUCAULT (1980) Pp. 117 y 124. Fred INGLIS dice lo siguiente: «Foucault ve el campo del discurso como el físico ve el campo electromagnético. No es definido por su voluntad de verdad sino de poder. Un discurso busca poder y esto es lo que marca su gama». En INGLIS, Fred.: *Media Theory: An Introduction*. Londres, Basil Blackwell, 1990, P. 108. Ver también LEWIN (1978), Capítulos II, III y IV para comprender su pensamiento.

lenguaje está en posición desfavorable, y ésta es la razón por la cual el posestructuralismo, a pesar de que ha llenado los seminarios durante los últimos diez años y nos ha dado una montaña de crítica cultural casi ilegible junto con algunas muestras sermoneadoras de arte neoconceptual, ha tenido tan poco efecto en la manera de escribir, pensar y actuar de la gente en general. Es más que nada un enclave de la queja abstracta.

Fuera de su perímetro, continúan la vida, el lenguaje y la comunicación reales. A fines de los ochenta, mientras los universitarios americanos teorizaban sobre la muerte del lenguaje y del pensamiento, el deseo de libertad y cultura humanística demolía los pilares de la tiranía europea... ¿Es que Václav Havel y sus colegas intelectuales, escritores y poetas liberaron Checoslovaquia citando a Derrida o Lyotard sobre la inescrutabilidad de los textos? De ninguna manera; lo hicieron colocando su fe en el poder transformador del pensamiento, arrojando el hombro a la inmensa rueda de la palabra. El mundo está cambiando más profunda y radicalmente que en cualquier momento desde 1917, quizá incluso que desde 1848, y los universitarios americanos siguen sufriendo por averiguar cómo se inscribe el falocentrismo en el retrato de la pequeña Nell que hizo Dickens ⁴⁰».

Menos ácido que HUGHES se muestra Anthony GIDDENS, aunque dedica nada menos que un Capítulo entero -el segundo- de *La transformación de la intimidad*- a «Las teorías de Foucault sobre la sexualidad». Identifica la importancia que el autor francés da a la confesión en la historia de la sexualidad, pero quita importancia a este aspecto. He notado que GIDDENS se mueve por debajo de lo que en él es habitual cuando se sale de conceptos sociológicos, o al menos ésa es la impresión que extraigo de sus libros. Sin embargo, sabe emplear lo que los retóricos llamaban «estado de transposición», es decir, impugna todo el procedimiento de FOUCAULT. Capta muy bien la inquina que FOUCAULT tiene al sujeto humano y a todo lo que es subjetivo.

«Es difícil, si no imposible, dar sentido a estos asuntos si permanecemos dentro de la posición teórica general que ha desarrollado Foucault, en la que las únicas fuerzas activas son el poder, el discurso y el cuerpo. El poder se mueve de formas misteriosas en los escritos de Foucault. La historia, las realizaciones activamente hechas por los sujetos humanos, apenas existe. Aceptemos sus argumentos sobre los orígenes sociales de la sexualidad, pero encuadrémoslos en un cuadro interpretativo diferente. Foucault ha puesto demasiado énfasis en la sexualidad y en el gasto. Guarda silencio sobre las conexiones de la sexualidad con el amor romántico, un fenómeno muy ligado a los cambios en la familia. Además, su discusión de la naturaleza de la sexualidad permanece demasiado en el nivel del discurso, en diversas formas de discurso. Finalmente, hay que poner en cuestión su concepción del ego, de la identidad personal, en relación con la modernidad ⁴¹».

5. DOS AXIOMAS DE WATZLAWICK, BEAVIN y JACKSON

Frente al carácter desbordante del poder en FOUCAULT, es mejor atenernos a dos de los cinco axiomas metacomunicacionales de P. WATZLAWICK, J. BEAVIN y D. JACKSON. Dan a estos axiomas un carácter tentativo y preliminar, pero pragmático. Desde finales de los sesenta están disponibles para explicar aspectos muy importantes de las conductas.

No importa repetir aquí el tercer axioma metacomunicacional, que ya presenté al ocuparme de los Principios de la TGI: *La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias comunicativas entre los actores.*

40 HUGHES (1994) Pp. 84-85.

41 GIDDENS, Anthony: *La transformación de la intimidad*. Madrid, Cátedra, 1995, P. 32.

Lo que este axioma recoge es que las relaciones no son estáticas o de una dinamicidad lineal sino que el terreno es accidentado: inevitablemente surgen fenómenos de dominio, inferioridad, iniciativa, dependencia, agresión, sumisión, liderazgo, seguimiento...

Aquí se abren muchas posibilidades de conflictos por el desacuerdo al puntuar las secuencias, pero también de creatividad para solucionar esos problemas.

El quinto axioma afirma que *Todos los intercambios comunicativos son o simétricos o complementarios, dependiendo de si están basados en la igualdad o en la diferencia.*

WATZLAWICK reconoce el origen de este axioma en lo que Gregory BATESON llamó en 1935 la «cismogénesis», es decir, un proceso de diferenciación en las normas de la conducta individual que resulta de la interacción comunicativa entre los individuos.

La comunicación simétrica se basa en la igualdad y los comunicadores tienden a reflejar su conducta mutua. Nadie quiere ser inferior a la otra persona. La comunicación complementaria, en las diferencias. Cada uno está en un papel con el que se conforma, de manera que el resultado es una complementación. Estos «puestos» vienen dados por el contexto socio-cultural: madre-hijo; doctor-paciente; profesor-estudiante, etc., o por el estilo particular de los comunicantes ⁴².

WATZLAWICK, BEAVIN y JACKSON parten de la realidad como es. Pero no atribuyen el poder a una parte, sino que lo entienden, de manera interpersonal, dinámica. Así es como los sujetos pueden ir identificando su posición y negociar sobre el poder. Es muy difícil hacerlo desde una concepción fatalista, que pulveriza la iniciativa de los individuos y de los grupos. En los siguientes Capítulos, iremos viendo cómo se plantea el poder en los diversos niveles de comunicación.

Años después de aparecer la obra de estos autores, surgieron libros sobre el poder, cada uno desde una perspectiva diferente. Uno de los más completos, que examina modos de poder y maneras de defenderse contra sus abusos, es *La otra cara del poder*, de Claude M. STEINER, el discípulo que tenía más confianza con Eric BERNE. Desde luego, él quiere ir al fondo de las cosas -se ve a sí mismo como un «psiquiatra radical»- y, a la vez, ofrece soluciones, sin dejar al sujeto tan desamparado como FOUCAULT ⁴³.

6. LOS PROBLEMAS DE SOBRECARGA DE INFORMACIÓN

No son únicamente problemas de poder los que afectan al «Gatekeeper». Hay otro tan importante, o más: el de la sobrecarga de información, que produce una serie de *fenómenos*. Los materiales informativos, que acaban plasmados en relatos noticiosos, sustentan dos líneas de investigación. Una enfoca la distorsión que producen los periodistas y los medios, que distan mucho de ser espejos de la realidad (Ver Capítulo 5). La que ahora nos interesa es la que se centra en la sobrecarga de información y, por tanto, en el concepto de equilibrio.

Un «Gatekeeper» padece **sobrecarga de información** cuando los estímulos son excesivos y no está preparado para adaptarse a la situación.

42 WATZLAWICK, BEAVIN y JACKSON, Pp. 49-71.

43 STEINER, Claude M.: *The other side of the Power*. Nueva York, Grove Press, 1981.

George A. MILLER⁴⁴, R. L. MEIER⁴⁵, M. DEUTSCH⁴⁶, A. TOFFLER⁴⁷, O. KLAPP⁴⁸ y R. L. ACKOFF⁴⁹ en Estados Unidos; Abraham MOLES, en Europa⁵⁰; y en Australia, el matrimonio EMERY⁵¹ han estudiado los efectos catastróficos de la sobrecarga de información.

Orrin KLAPP insiste en que *la capacidad limitada del canal humano es un concepto esencial para definir la sobrecarga*. Como el diámetro de una cañería o un cuello de botella

44 GEORGE A. MILLER.: «The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity of processing information». *Psychological Review*, 1956, 63, 81-97. Versión española: «El mágico número siete, más o menos dos: Algunos límites en nuestra capacidad de procesar información». En MILLER, G. A.: *Psicología de la Comunicación*. Barcelona, Paidós, 1985, Pp. 20-43.

45 MEIER, Richard L.: *A Communications Theory of Urban Growth*, Cambridge, Mass., M.I.T. Press, 1962.

---«Information Input Overload: Features of Growth in Communications-oriented Institutions», en MASARIK F. y P. RATOOSCH (Compiladores), en *Mathematical Explorations in Behavioral Science*, Homewood, Richard D. Irwin y Dorsey Press, 1965.

--- *Organized Responses to Communications Stress in the Future Urban Environment*, Ensayo de trabajo, 149, Berkeley, Institute of Urban and Regional Growth, University of California, 1971.

--- «Communication Stress», en *Annual Review of Ecology and Systematics*, 1977, 3, Pp. 289-314.

46 DEUTSCH, Karl W. *The Nerves of Government. Models of Political Communication and Control*. New York, The Free Press, 1966, Pp. 5-6. Versión española: *Política y Gobierno*. México. Fondo de Cultura Económica, 1976.

47 TOFFLER, Alvin: *El shock del futuro*. Barcelona, Plaza y Janés, 1971, 526 pp. La dimensión psicológica es estudiada en el capítulo 16, pp. 359-382.

48 KLAPP, Orrin.: *Opening and Closing. Strategies of Adaptation in Society*. Cambridge, Cambridge University Press, 1978. Versión española: *Información y Moral*. Estrategias de apertura y cierre ante la nueva información. México, Fondo de Cultura Económica, 1985; *Overload and Boredom: Essays on the Quality of Life in the Information Society*. Nueva York, Greenwood Press, 1986.

49 ACKOFF (1978) Sobre el asunto de la sobrecarga y remedios, ver Pp. 406-441. Ver también ACKOFF (1972) y (1974).

50 Para una exposición de MOLES en este punto concreto, ver VALBUENA (1976) Pp. 124-131.

51 EMERY, F. E. y M. EMERY.: *A Choice of Futures: To Enlighten or to Inform*. Camberra, Australian National University, 1975. Los autores han acertado en sus previsiones y sus páginas están llenas de ideas originales. Tratan el asunto de la sobrecarga de información, principalmente, en las Pp. 64-121.

Angel BENITO ha estudiado a los EMERY en *Ecología de la Comunicación de Masas*. Madrid, EUDEMA, en el Capítulo 2º, especialmente en las Págs. 81-127. MCKIBBEN, Bill.: *The Age of Missing Information*. Nueva York, Random House, 1992, se plantea la siguiente cuestión: ¿Tener acceso a más información que nunca significa que **conocemos** más que nunca?. Está inquieto por los mismos asuntos que los Emery.

restringe la cantidad que puede admitirse o transmitirse. Rígido o no, siempre está ahí en algún punto. Cualquiera que sea la eficiencia de ciertos canales (Computadores, líneas de cable, multimedia...), la sobrecarga siempre ocurre en el eslabón más débil, que frecuentemente es el cerebro humano. Éste tiene grandes poderes de abstracción, pero está severamente restringido en capacidad de canal ⁵².

Los autores de la Psicología Cognitiva notan la capacidad finita del cerebro humano, aunque no coinciden al señalar dónde está el cuello de botella o filtro que hace que sólo una cantidad limitada de información acabe en la memoria a largo plazo ⁵³.

Que el canal humano sea limitado tiene grandes consecuencias. Gerald MAST ha trabajado una teoría muy ingeniosa y atractiva: las películas en color, al saturar fácilmente los sentidos de los espectadores, impiden que nos concentremos en las evocaciones que provocan los rostros de los actores, en la riqueza de los diálogos y en la complejidad de la estructura narrativa. Por eso aumentan las películas basadas en efectos especiales y disminuyen las que ofrecen conductas inteligentes ⁵⁴.

Los investigadores se han preocupado por estudiar medidas para hacer frente a la sobrecarga que acecha a los «Gatekeepers» y a los periodistas en general.

George A. MILLER descubrió que el cerebro humano admite un número máximo de *bits* que puede procesar con garantías de no equivocarse. El número de *bits* es tres, que convertido en alternativas, nos da lo que MILLER denomina «El Número Mágico siete más o menos dos», número que influiría en los trabajos de muchos autores. Sobre todo, acabó con la creencia de que lo mejor que podíamos darle a una persona era toda la información posible.

J. G. MILLER concluyó que, cuando ocurre la sobrecarga, podemos emplear mecanismos de ajuste:

- *Formar fila*: reservarnos ciertas respuestas durante períodos agitados, esperando a plantearlas cuando vuelva la calma; aunque parezca contrario a la esencia del periodismo, hay directores periódicos y de programas informativos que, ante una avalancha de información, deciden reservarse «porciones» de la tarta informativa para los días siguientes. Saben que inundar a la audiencia con información puede llevar al punto de hastío y hacer que no quiera enterarse de más. Graduar la información puede suscitar curiosidad, suspense y sorpresa.

- *Filtrar*: seleccionar ciertas clases de información y dejar otras;

- *Usar múltiples canales*: diseminar información a través de dos o más canales. En lugar de centralizar en una sola persona, depender de dos o más. Así, la organización puede cambiar a los cargos, sin que se resienta toda la estructura. También, es posible tener una idea más ajustada de cómo está la realidad, al disponer de varios observatorios. El mayor peligro

52 KLAPP, O. (1985) Pp. 67-68.

⁵³ HOWARD, Darlene V.: *Cognitive Psychology*. Nueva York, MacMillan Publishing Co., 1983.

No encuentro abordado el asunto de la sobrecarga en el, por otra parte, valioso libro de José María RUIZ VARGAS: *La memoria humana. Función y estructura*. Madrid, Alianza, 1994.

⁵⁴ MAST, Gerald: *Film, Cinema, Movie. A Theory of Experience*. Chicago, The University of Chicago Press, 1983, (2ª Ed.) Pp. 87 y sigs; *The Comic Mind*, Chicago, The University of Chicago Press, 1979 (2ª Ed.). MAST tiene muy buenas ideas propias y no se limita a repetir lo que hemos oído muchas veces sobre Directores, actores y películas.

son las filtraciones de información. Pero precisamente si alguien emplea múltiples canales, también puede emplear el mismo método para detectar las fugas de información ⁵⁵.

Richard L. MEIER enfocó el asunto de la sobrecarga en las organizaciones. Sus hallazgos estimularon a Russell L. ACKOFF a reflexionar sobre las falacias que los managers estaban manejando cuando hablaban de información. Si donde él habla de «directivo», ponemos «Gatekeeper», ACKOFF consideraba absolutamente falso decir que «cuanta más información pertinente se dé a un «Gatekeeper», mejor ejecutará su trabajo». Lo que el «Gatekeeper» necesita con urgencia crítica es «menos información no relevante o inadecuada». El problema de un «Gatekeeper» no es «cómo voy a conseguir más información», sino «cómo demonios voy a tener que leer menos información». Según ACKOFF, MEIER averiguó que el 99% de los directivos tenían tanta información que ya no sabían qué hacer con ella, porque no la podían antender.

Los dos problemas críticos, según ACKOFF, son:

1. Cómo «filtrar» o eliminar la información inútil.
2. Cómo «condensar» la información útil.

«Lo fascinante es que la literatura sobre información del "management" -y yo he consultado todos los libros en este campo- es que ninguno de ellos discute estas dos cosas; todos hablan de la forma de generar información, de almacenarla, de recuperarla, etc. Todo esto tiene que ver con la manera de proporcionar "más información relevante"; nunca discuten los problemas necesarios para reducir la información inútil, no relevante ⁵⁶».

Algunos se están vistiendo ahora de profetas para augurar lo que va a ocurrir con muchos usuarios de Internet: «¡Tengan mucho cuidado o serán víctimas de la sobrecarga. Luego no digan que no les he avisado!». Como si estuviesen en pleno Antiguo Testamento, avisando a las ciudades de lo que podía venirles encima si desobedecían a Dios. La verdad es que llegan con mucho retraso. Presumo que va a ocurrir lo siguiente: Tomarán las ideas de los autores citados, las disfrazarán y les invitarán a impartir conferencias, donde las expondrán como si fueran propias. Hay personas que saben venderse muy bien, lo cual no está mal, pero ¿por qué no dicen de dónde extraen las ideas?

Finalmente, Orrin KLAPP emplea la metáfora de la barrera como puerta y distingue: *apertura beneficiosa, perjudicial y cierre beneficioso y perjudicial* ⁵⁷. Ejemplos de Aperturas beneficiosas: Aprendizaje, Sorpresa, Descubrimiento; de Aperturas perjudiciales: Sobrecarga,

⁵⁵ MILLER, J. G. (1960), citado por KLAPP (1985), P. 70.

⁵⁶ ACKOFF (1978) P. 412.

⁵⁷ KLAPP, 1985, Pp 30-36. Este autor se distingue por trabajar en asuntos que pueden resultar estimulantes para las personas creativas. En un libro muy anterior a éste, pero no de inferior valor, supo tomar el pulso a una época, fijándose en el lenguaje (*Heroes, Villains and Fools*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1962). Presenta una riqueza tal de nombres y adjetivos que, a pesar del tiempo transcurrido, periodistas y escritores pueden encontrar una mina para denominar a tipos sociales. Su lectura me recordó otro libro europeo, de principios de siglo, *L'Art d'inventer les personnages*, de George POLTI (Paris, Editions Montaigne, 1912). POLTI mostraba un dominio casi perfecto de los personajes para formar lo que él llamaba «un museo humano» y, además, un conocimiento exhaustivo de la Historia y de la Literatura. Escribió también otra obra muy original, *Les 36 Situations Dramatiques*.

KLAPP repite en su libro más reciente su manera de acercarse a la realidad a través del lenguaje. Por eso, concreta la matriz de la apertura y clausura beneficiosas o perjudiciales en una serie de nombres y adjetivos (Pp. 33-34).

ruido; de Cierre beneficioso: Memoria, Tradición, Identidad; de Cierre perjudicial: Trivialidad, aburrimiento, restricción..

Prefiere pensar KLAPP en abrir y cerrar como parte de una estrategia de cambio para *conseguir lo más de la mejor información y lo menos del peor ruido*. Se inclina por la técnica de panorámica y zoom -como el cameraman que barre un campo y después llega a un primer plano- como estrategia básica para manejar grandes cantidades de información, implicando siempre un intercambio entre más de todo y más de algo en particular. El riesgo está en quedarse con poco o con demasiado ⁵⁸.

7. CONSECUENCIAS DE LA SOBRECARGA

Recordemos que GIEBER, McNELLY, BASS y TUNSTALL, entre otros, distinguían varios «gatekeepers». También hemos examinado los problemas de sobrecarga. A pesar de las soluciones que diversos autores proponían, Everett ROGERS y Rekha AGARWALA llegaron a afirmar lo siguiente:

« Actuar de «gatekeeper», filtrar y guardar cola, soluciones a los problemas de sobrecarga de información que restringen los flujos comunicativos, tienden a causar problemas de distorsión y omisión. *Distorsión* es «transformar el significado de un mensaje cambiando su contenido. *Omisión* es la supresión de todo o parte de un mensaje ⁵⁹».

Hasta identificar esos *fenómenos*, habían ocurrido algunas cosas muy importantes.

A finales de los sesenta y comienzos de los setenta, Paul HIRSCH se fijó en un hecho: Para impedir los monopolios, una Ley impuso que las organizaciones de medios separasen el producir del distribuir sus productos y surgieron «gatekeepers» organizativos. Al trabajar en un contexto de abundancia de libros, discos, películas y programas de diversión y al no disponer de criterios claros de elección - los productos tienen una calidad pareja- si es un individuo el que decide, puede desencadenar efectos económicos muy grandes.

El vacío que un producto concreto crea en el posible cliente cuando tiene que preferir movilizó a los servicios de Publicidad y Relaciones Públicas, que presionaron a los gatekeepers -director de programas, crítico, «pinchadiscos», es decir, a quienes seleccionaban un producto o servicio- para que decidiesen lo aquéllos querían. Aumentó de tal manera el pago de sobornos que la Ley tuvo que prohibir estas prácticas. En definitiva, el conflicto se reduce a dejar que algunos productos pasen libremente y a obstaculizar a otros ⁶⁰. Individuos

⁵⁸ KLAPP (1985), P. 83. El procesamiento de la información es una de las áreas que más rápidamente están creciendo en la TGI: GUNTER, Barrie.: *Poor reception: misunderstanding and forgetting broadcasting news*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1987. GRABER, Doris.: *Processing the News: How People Tame the Information Tide*. Nueva York, Logman, 1988 (la primera edición es de 1984); IYENGAR, Shanto y Donald KINDER.: *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago, University of Illinois Press, 1987; KRAUSS, Sidney.: *Mass Communications and Political Information Processing*. Hillsdale, New Jersey, L. Erlbaum, 1990.

⁵⁹ ROGERS Y AGARWALA (1980), P. 99.

⁶⁰ HIRSCH, Paul M.: «Occupational, Organizational, and Institutional Models in Mass Media Research: Toward an Integrated Framework», en HIRSCH, y otros (Compiladores) (1977) Pp. 21-23. Este autor ha estudiado la estructura de la industria de música popular, donde distingue los Roles de 1.- **El Artista**; 2.- **El Agente**; 3.- **El Productor**; 4.- **Los Promotores**; 5.- **Los Gatekeepers**; 6.- **El Público**. Los Gatekeepers median entre una industria y sus consumidores. Desempeñan el papel crucial de filtrar y elegir de entre los productos disponibles que van a recibir publicidad. HIRSCH

y poder están presentes en estos fenómenos. Y por tanto, la corrupción.

De manera parecida, en las últimas décadas los periodistas reciben cada vez más información. No sólo porque las Agencias de Noticias transmiten más noticias. También, porque a los periodistas les llegan grandes masas de información desde los Gabinetes de Prensa, de Comunicación, de Relaciones Públicas - y varios rótulos más- de Instituciones y Empresas. Hay muchos más profesionales de las Relaciones Públicas que periodistas. Saben investigar a fondo los aspectos que convienen a las empresas que representan. Producen diariamente muchos escritos que envían a los medios de comunicación. Esa literatura institucional puede hacer que el periodista sea perezoso y no investigue, puesto que se encuentra con un trabajo ya preparado en muchos casos para ser publicado. La sobrecarga de información que llega a través de modem y fax obliga al periodista a emplear tiempo en decidir qué aspectos cubrir. Podía emplear ese tiempo en investigar, pero al no disponer de suficientes medios, muchas veces acaba vencién-dole aquella versión que mejores profesionales de RRPP ha tenido. Nuevamente, nos encontramos con el asunto del poder.

Lawrence SOLEY ha estudiado a fondo a los «expertos» que aparecen en televisión para opinar y establece un paralelismo con lo que HIRSCH descubrió años antes:

«Los periodistas, como los disc-jockeys de los 50, elevan a algunos individuos a la prominencia, mientras desprecian a otros. Aquéllos pueden negociar lucrativos contratos editoriales, promueven sus libros, reciben contratos de consultoría, venden artículos a los magazines y periódicos, y les pagan por sus discursos. Las oportunidades de que disponen los moldeadores de opinión célebres han llevado a algunos a exagerar sus credenciales y a otros a inventárselas ⁶¹».

Las variables organizativas son importantes, pero no bastan para explicar muchos de los hechos que observamos. Si aquéllas fueran suficientes, los «gatekeepers» corruptos serían la regla. Esto no es así. Al menos, cada vez nos damos más cuenta de lo que ocurre y podemos influir en la normativa.

Sobrecarga de información seguirá resonando en varias teorías de este libro.

8. EL EQUILIBRIO DEL PODER: NIVEL ÓPTIMO DE INFORMACIÓN. MORFOSTASIS Y MORFOGÉNESIS

Los estudios sobre el «Gatekeeper» forman una veta porque responden a una necesidad real, el equilibrio, que las personas consiguen al resolver el problema de la sobrecarga. Podemos entender el equilibrio de dos maneras: del propio Redactor-Jefe y de las noticias para la audiencia.

El equilibrio del Redactor-Jefe queda demostrado porque vemos a un sujeto individual que, ocupando un puesto concreto en una organización informativa, se mantiene durante más de quince años sin el caos mental y el desequilibrio que le dejarían sin trabajo. Al no ser víctima de la sobrecarga, sabe moverse entre la constancia y la variedad y puede durar en su profesión. Como les ocurre a muchos Redactores-Jefes en Prensa, Radio, Televisión o en una Agencia de Noticias.

concreta los «gatekeepers» en los mass media: críticos de libros y de obras de teatro, editoriales, cobertura de nuevos estilos por las revistas de moda. El "artista" es también el producto que va a ser procesado. En Periodismo, el producto, "agente" y "productor" serían, respectivamente la noticia individual, el periodista, y el periódico.

⁶¹ SOLEY, Lawrence C.: *The News Shapers : The Sources Who Explain the News*. Nueva York, Praeger, 1992.

Es un libro dedicado a estudiar a los "expertos" (la malicia de las comillas es de SOLEY) y, a pesar de que sus referentes son norteamericanos, podemos generalizar algunos de sus hallazgos y, sobre todo, los remedios que ofrece para acabar con el círculo cerrado de "periodistas-expertos".

Si es demasiado rígido o demasiado innovador, puede derrumbarse, como cuentan algunos de los autores que han estudiado la sobrecarga. Existe, pues, un equilibrio psicológico que forma parte del sustrato que liga la corriente de los fenómenos de conciencia. Podremos discutir si el equilibrio de una persona concreta es auténtico o inauténtico, pero nuestra discusión se situará en un plano totalmente ontológico. Efectivamente, la rigidez de una mente cerrada o la flexibilidad de una mente abierta sólo pueden explicarse acudiendo finalmente a conceptos de cuño esencial.

El Redactor-Jefe de WHITE hablaba de la «dieta» de noticias. Ha triunfado como imagen y los investigadores han vuelto a emplear esta expresión.

El Redactor-Jefe le decía a WHITE:

«... No hago intento alguno por mantener un equilibrio rígido en estas selecciones sino que intento lograr variedad... Los informes de las agencias de noticias no pueden mantener estrictamente una dieta equilibrada y por esta razón nosotros no podríamos intentarlo⁶²».

Como si diversas escuelas de comentaristas estuviesen desvelando un texto venerado, varios estudiosos han ido girando alrededor de esas líneas. En algunos casos, para enriquecer la imagen. En otros, para confirmar con estadísticas lo que podemos interpretar si nos preguntamos y respondemos sobre el texto mismo.

Entre estas «revisiones» del estudio de WHITE, está una línea que disminuye la autonomía del Redactor-Jefe. Pocos años después de publicar su célebre Teoría sobre la «Agenda-Setting» (Fijación de Agenda), Maxwell E. McCOMBS y Donald L. SHAW comprobaron que había una alta correlación entre las categorías de contenido que las Agencias de Noticias ofrecían y el orden de noticias que el Redactor-Jefe elegía. Tomaron los dos estudios que, con diecisiete años de diferencia, WHITE y SNIDER realizaron con la misma persona física como Redactor-Jefe. Dedujeron que no era éste quien fijaba el orden del día sino que se lo proporcionaban los Redactores de las Agencias de Noticias, sugiriendo la «mezcla apropiada» y las proporciones dentro de las categorías de noticias⁶³.

¿Qué explicaciones dar a este hecho? O que las Agencias de noticias fijan el ritmo, poniendo las noticias de interés humano al comienzo de la jornada y las «duras» cerca del cierre⁶⁴; o que el Redactor-Jefe comparte los mismos valores que los de las Agencias de Noticias.

Charles D. WHITNEY y Lee B. BECKER diseñaron un experimento en el que participaron 46 Redactores. Los resultados confirmaron que es el ritmo o proporción de noticias y no los valores compartidos el factor que influye en los Redactores-Jefes a la hora de seleccionar las noticias⁶⁵. Ahora bien, si tiramos el sedal aguas arriba, ¿con qué criterios eligen los Redactores-Jefe de las Agencias de Noticias qué dar, cómo y cuándo?. ¿No será,

62 WHITE, P. 170.

63 SHAW, Donald L. y Maxwell E. McCOMBS: *The emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. New York: West Publishing, 1976, Pp. 18-22.

⁶⁴ En un artículo reciente, W. R. DAVIE y J-S. LEE advierten que la TV presenta primero las noticias "duras" y acaba con las de interés humano. La figura que forman las noticias que llegan de las Agencias y las que presenta la TV me recuerda un reloj de arena. «Sex, Violence and Consonance/ Differentiation: An Analysis of Local TV News Values». *Journalism Quarterly*, Primavera 1995, Pp. 128-138. En realidad, este artículo encaja muy bien dentro de los estudios de Gatekeeper.

65 WHITNEY, Charles D. y Lee B. BECKER.: «Keeping the Gates for Gatekeepers: The effects of Wire News». *Journalism Quarterly*, 59, Primavera 1982, Pp. 60-65.

más bien, que las noticias reflejan categorías de la realidad? Ya he escrito que ésta no es algo caótico sino que obedece a una estructura. Aunque, claro está, resulta más dramático quitar el poder al Redactor-Jefe de un periódico y dárselo al de una Agencia de Noticias, pues se presta más a una teoría conspiratoria.

Tres años después del experimento citado, Guido H. STEMPEL III estudió la manera de presentar las noticias que tenían nueve medios de comunicación muy importantes. Concluyó que a) los nueve medios concordaban sustancialmente en la mezcla adecuada de varios asuntos de noticias y b) no coincidían en qué tipos de noticias debían emplear cuando concretaban diariamente esa mezcla. STEMPEL acudió, casi cuatro décadas después, a la misma imagen empleada por WHITE, la dieta, para explicar estos hechos.

«Parece haber una noción general sobre qué hace agradable o conveniente un paquete de noticias. Quizá en un sentido similar a la noción general de que los expertos en nutrición tienen sobre qué conforma una dieta conveniente (por ejemplo, los cuatro grupos de comida). Sin embargo, no hay mucho acuerdo entre los expertos alimentarios o gatekeepers de noticias sobre justamente qué asuntos específicos deben incluirse...

«También parecería que no es simplemente la mezcla de teletipos la que crea semejanza en la mezcla de asuntos... La causa de la semejanza en los asuntos puede ser el juicio sobre noticias. En otras palabras, puede estar en determinar la mezcla más que en elegir noticias específicas como el juicio de las noticias opera realmente ⁶⁶».

Es decir, cada organización periodística procura ofrecer su propia versión de los hechos, porque saben cuál es la dieta de su audiencia. Además, las cadenas de televisión no quieren ser demasiado innovadoras, por miedo a perderse lo que otras dicen. Nuevamente, lo atributivo se impone a lo distributivo.

Los autores «revisonistas» enfocan pragmáticamente la «dieta», sin elevarse a lo esencial. No es tan difícil «elevarse» y prolongar la imagen de la dieta. Para no engordar ni adelgazar, nos esforzamos por mantener la línea, un buen tipo. Teóricamente, mantener la línea significa satisfacer las *necesidades homeostáticas* o de equilibrio. Debemos el concepto de *homeostasis* a Walter B. CANNON, que hablaba de «la sabiduría del cuerpo ⁶⁷».

La metáfora de la «dieta» alude al *Nivel óptimo de información*, que permite a las personas actuar como sistemas homeostáticos y creativos. ¿Por qué no emplear, además, los conceptos de *morfofostasis* y *morfogénesis*, acuñados certeramente por MARUYAMA? Con ellos podemos movernos holgadamente en medio de los estudios citados.

Mediante la *morfofostasis*, el «Gatekeeper» contrapesa, iguala o elimina las desviaciones, errores, diferencias o vacíos -es decir, la falta de ajuste. Los «Gatekeepers» escogen la información que los receptores esperan de los medios a los que son fieles.

La *morfogénesis* busca la innovación, el cambio. En lugar de generalizar, el «Gatekeeper» diferencia; no uniforma e iguala, sino que amplifica las desviaciones, posibilidades, alternativas ⁶⁸. El «Gatekeeper» sabe que los gustos de la gente cambian y que la uniformidad reiterada acaba por cansar. Por eso, procura diferenciarse de la competencia. Si todos los medios ofrecieran la misma «dieta» informativa, algunos de ellos desaparecerían.

Sin mencionar estos conceptos, hay algunos autores que aciertan cuando reflexionan sobre los hallazgos de sus investigaciones. LACY, FICO y SIMON han sabido distinguir

⁶⁶ STEMPEL (1985) P. 815. Un estudio posterior ha confirmado la imagen de la "dieta". Ver RIFFE, Daniel, Brenda ELLIS, Momo K. ROGERS, Roger L. VAN OMMEREN y Kieran A. WOODMAN.: «Gatekeeping and the Network News Mix». *Journalism Quarterly*, Verano 1986, Pp. 315-321.

⁶⁷ CANNON, Walter B.: *The Wisdom of the Body*. Nueva York, Norton, 1939.

⁶⁸ Tomo estos conceptos de Brent D. RUBEN: «General Systems Theory», en Richard W. BUDD y Brent D. RUBEN, *Approaches to Human Communication*. Nueva York, Spartan Books, 1972, P. 132.

entre equilibrio entendido gruesa y finamente. ¿Es equilibrio verdadero dedicar el mismo número de espacio a una posición que a la contraria? Depende. Si es sistemático ese proceder, no hay equilibrio. Pero ¿y si consideramos un período de tiempo donde el asunto haya aparecido varias veces y también los partidarios de las diferentes posiciones? Cuando el resultado global muestra que un medio concreto ha dedicado un espacio parecido a las diferentes partes, sí ha habido equilibrio. En algunos días concretos quizá no habrá existido juego limpio al no estar representada, o muy poco, una posición concreta. Pero el balance final arrojará un apreciable equilibrio. Por tanto, la combinatoria puede ser muy variada y un «gatekeeper» puede disponer de una variedad que le distinga de la competencia

9. DEL EQUILIBRIO AL DISEÑO SOCIAL. LA METÁFORA DE LA «DIETA»

Podemos concretar, pues, lo fundamental de los autores «revisionistas» diciendo: han «representado» en prosa espesa lo que el Redactor-Jefe «ejercía» de manera sencilla. No es demasiado, aunque quieran impresionar con aparatos estadísticos. Realmente, no han sabido elevarse al nivel esencial ni han impulsado de verdad esta teoría.

Quienes sí han sabido elevarse al *plano esencial* han sido los EMERY:

«Vivir en un campo social exige una a la textura más fina de este campo; esta exigencia, sin embargo, amenaza con sobrecargar su sistema perceptual y la adaptación negativa⁷⁰».

El individuo no puede resolver este dilema contando con sus propios recursos y la solución para sobrevivir la presentan los EMERY con su teoría del diseño social. Mientras la explican, van presentando conceptos que entran de lleno en la TGI.

La COMUNICACION es una condición necesaria pero no suficiente para la vida social. Las personas están muchas veces en situaciones de infracarga de información, sin utilizar canales de comunicación que tienen disponibles. Y en otras ocasiones, sufren sobrecarga de información que les impide o reduce considerablemente la actividad social.

La más importante CONDICIÓN SUFICIENTE para la comunicación humana reside en la elección de la sociedad entre DOS DISEÑOS BÁSICOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA VIDA SOCIAL.

La elección es normativa porque es inevitable, ya que hace falta un principio de diseño sobre el que basar la vida social.

Las personas se ven obligadas a elegir y, de hecho, eligen entre estos dos tipos de diseño social, aunque sea de un modo inconsciente.

La ELECCIÓN es entre:

«O una población que busca elevar sus oportunidades de supervivencia mediante el refuerzo y elaboración de mecanismos especiales de control,

⁶⁹ LACY, Stephen, Frederick FICO y Todd F. SIMON: «Fairness and Balance in the Prestige Press». *Journalism Quarterly*, Otoño 1991, Pp. 363-370. Creo que debería cambiar la obligada «liturgia» de muchos artículos de revistas científicas, en las que sus autores se excusan por si se han extralimitado en sus conclusiones y añaden que faltan varios aspectos para completar la investigación. Mi particular traducción de estos fragmentos es que, si les siguen financiando, serán capaces de irlo completando durante años. Como decía BERNE, seguirán «haciendo progresos», «marchando hacia», lo cual no garantiza que lleguen a su destino.

⁷⁰ EMERY y EMERY (1975) P. 38.

«O mediante el aumento de la capacidad de adaptación de sus miembros individuales ⁷¹».

¿De qué depende que los miembros de una sociedad adopten un determinado tipo de diseño? Sobre todo, de la REDUNDANCIA del CAMPO SOCIAL. La persona pone un dique al mar de informaciones que pueden anegarla y al exceso de relaciones con otras personas y grupos y el material de ese dique es un repertorio fijo de respuestas. Desde la TGI, la razón es clara: el hombre va buscando la información y, como ha mostrado W. H. PIERCE, «un aumento aritmético en la redundancia tiende a producir un aumento logarítmico en la fiabilidad ⁷²». La redundancia, pues, tiene que ver mucho con el equilibrio. Éste es imposible sin aquélla.

La cuestión estriba en cómo conseguir esa redundancia. Según el diseño elegido, la organización social se parecerá a un hormiguero o al cerebro humano.

El *Primer principio de diseño* hace a los hombres homogéneos, repetitivos, partes redundantes. Reduce continuamente las funciones y, por tanto, el costo de las partes individuales. La imagen de un *hormiguero* es la que mejor se ajusta a una organización social basada en este principio.

El *Segundo principio de diseño* da importancia a las funciones múltiples de las partes individuales. *Los valores compartidos* sustituyen a los controles impuestos en la primera posibilidad de diseño. La imagen que mejor representa la realidad regida por este principio de diseño es el *cerebro humano*, que opera por medio de conjuntos solapados que participan de forma similar en partes multifuncionales ⁷³.

Cuando pasamos con rapidez del «Gatekeeper» individual a múltiples «Gatekeepers», como si cada uno fuese fácilmente reemplazable, la imagen es el hormiguero. Cuando salvamos el poder de cada «gatekeeper» y lo resaltamos, el cerebro es quien mejor representa esta visión de la realidad ⁷⁴.

Distinguir estas dos imágenes aclara los aspectos subjetivos y sociales del modelo del «Gatekeeper». No basta decir que hay factores organizativos importantes y que hay varios «gatekeepers». Éstos pueden formar una burocracia, que se multiplica sin fin. O pueden formar un organismo, donde cada uno puede cumplir su función y, además, aumentar la variedad. Aquí está lo importante, no en que haya más de un «gatekeeper». También los conceptos de **morfostasis y morfogénesis** de MARUYAMA, ya explicados más arriba, aclaran este sector esencial. Igualmente, **el control social y la convergencia selectiva** adquieren todo su sentido en el segundo y primer principio de diseño social, respectivamente.

Después de este recorrido, podemos volver a la imagen de la «dieta», que Orrin KLAPP ha convertido en una alegoría de la información. Habla de «El festín de las comunicaciones» y, al tratar de las necesidades homeostáticas, distingue diversos niveles para satisfacerlas: *privación* (hambre, ignorancia); *suficiencia* (confort, bienestar, buena educación); *abundancia* (lujo, aprendizaje superior); *sobrecarga* (indigestión, batalla con la correspondencia); *contaminación* (veneno, desinformación). ¿Cómo saber que satisfacemos adecuadamente esas necesidades? KLAPP acude inmediatamente a otra imagen: La mente es como una pantalla; cambiar la atención nos protege de las entradas que no son necesarias o

⁷¹ *Ibíd.* P. 147.

⁷² Los EMERY citan el artículo de W. H. PIERCE: «Redundancy in computers». *Scientific American*, Febrero 1964, P. 61.

⁷³ EMERY y EMERY (1975), P. 148. Ver también MARINA (1993).

⁷⁴ Ver también BENITO, Ángel: «La tecnología, entre la burocracia y la democracia». En BENITO, A.: *Ecología de la Comunicación de Masas*. Madrid, Eudema, 1989, Pp. 81-150.

dañinas ⁷⁵.

10. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE «GATEKEEPER»

En Teoría Institucional, Ray E. HIEBERT ha propuesto un Modelo del Proceso de Comunicación del Gobierno en el que las Estrategias están basadas en el «Gatekeeper» (Capítulo 15).

Antes he mencionado a TUNSTALL como un investigador que ha clarificado el concepto de «Gatekeeper». Es obligado ahora mencionar a otro inglés, Michael INGLIS, que ha puesto al poder en el corazón mismo de su teoría. Distingue tres clases de órdenes y prácticas: *significación, poderes y producción* ⁷⁶. INGLIS es uno, entre no pocos, que quiere adaptarse al ambiente y que no le olviden. Por eso, adopta los temas que preocupan a ALTHUSSER y FOUCAULT, pero contemplándolos con humor inglés. Es como esos templos de una religión que los fieles construyen con los restos del templo de otra. En cualquier caso, invita a la creatividad y está lejos de la desesperanza que aparece en otros autores y libros.

El último intento que conozco por ampliar el concepto de «Gatekeeper» es el de Robert M. ENTMAN. Sin embargo, ha elegido la llamada técnica china. Parece que un Emperador chino disolvía los problemas cambiando su denominación. Si un río se desbordaba anualmente y causaba el terror en la población, creía acabar con el problema llamándole «Río Apacible», «Río Risueño» o como le parecía mejor para tranquilizar a la población.

Lo que hace ENTMAN es sustituir la expresión «gatekeeping» por «framing» sin ni siquiera mencionar aquel término. Él quiere clarificar la ruptura de un paradigma fracturado y encuentra la solución: «framing» (enmarcar).

«Enmarcar esencialmente incluye *selección y saliencia*. Enmarcar es *seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto de comunicación, para promover una definición particular de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de cómo tratarlo* ⁷⁷».

Aunque hablaré más adelante en este libro de «enmarcar», tal como lo entiende Todd GITLIN, autor a la vez muy serio trabajando y con un sentido del humor rayano en el sarcasmo, no quiero que se me olvide mencionar aquí a D. José ORTEGA Y GASSET. Muy conocido desde los años treinta en Norteamérica, ha influido en autores del mundo anglosajón, incluso en aquéllos que no han leído sus obras. Quiero acabar con un fragmento que nuestro filósofo escribió en su breve *Meditación del Marco*:

«Para aislar una cosa de otra se necesita una tercera que no sea ni como la una ni como la otra: un objeto neutro. El marco no es ya la pared, trozo meramente útil de mi contorno; pero aún no es la superficie encantada del cuadro. Frontera de ambas regiones, sirve para neutralizar una breve faja de muro y **actúa de trampolín que lanza nuestra atención a la dimensión legendaria de la isla estética** ⁷⁸.

⁷⁵ KLAPP (1985). Dedicó el Capítulo III a «El festín de las comunicaciones» e, inmediatamente después, en el Capítulo IV, Pp. 66-67, expone las variaciones de las necesidades homeostáticas.

⁷⁶ INGLIS (1990), P. 76.

⁷⁷ ENTMAN (1993) P. 52.

⁷⁸ ORTEGA Y GASSET, José: «Meditación del Marco». En *Obras Completas*, Madrid, Revista de Occidente, Tomo II (Séptima Edición), 1966, P. 307-313.

