

Albino Chacón
Universidad Nacional

LA (IN)COMUNICACION COMO PRACTICA SOCIAL

LETRAS 20-21 (1989)

I

La pretensión de definir términos propios de la teoría de la comunicación tales como 'código', 'mensaje', 'emisor', 'receptor', se encuentra determinada por las condiciones de producción de los diversos discursos. Esto quiere decir que la actividad comunicativa debe entenderse como una práctica social, y como tal no puede desligarse de las condiciones que la generan o hacen posible.

Uno de los aspectos que caracterizan fuertemente el alto grado de ideologización de las prácticas comunicativas, es la idea de que la comunicación es un campo de convergencia neutral en que, gracias a un lenguaje común, todos podemos entendernos. De este modo, se consideraría que las contradicciones sociales e históricas que nacen de los diversos intereses de grupo, no tienen por qué afectar las formas en que los hombres se comunican. Por ello hay quienes consideran que el carácter dialógico es inherente a las prácticas de comunicación: donde hay hombres hablando hay diálogo. La frase popular "hablando todos nos entendemos", obedece a esa concepción ideologizada de la comunicación.

Esa idea nace de una concepción metafísica de la comunicación, al no considerarla como una actividad histórico-social más y en la que, por tanto, también se presentan las diversas contradicciones sociales.

II

La adquisición del lenguaje por parte de los individuos es el resultado de todo un proceso de socialización a través de las diversas instituciones socializantes: la familia, la escuela, la iglesia y otras más que se van presentando a lo largo de la vida. Cada una de estas instituciones tiene como función la de insertar a los individuos, desde su infancia, dentro del funcionamiento de un sistema social mediante la reproducción y transmisión de valores. Podríamos hablar, entonces, de un 'discurso familiar' (ideología familiar), un 'discurso escolar' (ideología educativa), un 'discurso religioso' (ideología religiosa) en tanto expresiones, en una región particular, de la ideología dominante en una determinada formación histórica.

Esto permite afirmar que los diversos discursos dominantes en una región particular de la actividad humana tienden a reconfirmar y legitimar los valores dominantes. Por lo general, cuando hablamos de valores culturales, tendemos a identificar éstos con los valores dominantes (es decir, los valores del grupo dominante). Así, lo que nació como valores de un grupo social determinado, se impone como valores culturales generales. Esto suele ocurrir no sólo de una sociedad a otra (la cual le sirve como punto de referencia o modelo a seguir), sino también dentro de una misma sociedad (los valores de una clase se generalizan para todas las otras clases sociales). Por eso no es de extrañar que se encuentre a personas de clases sociales bajas con una mentalidad típicamente burguesa.

Es en esta reproducción y generalización de valores que las instituciones socializantes juegan un papel importantísimo para el funcionamiento de un sistema. La palabra 'institución' es bastante reveladora, en cuanto verdaderamente institucionaliza al individuo, le da su ser social.

III

Esa transmisión y reproducción de valores se da, principalmente, mediante el aprendizaje lingüístico. En el proceso de socialización del hombre, a través del lenguaje se asegura la introyección de los diversos valores culturales.

Los individuos se reconocen, se identifican entre sí en sus prácticas comunicativas. Pero aquí se presenta un hecho curioso: la ideología busca que los individuos se reconozcan o identifiquen por medio de prácticas comunicativas que no los expresan a ellos, sino que son prácticas generadas por condiciones históricas que no son las suyas. Se da un divorcio entre *discurso* y *realidad histórica*. La comunicación se convierte, de este modo, en una *práctica ideológica*. Un ejemplo de esto es el discurso jurídico (o jurídico-político), según el cual todos somos iguales ante la ley, con iguales derechos, etc. Las condiciones reales (el ejercicio de esos derechos) parecen decirnos que las cosas no son así de simples y claras, pero lo que interesa es que la mayoría de los individuos así lo crean y consecuentemente, así lo expresen en sus propios discursos. Otro caso es la elección del presidente de la república: la idea es que la mayoría del pueblo crea que es ella la que lo ha elegido, aunque no haya tenido nada que ver en la elección de ninguno de los candidatos. Es así como la comunicación ayuda a mistificar la realidad. Otro ejemplo es el del 'discurso económico liberal', con su mistificación de la propiedad privada: la existencia de ésta es lo que asegura la democracia, libertad y progreso. Una breve ojeada a la historia de América Latina nos dice lo contrario; y, sin embargo, tal discurso es profusamente difundido en los canales de televisión y estaciones de radio.

IV

El individuo *ve* la realidad a través de su lenguaje y los valores que éste transporta: en el aprendizaje, las estructuras lingüísticas determinan las estructuras de pensamiento. Por eso afirmamos que la realidad es una realidad aprendida: vemos aquello que hemos aprendido a ver y lo vemos de la manera que se nos ha enseñado que hay que verlo (este es uno de los sentidos en que podemos entender la *programación social*). Por lo general, este proceso va en las relaciones humanas conectado con valoraciones de carácter ético y moral. Esto afecta, evidentemente, el desarrollo de las relaciones humanas, e incluso la imagen que tenemos de nosotros mismos. Cada uno de nosotros puede pensar lo dicho anteriormente poniéndolo en relación, por ejemplo, con sus ideas sobre el sexo. Los discursos sobre el sexo generalmente están cargados de aspectos éticos, morales y religiosos que tienden a que el individuo genere una mentalidad autorrepresiva, llena de complejos de culpabilidad.

La visión por separado que también tendemos a tener de los diversos campos de actividades, hace que perdamos de vista la influencia que tienen unos y otros en la vida total. Los celos en las relaciones amorosas, por ejemplo, tienen que ver con el carácter de apropiación privada; una persona celosa tiende a ver al “ser amado” como pertenencia. Hay aquí un problema de *reduccionismo*: los códigos de comunicación del “ser amado” son interpretados por “quien ama” únicamente en el código amoroso. Es por ello que el segundo tiende a limitar al primero el contacto con otras personas y se vuelve vigilante de cualquier manifestación comunicativa de éste hacia otras personas: cualquiera de éstas es vista como alguien que atenta contra su propiedad exclusiva.

Este reduccionismo también se da en otras esferas; por ejemplo, cuando para una persona el ‘discurso religioso’ es el dominante, se vuelve un espacio ideológico que domina todas las otras actividades: la religión es el espacio en que se dirime toda su vida, pues todo es visto como religioso (o pecaminoso). El ‘discurso sobre la madre responsable y esposa abnegada’, hace que la mujer sacrifique su realización en otros campos de la vida, debido a su temor a ser calificada de madre irresponsable con sus hijos, o de esposa que no cumple con sus deberes (cocinar para su esposo, tenerle siempre la ropa lista, o simplemente acostarse con él siempre que sea requerida, aun cuando no esté con disposición o ánimo). Así, el éxito de la esposa está en el éxito del marido: “*de atrás* de todo gran hombre, siempre hay una gran mujer”. Obviamente, por “gran mujer”, “buena esposa”, etc. hay que entender ese tipo de abnegación que describíamos. Los ejemplos son innumerables.

La idea general que interesa recuperar es la íntima relación entre ideología y lenguaje. Toda ideología genera los discursos que la justifican y racionalizan; racionalización que podemos entender como una especial explicación para que los individuos —víctimas y victimarios— la encuentren justa y adecuada. Mediante un ejemplo vayamos un poco más lejos en la explicitación del concepto de racionalización; podríamos considerar que la tortura de un ser humano por otro (choques eléctricos, violaciones, golpes, escupitajos, presiones psicológicas, etc.) es un acto bárbaro, irracional, producto de una mente enferma. Sin embargo, hay todo un discurso sobre la tortura que tiende a justificarla, a racionalizarla, considerándola incluso necesaria

y conveniente. Y no se crea que los torturadores son monstruos que viven en las oscuridades como murciélagos; no, a lo mejor uno de ellos le cruzó a usted una sonrisa afable en la calle, ayudó a una anciana a pasar la calle y después fue a misa a recibir la comunión. La tortura es su trabajo, que puntualmente cumple en su jornada. Se racionaliza, así, lo irracional, con lo que se asegura su aceptación social, o por lo menos su permisividad, su tolerancia.

V

Instituciones socializantes, lenguaje, pensamiento, ideología, son constituyentes de todo el aparato social en que los hombres se mueven y desarrollan sus concepciones y relaciones. Como práctica social, las relaciones comunicativas no pueden desligarse del resto de prácticas sociales.

En un sistema social cuya organización se fundamenta en la propiedad privada de los medios de producción, con la consecuente lucha competitiva por la acumulación de mayores riquezas, las relaciones comunicativas no pueden estar exentas de esas mismas fuerzas y tensiones. Todo lo contrario, ellas expresan simbólicamente y afectivamente los desgarramientos que esas fuerzas producen. Los elementos que participan en el proceso de comunicación no son simplemente un 'emisor' y un 'receptor' que intercambian 'mensajes' a través de diversos 'canales'. En los procesos comunicativos se reproducen todas las contradicciones materiales y espirituales propias de una sociedad fundada en la competencia, dominio sobre las cosas y personas y lucha por el poder. Las relaciones comunicativas son, por ello, profundamente *asimétricas*. Esta característica la podemos encontrar en numerosos casos:

SUJETO A ⁺	SUJETO B ⁻
médico ⁺ _____	paciente ⁻
profesor ⁺ _____	estudiante ⁻
hombre ⁺ _____	mujer ⁻
militar ⁺ _____	ciudadano común ⁻
ciudadano de un país _____	ciudadano de un país
desarrollado ⁺ _____	subdesarrollado ⁻

Hay diversos casos particulares: agresión, falta de respeto, menosprecio, desinterés o desvaloración. Lo que sí tienen en común todos estos tipos de relación es que en ellos hay condiciones comunicativas que otorgan un *status* a los sujetos A que “les permite” lanzar desde él sus mensajes de una determinada manera. El que el médico sea médico no es una condición comunicativa, pero ese *status* lo faculta (él se siente facultado) para lanzar sus mensajes a los pacientes de una manera que en otras condiciones quizá no haría: en la relación con el médico, por lo menos dentro de la tradición occidental, el paciente es sólo un cuerpo sobre el cual se actúa, pero de ninguna manera un interlocutor. Vista así, la relación comunicativa se vuelve una relación de poder. La asimetría social determina el *status* desde el cual se lanzan los mensajes.

VI

Si profundizamos un poco más, veremos algo interesante. Hemos afirmado que en muchos casos las relaciones entre individuos son asimétricas, y hemos dado algunos ejemplos que parecen presentar bastante evidencia al respecto: unos que son los que saben, los que deciden, los dueños de la palabra; los otros: ignorantes, sin derecho a decidir, siempre escuchando lo que otros deciden por ellos, sin alternativas propias. En suma: unos, siempre lanzadores de mensajes; otros, los siempre receptores de mensajes. Lo asimétrico es evidente en cuanto a la relación propiamente dicha se refiere; no así si enmarcamos la relación dentro del sentido general en que se mueve el sistema: *la asimetría de la relación es simétrica con la asimetría del sistema*. En otras palabras, si el sistema social se fundamenta en la agresión, la competencia, en el “sálvese quien pueda”, y en el “después de mí, el diluvio”, lo ‘lógico’, lo ‘normal’ es que también las relaciones humanas estén marcadas por el principio de “primero yo, después yo y por último yo”. ¿Cómo podría ser de otra manera si el discurso familiar, la escuela, el discurso político fomentan el espíritu de competencia y la imagen del hombre de éxito como aquél que ha sabido montarse sobre los demás, en un constante acumular bienes? Se acumulan seres humanos como se acumulan cosas (mujeres, por ejemplo). ¿No es éste uno de los mensajes predominantes en la publicidad actual? Este mensaje, propio de una sociedad que se fundamenta en la acumulación, ha marcado incluso un cierto tipo de discurso religioso:

“Hay que acumular gracia para ganar el cielo”: acumulación de misas, acumulación de comuniones, acumulación de ‘actos buenos’.

Por ello afirmamos que la asimetría de las relaciones humanas es simétrica con la asimetría del sistema, puesto que éste sobredetermina las relaciones que se dan en su interior.

Hablamos de la acumulación de bienes, e incluso de personas; quizás sería más apropiado decir que se acumula personas como si fueran cosas: como antes se acumulaba esclavos, hoy se acumula asalariados. Las relaciones entre personas se vuelven una relación de servidumbre: la esposa al esposo; la madre a los hijos; el trabajador al patrón. O bien una relación entre cosas; cosas que se encuentran *mediatizando* las relaciones humanas: si amo a mi novia le compro un regalo caro, pues el precio refleja “cuánto” la amo. El amor a la madre se demuestra con el regalo de una lavadora el 15 de agosto: así la pobre no tendrá que maltratarse tanto cuando lava mi ropa (así como el patrón compra una máquina más moderna para mejorar la eficiencia del obrero); a la esposa un juego de sartenes: ¡con lo bien que cocina!

Lo importante de tener en cuenta es que lo que pretende ser un intercambio de mensajes, corre el riesgo de convertirse en un intercambio de cosas: las relaciones humanas convertidas en una transacción de bienes. Dentro de todo este esquema, las relaciones dejan de ser comunicativas aunque aparentan serlo.

Hemos hecho hincapié en lo asimétrico de la comunicación, en sus mediaciones, en el aspecto comunicativo de la comunicación, intentando poner al descubierto algunos de sus mecanismos. En la cotidianeidad lo ideológico no siempre es fácil de distinguir. Hay una tendencia a considerar que los actos cotidianos no se encuentran contaminados por las cuestiones ideológicas, que sí ubicamos fácilmente en la política, en la religión o en la filosofía. Pero de hecho es el terreno en que más se presentan; como siempre, por supuesto, de una manera velada.