
GUIA BIBLIOGRAFICA

SCHILLER, Herbert I.
LOS MANIPULADORES DE CEREBROS
Granica, Buenos Aires, 1974

En la actividad electrizante de la vida moderna se nos obliga a ver, escuchar, más aún, a vivir una serie incontrolable de sonidos, imágenes, ideas, la televisión la radio, el periódico... No podemos permitirnos el lujo de evitarlo, de permanecer ausentes. La educación programada - publicidad, entretenimiento, se han convertido en "componentes inseparables de nuestra existencia cotidiana". Y todos ellos, por ser incuestionados, nos transmiten unas pautas, - unos valores, que condicionan nuestra conducta diaria.

El libro de Schiller intenta descubrir el - telón, identificar los "procesos ocultos", los mecanismos sutiles, sus autores, que influyen en nuestra formación total, sobre todo a través de los Medios de Comunicación Social y - manipulan nuestros cerebros aun a costa de nuestra condición libre y humana. Para su eficacia, sin embargo, es necesario que esta manipulación socio-económica, ideológica, del pensamiento se mantenga oculta. Desde el momento que una manipulación, cualquiera que sea su color, su fin, aparece claramente como manipulación, es rechazada y combatida. Por eso mismo, mientras los manipuladores piensen y sientan que es -

"inevitable y natural" que las cosas sean como son, la manipulación tiene éxito, y sigue adelante.

Hablando de Medios de Comunicación, es lo -- que sucede con la mal llamada "Pluralidad de los Medios". -- No confundamos la abundancia de medios con la diversidad de contenidos. Cuando se nos ofrece una cantidad inmensa de -- periódicos, revistas, diferentes programas de televisión, ra-- dio...¿tenemos opción de elegir?. Shows, programas de opi-- nión, artículos, noticias, elaborados con el mismo enfoque -- conceptual y de contenido. ¿Tenemos realmente opción de ele-- gir?. La verdadera elección es imposible, si no hay diversi-- dad. Sin embargo, esta falta de opciones, manipulación, se mantiene oculta bajo la generalizada ilusión de que hay ele-- cción, y ésta es voluntaria y libre. Schiller, Profesor de Comunicaciones de la Universidad de California, nos habla -- en concreto de lo que conoce mejor: el imperio americano. -- Se podría afirmar que el autor atenta a la base misma de la sociedad americana al denunciar los "mitos" del individualis-- mo, la decisión personal, la condición inmutable de la natu-- raleza humana, el mito tan discutido de la neutralidad de la ciencia, del gobierno, medios de comunicación, quienes se re-- sisten a admitir y plantear la situación conflictiva más pro-- funda que existe en el orden social. No se trata de una fal-- ta de creatividad institucional de los Medios, sino de una -- política consciente, aceptada por la mayoría sin vacilar.

Herbert Schiller investiga las técnicas uti-- lizadas masivamente para condicionar las mentes, lo que él -- llama "técnicas que plasman la conciencia", la fragmentación

como forma de comunicación, y la urgencia de la información, la noticia "aquí y ahora", sin una relación posterior, desprovista de una estructura perdurable. Ambas técnicas brindan al espectador una agradable pasividad sin problemas, lo que nos hace campo abonado para la manipulación. El autor -- nos trae datos; estadísticas, discursos, hasta ahora fuera -- de nuestro alcance, que revelan el esfuerzo desatado para -- conservar, mantener y propagar un estado de cosas, una sociedad, un dominio, basado en el consumismo a nivel internacional.

En conjunto, el libro de Schiller nos parece muy completo y de una gran actualidad, merecedor en cualquier caso de una lectura reposada y atenta.

F. J. T.

BAUDRILLARD, Jean
POUR UNE CRITIQUE DE L'ECONOMIE POLITIQUE DU SIGNE
Editorial Gallimard, Paris, 1972

Se ha anunciado la traducción de este libro por la Editorial Siglo XXI, que antes publicó "El Sistema de los Objetos" del mismo autor.

Este conjunto de ensayos se propone hacer -- el análisis de la forma-signo como la crítica de la economía