

EL ALBA DE LOS ICONOCLASTAS

JUAN ALDEBARAN

En el número 500 de TRIUNFO, Manuel Vázquez Montalbán hacía un lúcido análisis del asalto a la intimidad del hombre, del control y la violación del pensamiento libre y las opciones del ciudadano en las sociedades actuales. Como complemento y continuación de aquel trabajo, nuestro colaborador Juan Aldebarán explica ahora la segregación de defensas frente a esa amenaza.

CUENTAN que el mosquito, en algunas zonas, estaba a punto de extinguirse como consecuencia de la caza implacable, el murciélago. El murciélago es un cléfífico. Utiliza un complejo sistema de sonar, de onda reflexiva, que le permite localizar con exactitud el punto donde se encuentra su enemigo —su alimento, digamos más concretamente— y lanzarse sobre él con una precisión absoluta. Pero ahora el mosquito ha desarrollado un sistema propio de falsas señales que trastornan el cálculo del murciélago y lo conducen a un punto del espacio que el mosquito no ocupa ya. La consecuencia es que la especie en vías de extinción es la del murciélago. En Madrid, por ejemplo, casi ya no existen aquellos murciélagos que revoloteaban en torno a los faroles de gas a la hora de los noctámbulos.

Es cierto que el hombre es intelectualmente menos maduro que los animales. «Entre los animales, el hombre es un Peter Pan que no crece nunca», escribe el creador de la cibernética, Norbert Wiener, padre de los robots, en uno de los más admirables libros de estos últimos años («The human use of human beings», Houghton Mifflin Company, 1954; hay una versión francesa, «Cybernetique et société», colección 10/18, Paris, 1962). «Durante el 40 por 100 de su vida normal, el hombre es un aprendiz. Es, por tanto, tan natural a la sociedad humana estar basada sobre la instrucción como lo es para una sociedad de hormigas estar fundada sobre un modelo hereditario». Los grandes medios de control del pensamiento, de lavado de cerebro de introducción de ideas fijas, tienen muy pocos años de existencia. El cine tiene medio siglo de existencia; la televisión, poco más de treinta años; en España es recentísima. El hombre apenas ha tenido tiempo de aprender a defenderse. Pero está comenzando a hacerlo. Estamos en el alba de los iconoclastas, de los destructores de imágenes. Los persuasores están comenzando a dejar de persuadir. «PERSUASORES —pide un anuncio en «ABC», el martes 2 de mayo—, 27.052 pesetas tenemos para usted, como mínimo, si por su labor, personalidad y total dedicación propaga la calidad super de nuestros importados». Es un intento de persuasión de los persuasores; la persuasión está en crisis. Ha tenido que salir de la clandestinidad en que la situaba Vance Packard en su famoso libro. Pero, como ciertos terroristas, como ciertas policías secretas, en cuanto salen de la clandestinidad han perdido gran parte de su eficacia. Ya se les conoce.

La utilización del psicoanálisis con fines persuasivos —el golpe sobre el subconsciente— es aún la idea básica de la persuasión. Pero el psicoanálisis se encontró, ya desde Freud, con el factor de la resistencia. Los psicoanalistas encuentran continuamente en su consulta ese factor. El ser humano es más rígido al cambio, a la persuasión, de lo que a veces se ha creído. «No conseguimos eliminar las fuentes originales de la neurosis —escribe Helen Deutsch—. «La voluntad del sujeto entra en el juego; puede, por ejemplo, conscientemente, rechazar o despejar las emociones o alucinaciones engendradas artificialmente, lo cual es una circunstancia de gran interés social y esclarecedora de la autodisciplina», escribe J. A. C. Brown («Techniques of persuasion», Pelican Books, Londres, 1963). En un estudio realizado en Estados Unidos, 1940 —un año electoral—, un grupo de psicólogos, dirigidos por Katz y Lazarsfeld, encontraron la «información horizontal», como enemiga de la «información vertical». La información horizontal es aquella que cae sobre un ciudadano desde arriba; desde los «mass me-

dia», desde los sistemas dirigidos. Pero la información horizontal es aquella que se transmite dentro de su propio medio, de unos a otros, entre sí. Este tipo de información-opinión (lo que es bueno y lo que es malo en un programa electoral, las cualidades y los defectos de los candidatos, la verdadera situación del país) viene a corresponder a grupos de la misma estructura: se opina según su clase, según su status en la vida. Es la opinión de C. A. R. Crosland («The mass media», artículo en «Encounter», noviembre de 1962): «La teoría del auditorio pasivo, cautivo, parece desplazada a la luz de la intensa y activa vida familiar en las áreas trabajadoras, con su inmenso abanico de trabajos, hobbies, jardinería, reparaciones domésticas y (lo más importante de todo) los viajes familiares; debemos cambiar de puntos de vista con respecto a la deseabilidad del ocio orientado, pero, sobre todo, de idea con respecto a la existencia de una pasividad drogada, Indiferenciada».

Es, más o menos, la teoría general de Mac Luhan (algunos de cuyos libros están publicados en España). Mac Luhan es excesivamente brillante; su brillo le perjudica, le hace aparecer como un escritor —en el mal sentido que los intelectuales puros y los científicos dan a este término— mas que como un sociólogo. Mac Luhan intenta explicar que, sea cual sea el contenido que se le quiera dar al medio, lo que importa es el medio en sí, y de éste el individuo recogerá, previamente seleccionado, aquello que le interesa. Es decir, que su conciencia crítica no será en absoluto limitada por la carga de propaganda. Por el contrario, la «participación visual» le hará pasar de ser un hombre bidimensional —como corresponde a las civilizaciones «escritas», que sucedieron a las orales— a la categoría de «tridimensional»; si la escritura, sobre todo en sus albores, se reservaba a una clase reducida de letrados —y aún hoy es minoritaria, es elitista— la gran intervención de las civilizaciones visuales —concretamente, de la televisión— es que engloba a toda la familia humana; no hay diferencias entre letrados y analfabetos o semianalfabetos. Un mismo programa puede ser visto al mismo tiempo por un profesor de Filosofía y por un campesino, por un anciano y por un niño. La electrónica borra todas las diferenciaciones y todas las distinciones, permite la aproximación de los hombres, la creación de la «gran familia humana». Es una democratización. Sobre estas bases discurre Mac Luhan.

Pero la gran objeción que puede hacerse, y se hace muy frecuentemente, es que esta igualdad se efectúa por abajo. Es decir, que para que sea aceptable por todos se ha de adecuar al nivel mínimo, y no al máximo. Es, más o menos, el gran grito de alarma que daban los aristocráticos de la cultura —Ortega y Gasset, en «La rebelión de las masas»— contra las formas de vulgarización de la cultura. Es, también, un designio político. Se trata de acudir al «hombre primitivo», que es igualarlo en todos, a los «sentidos». «En su gran mayoría —decía Hitler— el pueblo se encuentra en una disposición y en un estado de ánimo femenino, hasta tal punto que sus opiniones y sus actos son determinados mucho más por la impresión producida sobre sus sentidos que por la pura reflexión». Y Mussolini: «El hombre moderno está dispuesto, asombrosamente, a creer».

Esta idea de la adecuación de las persuasiones a un nivel mínimo encierra ya la conocida tesis de la imbecilización: la televisión, se dice, imbeciliza. Y aun se dice que imbeciliza deliberadamente. No es difícil pensar que ocurre algo inverso. La televisión, y el 90 por 100 (¿o es poco?)

del cine son productos de la imbecilización previa. Proceden de la idea de que el público es necio, idea ya expresada en verso por quien en ese aspecto fue predecesor de Goebbels, por Lope de Vega —no olvidemos que fue familiar de la Inquisición, y que su obra «El Santo Niño de la Guarda» producía matanzas y persecuciones de judíos allá en donde se representaba—. El público es necio, decía, y es justo que quien se dirige a él responda a esa necesidad. La desdichada idea no se ha abandonado hasta ahora; pero también comienza a superarse. Desde algún tiempo, los empresarios —cine, teatro— han comenzado a advertir que ciertas obras, que no responden a la supuesta necesidad, tienen más atractivo de taquilla que las otras. Los empresarios comienzan a modificar sus propios gustos.

Pero, ¿cuáles son las posibilidades de defensa del hombre contra la invasión de su intimidad que supone la agresión de la imagen? Las hay activas, las hay pasivas. El rumor, el «bulo», es un arma activa: ha aparecido en todas las épocas de la Historia en que se ha practicado la desinformación o la falsa información. A una información triunfalista abultada corresponde automáticamente un bulo derrotista igualmente exagerado. La «información horizontal» entre, por ejemplo, los espectadores del cine, hace correr inmediatamente la descripción de las imágenes o del diálogo

cortado por la censura. A veces, como en todos los estados de defensa, hay una exageración; en films que han pasado intactos por el censor se imaginan escenas, supuestos o desenlaces que no existieron jamás en la mentalidad del creador. Hay, también, una resistencia pasiva: la abstención. En la ciudad de Nueva York, los encargados del control de suministro de agua advirtieron que el consumo aumentaba fabulosamente al mismo tiempo en determinados momentos de la jornada: se averiguó que estos momentos coincidían con los de programas considerablemente cargados de «contenido» en la televisión, a excesos de material publicitario: las gentes aprovechaban para bañarse, para lavar sus vajillas. En los países que todavía no han superado la etapa del culto a la personalidad —o que la están inaugurando—, las salas de cine están vacías durante la proyección de los noticieros «cargados»: las gentes llegan más tarde, o salen a fumar en espera del film. En los países de mayor censura de prensa disminuye automáticamente —en cantidades realmente importantes— la venta de periódicos.

Nada de esto quiere decir que la agresión a la intimidad del pensamiento, el lavado de cerebro colectivo, la propaganda, carezca de eficacia. La tiene aún, y mucha, pero está evolucionando rápidamente el sentido de defensa del hombre. El alba de los iconoclastas está apenas despuntando.

EL FICHERO COMO ARMA

Edgar Hoover



cial, y un paso para el ascenso. Hoover fue un gran innovador entonces. Descubrió el archivo y el fichero como arma: abrió fichas contra las personas de la izquierda y las que tenían relaciones con ella. Son fichas que no se han cerrado jamás. No terminan con la muerte del observado: sirven para sus descendientes como datos familiares. Al morir Hoover, el FBI, ya electrónico, tiene dos millones de expedientes, noventa millones de huellas dactilares, realiza 800.000 en cuestras al año, da trabajo a 19.000 personas, de las cuales 8.400 son agentes especiales.

El FBI lo tomó en 1924, a los veintinueve años de su edad. Era una pequeña sección dedicada a la lucha contra la especulación y a la vigilancia del robo de tierras en el Far West; en manos de Hoover se convirtió en la organización policíaca más importante del mundo. Se le encargó la lucha contra el gangsterismo. Es la gran saga de Hoover. Con sus incorruptibles —los «untouchables», que los débiles en inglés y la TV han traducido aquí como «intocables»— se lanzó a la batalla. La corrupción alcanzaba las policías locales, pero no al FBI. Hoover les había imaginado como caballeros medievales —castos, o al menos monógamos; sin amiguitas y sin divorcio; sin alcohol y sin tabaco— y esa fue su imagen de entonces. No hace falta evocar la saga, tantas veces vista: Al Capone, Dillinger, «Pretty Boy» Floyd, «Cara de

Niño» Nelson. El rapto de «baby» Lindbergh, los alambiques destruidos, las ametralladoras Thompson, la mirilla del speakeasy, la matanza de Kansas City, la noche de San Valentín. En aquella película real, Hoover fue decididamente «el bueno»: América le consagró.

Si Robespierre tuvo su gran momento en el Gran Terror, Hoover lo tendría en la Caza de Brujas de Joe McCarthy. Anticomunista, antiizquierdista, su fichero inmenso se puso a la disposición de la Caza. Finalmente, el senador McCarthy cayó, pero no Hoover. Para Hoover eran comunistas no sólo los comunistas, sino los «hippies», los drogadictos, los homosexuales, los negros; los políticos eran criptocomunistas. Llegó a alarmar a todo el mundo. Todos, en Washington, se sabían fichados por Hoover: sus vidas privadas, al descubierto; sus teléfonos, trucados; sus cuentas, minuciosamente examinadas; sus bibliotecas, anotadas. Pero era inalcanzable. Su imperio era ya demasiado fuerte para ser destruido. En una encuesta Gallup, realizada el verano del año pasado, se encontró que la opinión pública era muy favorable a Hoover, aunque concedían que ya era demasiado viejo para continuar y que debía retirarse. Pero no se retiró. Ha muerto en activo.

Hoover vivía solo en su casa georgiana, rodeado de colecciones de jade y bronce, con un busto estilo romano de sí mismo en el vestíbulo —un Julio César con rasgos de

«bulldog»; soltero —sin duda ha muerto virgen—, ya no tenía amigos —los que lo fueron habían muerto ya—, superviviente de sí mismo. Sólo algún perro de solterón, para el que guardaba la ternura que no tuvo para sus semejantes (no sólo fue duro para sus enemigos, sino para el mundo en general, y no sólo para el mundo en general, sino para sus agentes especialmente). No hacía más camino, casi, que el de su casa a su despacho —en el verano, un par de semanas de descanso en un motel—, o en sus dos despachos: uno de respeto, gigantesco (en la casa le llamaban «el salón del trono»), con un sillón anormalmente alto para él, y otros anormalmente bajos para sus visitas; y un despacho pequeño, sencillo, austero, casi pobre, para su trabajo solitario. La obsesión por elevarse sobre su propia talla parece que era su única debilidad: en las fichas del FBI y en los documentos oficiales hacía poner su estatura como de cinco pies y nueve pulgadas; en la realidad, tenía dos pulgadas menos.

Ya se sabe que su sucesor va a ser Patrick Gray. Pero en Washington se dice que Hoover, en realidad, no tiene sucesor posible. El FBI ya no será nunca lo que fue. Era la obra de un solo hombre, respetado y temido hasta por ocho presidentes que se cambiaron durante su reinado. Ahora será controlado desde fuera, desde la política, a la que tanto odió realmente John Edgar Hoover.

COMO a Robespierre, le llamaron «El incorruptible». Los dos eran virtuosos, puros, austeros. Robespierre conducía a la guillotina; J. Edgar Hoover, a la silla eléctrica. Pero Robespierre murió en su propia guillotina, y J. Edgar Hoover, creador del FBI, acaba de morir en su cama de la ciudad de Washington —de la que fue diablo cojuelo—, a los setenta y seis años de edad: aquellos tiempos eran más amenos: «Señor, mi causa es la tuya», decía Robespierre hablando de la Revolución; lo mismo dijo Hoover hablando de la contrarrevolución.

Vicio y pecado le horrorizaban desde niño. Quiso ser pastor para combatirlos, pero descubrió que el combate del pastor es solamente teórico y verbal, y prefirió entrar en la policía. Servicios de extranjeros, 1917: Estados Unidos habían entrado en la guerra y todo extranjero era sospechoso de espionaje. Hoover sirvió bien la ola de xenofobia. Servicio de represión de actividades subversivas, 1919: una gran época de huelgas, de agitación so-