

TEORIA DE LA INFORMACION

INFORMACIÓN Y CULTURA

El universo de la Información constituye una realidad, complicada en extremo, por su carácter difuso, por su gigantismo y por las ambigüedades esenciales que la definen. Una captación de su esencia, una penetración ontológica de esta realidad, constituyen, por tanto, una operación mental complicada. Una operación que no podrá ser abordada con posibilidades de éxito si no se tienen en cuenta algunos elementos preliminares que, por una parte, condicionan esta realidad, y, por otra, son fruto de su misma dinámica interior de sus significados y sus manifestaciones.

En primer lugar conviene establecer, en forma inequívoca, que la cultura misma es hoy, y lo será cada vez más de cara al mañana, en un grado superior a cualquier otro momento de la Historia, un producto y al mismo tiempo un hecho de Información. La cultura de masas está animada cada vez más por la tendencia de confundir el hecho cultural en sí con la extensión y las posibilidades internas del universo de la Información. Pero, al mismo tiempo, el hecho de la Información es algo más y algo menos que el hecho de la Cultura. A medida que la Información vaya convirtiéndose en actividad prioritaria del hombre, ella tendrá que apoderarse en mayor grado de parcelas de otras actividades humanas que no serán ni actividades culturales ni actividades del ocio propiamente dichas. En estas condiciones, la Información acercará el destino del hombre a una situación primordial, donde dominará la figura, significativa desde el punto de vista mítico, de un *deus otiosus*, un hombre demiurgo diferente en sus perfiles, al *homo faber* o al *homo ludens* de la antropología tradicional. Como figura singular de un inédito *deus otiosus* se destacará del universo de la Información, universo de la «actividad» dominante, el hombre de fines del siglo XX, previsto para vivir en una sociedad completamente urbanizada, automatizada, imaginativa por excelencia. No se caracterizará, ni mucho menos, la civilización correspondiente a este universo, por la desaparición de la letra impresa y un predominio de la «cultura en imágenes» vista en estos años en su configura-

ción original y tribal. La superabundancia de Información, sometida a la selectividad del hombre o de sus órganos sociales especializados, afectaría, igualmente, al alfabeto y a la imagen, cuyo uso conocerá un crecimiento impresionante.

ONTOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Pero para definir la esencia de la Información, captar sus perfiles, conviene realizar un proceso de inteligencia algo más profundo que determinar su enorme gigantismo. Es preciso fijarlo en la situación ambigua que afecta ya el destino de la Cultura y el destino del hombre en la sociedad de hoy. Nada refleja mejor la naturaleza misma de la Información, su interferencia con el hecho ideológico y con la deformación de la verdad y la objetividad consiguientes, que una teoría de la ambigüedad en el ámbito cultural y filosófico. En efecto, nada, mejor dicho, ninguna actividad humana, se integra con mejor título de autenticidad en una filosofía de la ambigüedad que las actividades que integran la Información. La confusión semántica a la cual dan lugar gran parte de sus manifestaciones, el carácter deformante de sus significaciones, su planteamiento constante en el ámbito de las paradojas de la conciencia, convierten esta actividad humana como manifestación típica de los factores objetivos de la ambigüedad. En la eterna dialéctica entre Ambigüedad y Verdad, la Información se convierte en elemento motor, en el factor condicionante de la comunicación humana y sus relaciones con el universo de la Información. Vehículo, entre los más importantes de la «falsificación del Tiempo» (Pareyson), de la identidad creciente entre los factores de la historicidad y los factores de la mistificación, proyección objetiva de la conciencia infeliz que tanto preocupara a Hegel en el destino del hombre moderno: la Información, combinada con la Ideología, ha abandonado, en buena parte, los senderos de la *Paideia*, a saber, de la formación del hombre en el espíritu de la Verdad. Pero, con todo ello, la Información constituye nuestra realidad histórica, el marco ineludible dentro del cual el hombre debe sortear las dificultades formativas que le plantea el marco de la ambigüedad. La Información es su «mundo», historicizado sí, ideologizado, deformador de la verdad, un mundo que le bombardea incesantemente con sus «noticias», que le embiste con sus formas de persuasión evidentes u ocultas, pero un mundo en que él mismo, por un criterio y un esfuerzo selectivo, habrá de buscar la verdad, sus fines concretos, sus caminos reflexivos capaces de liberarlo de la dialéctica de los medios y los fines que condicionan su existencia y su destino.

Todo ello se le ofrece al hombre como un proceso constante de luces y sombras, donde su capacidad de comunicar con el mundo exterior se realizará

en función de su poder reflexivo, de un sutil esfuerzo de combinar palabra y silencio, combinación en la cual más de una vez consiste la revelación de la verdad. La estructura de la verdad se capta así fuera de la experiencia, de la construcción o de la extensión semántica de la palabra. Se alcanza la frontera de lo indecible, donde se inicia el reino fecundo del silencio. Un silencio real, revelador, al cual no duda en referirse un espíritu nutrido en las mística positiva de la lógica como Wittgenstein. Un silencio reflexivo, fuente de soledad y meditación, incitante de un encuentro del hombre consigo mismo, donde se excluye todo tipo de instrumentalización práctica de la verdad, todo tipo de tecnificación e historicización de la Idea, toda demostración de la fecundidad práctica del pensamiento» (Pareyson), todo tipo de «expresión del tiempo» y de «potencia de las ideas en el mundo humano». En otras palabras, un estado reflexivo y revelativo, donde Información e Ideología se despojen de su «racionalidad» vacía y falsificadora de la Verdad y el Tiempo.

NEGATIVIDAD DEL LENGUAJE

Este planteamiento de la cuestión en parecidos términos implica una crítica del método estructuralista en cuanto método típico de una Teoría de la Información, en una etapa histórica en la cual la Información se ha convertido en actividad dominante y absorbente de las energías y la conciencia del individuo. La cuestión plantea, dentro de los límites del pensamiento expresivo, el problema de la *negatividad* del lenguaje. Problema íntimamente relacionado con el universo de la Información. Wittgenstein lo insinúa en sus famosos «silencios» que coronan en cierto modo su obra como teoría del simbolismo lógico. Se trata de un asunto que se centra en una crítica profunda del estructuralismo lingüístico, el cual olvida en su momento culminante lo inadecuado que resulta «el erigir el lenguaje en positividad completa» (Henri Lefebvre, *Le langage et la société*, págs. 83 y sigs.) y convertir la ciencia del lenguaje mismo en ciencia «enteramente positiva». Se olvida de esta forma, observa Henri Lefebvre, la enseñanza dejada por Hegel y por F. de Saussure. Para el primero, el movimiento que va de lo negativo a lo positivo (la verdad) atraviesa el lenguaje, pero el lenguaje en cuanto tal no es sino *negatividad*. A través de este término, Hegel no designa solamente la fluidez de la palabra, el carácter temporal de la emisión del lenguaje, su inconsistencia. El va más lejos. Lo negativo posee una potencia terrible. El disuelve lo que se da en una unidad. Separa lo que está atado. El análisis mata. Pero precisamente así ella puede penetrar en los «seres», desmembrar y modificar los objetos, captar su «génesis en el devenir». Se establece un nexo interno entre la

negatividad del lenguaje, una articulación suya con el entendimiento, y la acción, según el esquema hegeliano.

Según Hegel el lenguaje, en la conciencia y el entendimiento, nace de la lucha a muerte de las conciencias que emergen de la vida espontánea. El tema hegeliano de la conexión profunda entre el poder del lenguaje y del intelecto y el poder de la muerte es un tema que interesa ontológicamente la realidad del mundo de la Información y la comunicación, planteada hoy en términos de suficiencia positivista por el análisis estructuralista. Según Hegel, «los signos, las palabras, envuelven, al menos como posibilidad, el sacrificio, la muerte de la cosa dicha». La historia del teatro conoce perfectamente este trágico destino de la palabra. Los trágicos griegos, Shakespeare, Racine, han centrado el dramatismo de sus obras en este destino trascendente de la palabra dicha. La cosa dicha, que los héroes tardan mucho en pronunciarla, porque el decirla significa desencadenar la catástrofe, la muerte, a veces la hecatombe, como ocurre en Shakespeare, en Séneca, en Racine. Teoría «redoutable et profonde» según la fórmula que Lefebvre tiene que glosar en Hegel. La *racionalidad del lenguaje* no excluye su irracionalidad. El uso mágico de las palabras no podrá nunca eliminar la negatividad esencial del lenguaje. «Hay en el lenguaje, más allá o más acá del lenguaje, el silencio. Pesa sobre las palabras y el discurso esta noche cargada de sentido, esta noche traslúcida que aparece igualmente en los ojos y las miradas, que espera la palabra.»

Las tesis de Hegel sobre la función mortal de la palabra, encuentra eco en la filosofía comparada del padre del estructuralismo lingüístico, Guillermo de Humboldt, y en la reactualización de la negatividad del lenguaje del propio Saussure. Entre ellos está la metodología de Stuart Mill, en torno a la connotación y denotación del lenguaje, dos viejos términos heredados de la escolástica, y su función simbólico expresiva. Las dificultades, la imposibilidad incluso de la comunicación humana a través del lenguaje recalculadas algo por los psicólogos, algo más por los filósofos y mucho más por los hombres de letras (Mounin), las establecía categóricamente Humboldt: «Las palabras, incluso las más concretas y las más claras, están muy lejos de despertar las ideas, las emociones, los recuerdos que implica él que las pronuncia» (*Ueber die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues*). Solipsismo lingüístico, que lleva a la incomunicación, a la idea de lo inexpresable, tantas veces recordada, antes que por los lingüistas, por poetas, escritores y artistas.

Saussure recalca la realidad formal del lenguaje que «designa los conceptos de las cosas» y no es, él mismo, «una cosa». Pero, según Saussure, el lenguaje deviene «objeto» a través de la «escritura» y en cuanto tal objeto se torna materia positiva de estudio de la lingüística. Pero en esta objetivación algo esencial en el lenguaje se pierde, muere. No es extraño que, un espíritu tan

incandescente como Wittgenstein, vea en el lenguaje y sus límites, los límites de nuestro propio mundo, y haga apelación al silencio, a lo que no está dicho, para «una justa visión del mundo».

Tema esencial, este del lenguaje, para una teoría de la Información planteada en su perspectiva ontológica. Tema al mismo tiempo preliminar, ya que sin una clara percepción suya, los otros aspectos de la Información permanecen en una zona oscura, indefinida, condenada a un destino de permanente ambigüedad. Porque la Información es, ante todo, juego de lenguaje y silencios, de palabras dichas que encierran la muerte y revelan las paradojas de la conciencia y el despliegue de vastos medios de comunicación que no hacen sino aumentar una trágica, lunar, soledad del hombre, en el vasto hormiguero que encierra su existencia.

INFORMACIÓN Y CULTURA DE MASAS

La esencia de la Información, planteada en sus conexiones con la verdad, la captaba perfectamente San Agustín cuando decía: «Si ambo videmus verum esse quod dicis, et ambo videmus verum esse quod dico, ubi quaeso, id videmus? Nec ego utique in te nec tu in me, sed ambo in ipsa, quae supra mentes nostras est, in incommutabili veritati» (*Conf.* XII). La característica de la ambigüedad afecta la Información desde sus bases. El hecho adquiere dimensiones enormes en la gran sociedad de hoy, en el ámbito de la cultura de masas. Por un lado, inciden en la Información y la Comunicación las paradojas de la conciencia. Por otro, se plantea en la comunicación cultural e informativa el problema de la selectividad o mejor dicho de la selección, íntimamente ligado a las paradojas del lenguaje y de la conciencia, de su ambigüedad situacional. Hay quien, como Abraham Moles, establece las líneas de fuerza de la difusión de la cultura en función de la selección de los *mass media* (cfr. A. Moles, *La Communication*, Centre d'Etude et de la Promotion de la Lecture, París, 1971). En el centro del tema está la creación, difusión y recepción de la Información. En el esquema de Moles, esquema de diccionario que con todo capta algo esencial, en torno a la política cultural en la sociedad de masas, los *mass media* devienen fuerzas esenciales de la difusión de la cultura. En este proceso, ideas nuevas se insertan en el ciclo cultural a partir de ideas antiguas. Un gran número de mensajes culturales entran en el proceso de difusión a disposición de gran número de individuos anónimos. Según tal esquema, el creador llamado «cultural» fabrica una idea nueva que antes de que los *mass media* la filtren y le infundan carácter y color de actualidad se mantiene en un «microambiente». Filtradas y

seleccionadas, las ideas nuevas son transmitidas a través de los *mass media*, puestas en circulación para millones de consumidores, los cuales absorben algunas, para luego olvidarlas en parte o del todo. Pero a la vez el creador «cultural» se hace el mismo eco de «ideas recibidas», o de esquemas culturales vigentes en la cultura de masas. En realidad, el esquema ofrecido por Moles como específico del destino y circulación de la Información en la cultura de masas, es esencialmente el mismo que el mecanismo universal de la difusión de la cultura. Sólo que las «ideas» confeccionadas por los «agentes» de información en la cultura de masas son distintas, y su creación es diferente del proceso de creación cultural imaginativo. Distintos propósitos y medios de difusión. Distinta forma e índole receptiva de los nuevos hechos «culturales» destinados al gran consumo, generalmente como cultura en conserva, pese a las pretensiones de sus animadores de ofrecer cultura «viva» y «dinámica».

Con razón el propio Moles observa la ideologización demagógica y publicitaria de este proceso que se presenta con carácter de gigantismo de consumo cultural. Dentro de la política cultural reinante hoy en el mundo, del mismo proceso, en sus varias manifestaciones, de la revolución cultural en gran escala, se sitúan las doctrinas demagógicas que utilizan «la inmersión del individuo en el *campo publicitario*». Motivaciones económicas, se mezclan con un «principio de placer». La doctrina demagógica consiste en la «mayor satisfacción por parte del mayor número» de individuos. El emisor del mensaje ofrece al público consumidor lo que éste espera de él y desea. A este principio se someten la TV, la prensa, los centros de cultura, incluso los regidos por el Estado, el *Leviathan* que cede sin reservas ante la degradación del gusto y la masificación de las ideas. Se trata así, esencialmente, de una *materia de entretenimiento*, no de *materia de creación cultural*. Junto con ella se manifiesta, según Moles, un tipo de doctrina dogmática de política cultural que opera por vía de sublimación, distorsión, selección de mensajes, entre una masa de información. Luego se insinúa, dentro de este esquema generalizado, una Doctrina piramidal, que acepta distintas capas sociales, distintos valores de la Información, dentro de una Pirámide Cultural. Resulta de este método que la cultura típica de la comunicación de masas es un modelo nuevo de *cultura mosaico*, creada fuera de cualquier capacidad de síntesis e integración, inmersa en el flujo continuo de un complicado universo de mensajes. Medios y mensajes, mensajes y medios. El mito dinámico de la Cultura llega a ser así, «un periscopio del individuo en el océano de lo social» (Moles, p. 466).

LA SELECCIÓN. TEMATISMO DE LA CONCIENCIA

Plantear las conexiones entre la Información y los criterios ontológicos de la Verdad de la Cultura, resulta, en esta realidad oceánica de medios y mensajes, tarea enormemente ardua y complicada. La Información, en sus relaciones con la verdad y la objetividad entra así en los dominios de la paradoja de la actividad y la selección consciente. Proceso por muy complicado que sea, imprescindible, que se realiza casi por ley natural, por muy planificados y automatizados que se presenten los medios que lo configuran. En el análisis que Raymond Ruyer hace de las conexiones del tematismo de la conciencia y la Información, la cuestión primordial que se le plantea es la de la selección. Existe una forma mental de captura en la selección consciente. Pero la captación selectiva de noticias en un proceso de recepción y asimilación, puede ser coadyuvada por una Técnica selectiva especializada. Hay un *seleccionador*, un *captor* y un *preferendum* en el orden de captación. Hay capturas sin conciencia, una aprehensión mecánica, con un captor y un captado. Pero toda selección mecánica es una paradoja que se inserta en el tematismo de la conciencia, una contradicción en términos, un «seleccionismo sin selección» (Ruyer, *Paradoxes de la conscience*, pp. 186 y sigs.).

Todo tipo de selección implica una técnica de ganar tiempo. Pero esta operación es siempre, necesariamente, obra de una conciencia selectiva. Constituye un orden de cosas donde no tiene cabida el azar. Es el dominio del «anti-azar». Las paradojas del tematismo demuestran que «la dimensión del tiempo es distinta de otra dimensión o casi dimensión, en la cual los temas, las ideas, los recuerdos, pueden acercarse o alejarse. El tiempo, reducido a una pura cronología, y a puras fechas, parece no ser sino una sombra de esta dimensión del tematismo» (p. 207). La memoria, la reminiscencia, la referencia como tal, participan, como todo proceso imaginario, de una conciencia activa. Esta conciencia imaginante activa *informa con verdad*, realiza por definición, una información objetiva. Hay, según el esquema de Ruyer, dos formas de información: a) por participación a un otro yo o a otra conciencia específica, «en la memoria, el instinto, la formación educativa»; b) por *observación*, en todos los demás casos que se dieran, en lo referente a la estructura ontológica de la Información. Hay, además, un tipo de Información por «condensación» o por «desarrollo» del texto o la escritura. A ello corresponde un circuito de circulación de la información, un efecto terminal, un cambio de información por signos. En cuanto al automatismo en la Información, resultan imposibles e inconcebibles, máquinas capaces de absorber la información y una máquina capaz de *crear* la información. La información psico-

lógica se refiere a la dimensión temática. Las informaciones científicas se refieren sólo a la dimensión espacio-tiempo. Ambas se combinan estrechamente y de ahí la dificultad de disociarlas y la posibilidad de transportar la una en la otra. «Una máquina puede traducir tan bien como un hombre el verso "La raison du plus fort est toujours la meilleure"; pero la máquina no sabe captar la ironía del verso. Ella toma todo en serio.»

Estas consideraciones preliminares en torno a la ontología de la información, sus conexiones con los problemas del lenguaje, la selectividad, la receptividad, el automatismo y las paradojas de la conciencia, nos conducen directamente a una fenomenología de la Información. Algunos elementos esenciales la integran. Entre ellos destacan, con fuerza, el tema de las Ideologías, la Verdad, la Objetividad, la confusión semántica, la Traducción y la persuasión creciente a través del fenómeno de la Publicidad.

FILOSOFÍA E IDEOLOGÍA

Primero se asoma a nuestra atención el tema de las Ideologías. O mejor dicho, de la Ideología a secas. Quien exalta en estos tiempos la *modernidad*, lleva sin saberlo, su piedra para construir el edificio de nuevas Ideologías. El hecho es frecuente en esta parábola del siglo, donde triunfa algo bien distinto de lo moderno. Triunfa por todas partes, y en las más distintas manifestaciones, una auténtica filosofía de la ambigüedad. La misma que hace, paradójicamente, que los teóricos de la modernidad sean precisamente los que proclaman, en nombre de la mentalidad moderna, el fin de las Ideologías.

El fin de las Ideologías es el tema más discutido y más discutible de los últimos quince años. Discutido, por la enorme cantidad de tinta que se le ha consagrado a veces con un aticismo estilístico y argumental destinado a suscitar los mejores entusiasmos. Discutible, porque si es cierto que mueren una tras otra las Ideologías o se consumen en su propia rigidez dogmática, el clima mental en que vivimos se presta a la sucesiva gestación de nuevas y nuevas Ideologías. Los espíritus de rigor proclaman las exigencias del aticismo, ante la historicización del pensamiento en la Ideología. «Dejemos que las ideologías entierren a las ideologías —nos dice Pareyson, uno de los más brillantes cultivadores del argumento— y preocupémonos antes que nada por custodiar la verdad. Y para hacerlo, es preciso no autorizar ni siquiera indirectamente que el nombre de ideología sea empleado de algún modo para calificar el pensamiento revelativo y, sobre todo, no atribuyamos al pensamiento revelativo ninguna función ideológica.» La Verdad ante la Ideología. La filosofía ante la ideología. ¿Hay algo más viejo que esta disyuntiva, que esta forma de caída

del saber? El drama de Sócrates, al cual se intenta resucitar hoy con bien discutido rigor platónico y bien claro intento historicizante, ¿no nace acaso de este eterno conflicto, de esta eternamente inexorable caída? No le falta simbolismo al hecho de que Sócrates y Dantón desciendan al escenario ante nosotros separados, material y espiritualmente, sólo por unos cuantos metros de distancia.

Al ver cómo se historiciza su filosofía y cómo se la transfiere a dimensiones ideológicas, para dar muerte al héroe, Sócrates adquiere por una especial virtud sensibilizadora del actor que encarna su personaje, una dimensión poética, que acaso en su día no tuviera, pero que es lo más aceptable, sino lo único aceptable en la idea de este espectáculo que una vez más ideologiza la filosofía de Sócrates. Es natural que así ocurra con los «Diálogos» escenificados de Platón en el universo de la Información. Dantón, en cambio, personaje precursor precisamente de este universo de la Información, Dantón intenta alcanzar en el instante postrero la Filosofía, después de haberse nutrido, con la violencia de su temperamento, de la Ideología. Pero se trata de una «vuelta» imposible. La «Kehre» heideggeriana tiene una dimensión y un plano, donde el intercambio entre Filosofía e Ideología no es posible.

El tema es radicalmente nuestro, no en virtud de la Filosofía, sino en virtud de las Ideologías. Pero por ser ésta nuestra situación, no deja de ser cierto lo que Pareyson señala a propósito del tema. Que no hay ideologías buenas con qué combatir las ideologías malas. Las Ideologías son todas malas, todas falsas, porque todas traicionan el pensamiento y los saberes.

IDEOLOGÍA Y SOCIEDAD AVANZADA

Por mucho que se haya debatido el tema de las Ideologías, el ritmo con que caminan las cosas logra siempre, de un tiempo a esta parte, dejarlo atrás, envejecido, petrificado, fuente de caos y de confusiones. Para quien mantenga alguna duda a ese propósito, sirva de guía y proyecto de inteligencia el último libro de Raymond Ruyer, en torno a las «Nuisances ideologiques».

Vuelve, junto al tema de las Ideologías, el viejo y apasionante tema de la Utopía. Y la obra de Ruyer constituye una buena compañía en este sentido. Toda Utopía, se nos viene a decir, necesita de un sector de la humanidad al cual empujar hacia la sociedad ideal como a un rebaño. Así ha sido siempre. Con el buen salvaje de Rousseau, el proletario de Marx, la juventud de Marcuse y de Sartre y todo el cúmulo de fórmulas vigentes aun en la sociedad post-industrial avanzada. Hace tiempo que en esta sociedad los demagogos han dejado de mover a los obreros, medio aburguesados, conservadores, sentados

en sus posiciones. Hoy los profetas e ideólogos están buscando nuevos proletarios, reprimidos, utilizados como nuevos Ejércitos de choque. La Utopía y la Ideología ha alcanzado dimensiones perfectamente immanentistas. *Paradise Now*. Paraíso ahora y aquí, como en las fórmulas del teatro «Living» y en las Comunas *hippies*.

La Ideología y la Utopía entran juntas en formas renovadas en el universo de la Información y la Comunicación, como grandes medios deformantes de la verdad y la objetividad, apelando a símbolos vitales. Todo ello en el ámbito deformante también del «despotismo ilustrado» de la Técnica. Se trata de una enorme, fascinante y confusa edad insegura, en la cual las inversiones del capitalismo industrial son desplazadas por el reino y el papel de las invenciones. El esquema de la Sociedad post-industrial, término lanzado por Daniel Bell, nos conduce directamente a la Ideología y la Utopía de la Información configurada en una unidad última. Dentro de este esquema la productividad agrícola representaría el 5 por 100; la industrial el 10 por 100 y la productividad terciaria (información y servicios), el 85 por 100. El sector terciario se caracterizaría por la elasticidad económica frente a la *inelasticidad* agrícola e industrial, sectores primario y secundario, respectivamente. El porvenir sería, en esto términos, de la Información. «El porvenir —escribe Ruy— pertenece a las gentes, no de negocios, sino de información, ciencia, conocimiento, tiempo libre organizado, cultura, participación política y sus correspondientes burocracias.»

Visión utópica, acaso como ninguna. Forma hace tiempo soñada de perfecto epicureísmo. «Los improductivos se harán simpáticos», en un mundo dominado, según parece, por razones extraeconómicas, o incluso antieconómicas. He aquí materia abundante para los soñadores ideológicos de la revolución cultural o del mundo entendido como *fiesta*, como juego y como danza. Garaudy dándole la mano a San Francisco, en la cumbre de la *Ciudad radiante*, donde habrán desaparecido árboles, flores y pájaros, sustituidos todos ellos por los ordenadores.

INFORMACIÓN Y VERDAD

Factores característicos de gigantismo y superabundancia de producción y consumo, han hecho que la Información entre, hace de ello poco tiempo, en el dominio de paradojas de la conciencia. Paradojas en la actividad y selección informativa, paradojas en el terreno, más delicado aún, de la receptividad. A una conciencia activa y selectiva corresponde, necesariamente, una conciencia receptiva. Pero entre ellos existen nexos innegables que convierten

la Información misma en un fenómeno que plantea nuevamente el problema de la libertad y la verdad en las relaciones humanas.

Durante siglos y milenios, el hombre ha padecido de falta de Información. Su conciencia ha permanecido lejana del principio mismo de la Información, así formulado por J. L. Servan-Schreiber: «Saber todo, en seguida y por doquier.» Este principio contiene la raíz misma de aquella gran paradoja de nuestro tiempo, que es la paradoja de la Información y su impacto profundo en la conciencia humana. La gran aceleración del mundo de la Información ha sido asunto de las últimas décadas y va a ser, sobre todo, de las décadas que se abren ante nosotros. Los ideogramas, las pinturas rupestres, el alfabeto, habían arrancado la Información de los dominios limitados de la memoria. Así, la Información aumentaba, se transmitía a las generaciones sucesivas y hacia que la «memoria secundaria» del hombre constituyera un instrumento de cultura y de difusión de ideas vivas. Un proceso de selección consciente se imponía, implicando una concentración mental capaz de un proceso intenso de análisis y abstracción, de codificación y decodificación. La situación mejora con la aparición de la imprenta, pero no se trata de una mejora de proporciones capaces de forzar los límites de captación y selección de la conciencia humana.

Distinta se ofrece, en cambio, la perspectiva en la edad tecnológica. Todo empieza con la aparición del teléfono, la radio, la TV, la composición mecánica y la rotativa, pero, sobre todo, con la perspectiva ofrecida en el gigantismo informativo, por la reproducción fotográfica a distancia, el automatismo, el «offset» que implican una auténtica ruptura con el invento de Gutenberg. Los japoneses preparan la película plástica, destinada a sustituir el papel. La crisis de la *superabundancia* en la Información y la comunicación humanas está a la vista. Se trata de una revolución acelerada, auténtica superinformación que *The Economist*, de Londres, perfila como consecuencia lógica de un automatismo generalizado capaz de conseguir la gran unificación del proceso de transmisión y recepción de mensajes. «Antes de lo que se creía —escribe *The Economist*, citado por J. L. Servan Schreiber—, la Información habrá llegado a su conclusión lógica. Habrá una red única unificada para todas las categorías de mensajes. Los sistemas separados por teléfono, telégrafo, televisión, transmisión de datos, desaparecerán. La Información recorrerá esta red bajo forma de señales digitales únicas traducidas en imágenes, sonido o texto, según la elección de quien emite o recibe el mensaje.»

Así, a la penuria de la Información, que afectara durante siglos y milenios la difusión de la verdad objetivada en códigos y mensajes, se sustituye con alucinante rapidez una sobrecarga de Información. Por aquel fenómeno de paradojas que nacen en las situaciones históricas, e inciden en la conciencia

cia del hombre como ser histórico, penuria y superabundancia coinciden en crear dificultades esenciales a la verdad y la objetividad. Dificultades que afectan la ontología misma de la Información. Privilegio de pocos antaño, enorme masa de consumo en los años venideros, la Verdad en la Información sigue gravemente mutilada, por condiciones objetivas insuperables o por deformaciones semánticas en aumento. De ello se derivan las situaciones más paradójicas posibles. La superabundancia devora la apetencia de información, crea una enorme indiferencia ante ella, una radical falta de comunicación. Al unificarse al extremo la red comunicativa, el universo de la Información padece nuevas, graves fragmentaciones y mutilaciones, reclusiones psicológicas, anarquía y caos en las relaciones humanas. Las palabras pierden su sentido, hasta el punto que el propio Marcuse, profeta de la contestación, se espanta ante su retorsión semántica que confunde libertad y tiranía, tolerancia e intolerancia, comunicatividad y cierre. Y todo proyectado siempre en las paradojas de la conciencia nueva que se alimenta del automatismo. Explosión informativa significa así dolorosa deshumanización que acaba en la reacción de aquel espectador petrificado para siempre ante la TV que al ver en la pantalla un árbol sin hojas, exclama, en virtud de una lejana reminiscencia: «Mira, ha llegado el otoño.» Un Universo deformante, inauténtico, éste que nos ofrece la superinformación. Pertenece al hombre el aceptarlo en cuanto hombre, recuperando la libertad, el sentido de la verdad y la realidad.

LA NUEVA TORRE DE BABEL

Para un mundo que está entrando a grandes pasos en el universo de la Información, se ha insinuado la idea de que no hace sino construir una nueva Torre de Babel semántica. En realidad, también la otra Torre de Babel, la bíblica, no era otra cosa sino una vasta confusión semántica. Con la diferencia que el viejo mito y sus significaciones viene a completarle, o mejor dicho, a exasperarle, una vasta, incontenible realidad.

El término «Torre de Babel semántica» le es caro a Luigi Pareyson al configurar, como hemos visto, las relaciones entre Verdad e Ideología. La realidad es que la Ideología, que es algo que lejos de haber muerto se ha enseñoreado de todo y, sobre todo, de la Verdad en todas sus posibilidades revelativas, está íntimamente ligada al pensamiento expresivo historizado que define también en su totalidad el contenido y forma de manifestarse de la Información y los medios a su alcance que son los medios de comunicación. En el contenido mismo del pensamiento expresivo descubrimos una ligazón entre un significado, un valor, la verdad y la situación. La índole específica

de la Ideología como tal hace que en ella pensamiento expresivo y situación se identifiquen. Tiene razón Pareyson al concluir que el pensamiento expresivo es necesariamente pragmático, por su fundamental historicidad, instrumentalizado, llevado siempre al terreno de la *praxis*. Así lo hizo Destutt, el propio padre de las Ideologías, configurando el contenido pragmático de éstas, sus fines pedagógicos, políticos, sociales; así, Marx, al identificar Filosofía y Política y buscar la eficacia práctica y política de la Ideología en la *praxis*; así Mannheim, al ver en la Ideología instrumentos amplios de acción práctica y revolucionaria. Nació con ello la tan celebrada «conciencia infeliz» sobre la cual se inclinan una y otra vez con ímpetu incontenible y aires sibilinos de originalidad los jóvenes seráficos, filósofos de la revolución cultural.

Tecnificado e historizado el pensamiento ideológico, lleva el mundo llamado del «despotismo ilustrado» de la Técnica hacia esta nueva realidad en la cual el hombre tendrá que consumir más que nada Información, Más que pan, carne, verduras, luz, habitación, automóvil y avión, será la Información materia de consumo. No es extraño, en estas condiciones, que la Información nazca en su período de superabundancia que se inicia ahora, afectada por una enorme carga de deformación semántica o semiológica. Abandonado el criterio de la verdad, se hace cada vez más poderoso el criterio de la instrumentalidad. El propio Marcuse, tan traído y llevado por la revolución cultural en su fase naciente, hemos visto cómo llamaba la atención sobre la pérdida esencial del significado de las palabras. La Información impone su reino, en un mundo en que libertad, tiranía, tolerancia, represión significan todo y no significan nada.

Al principio, el universo de la información parece unificar y establecer la comunicación entre los hombres. Pero la índole de su propia realidad inestable produce fragmentaciones nuevas, reclusiones psicológicas, anarquía y confusión en las relaciones humanas. Y la plétora informativa implica retrocesos, falta de comunicación, soledad irreflexiva. La nueva Torre de Babel no quiere consentir ni vida social ni vida íntima.

ESTRUCTURAS DE LA TRADUCCIÓN

En el mundo de la comunicación, que condiciona los fundamentos mismos de la cultura, además de determinar la marcha de las relaciones humanas en una escala cada vez más amplia a la vez que más confusa, la traducción ha sido abordada como tema de estudio desde los más diversos ángulos. Antes de que Georges Mounin y una plétora de estudiosos lo proyectara en pleno estructuralismo lingüístico, el *leit motiv* que gobierna ahora su planteamiento

lo ponía en circulación melódica Ortega en su famoso artículo «Esplendor y miseria de la traducción».

Parecida disyuntiva inspiraba a Dominique Aury al presentar hace unos años el libro de Mounin, *Los problemas teóricos de la traducción*. Pero el tema es abordado por Aury, con menos nobleza que en el inolvidable estudio de Ortega. Dominique Aury encuentra motivo de satisfacción y orgullo en el hecho de que el estructuralismo lingüístico haya cedido carta de nobleza a la Traducción, simplemente por convertirla en tema de estudio al hacer recobrar actualidad el viejo tema de los «campos semánticos» ya señalado por el propio patriarca Humboldt. Otro era, en cambio, el enfoque que fuera del ambiente estructuralista Ortega ofrecía al tema. Carta de nobleza adquiriría sí, de verdad, entonces la traducción. Por su miseria, por ser la traducción en sí acción ilusoria, utópica del hombre. Y, por su esplendor, por proyectar el filósofo la Traducción en los dominios de la filosofía y la lingüística. Por ir, en otras palabras, tras las estructuras de la traducción, tras sus esencias lingüísticas. Además de muchas cosas *ante litteram*, resulta que Ortega ha sido también estructuralista *ante litteram*. Quien tenga dudas a propósito de ello, lea cosas como éstas: «El asunto de la traducción, a poco que lo persigamos, nos lleva hasta los arcanos más recónditos del maravilloso fenómeno que es el habla.» Cosa que el filósofo hacía, por otra parte, con plena conciencia de lo que hacía. No era menester que Saussure se pusiese de moda, o que de Jakobson se alimentara no solamente la lingüística, sino también otras disciplinas, para que Ortega se percatara de la importancia de los estudios de lingüística comparada de Humboldt y de la «forma interna», de cada estilo lingüístico, que convierte el mismo proceso de la traducción en pura Utopía.

El tema interesa bajo muchos aspectos y en muchos aspectos los estudiosos que, desde Vogt hasta Mounin y los estructuralistas que después se han consagrado a insertar la traducción en los dominios sólidos de la lingüística, han logrado aclarar sus arcanos más recónditos» que a él se refieren. Pero ningún tema relacionado con la lingüística interesa tan ampliamente el problema de la comunicación humana en general, como éste de la Traducción. En el universo de la comunicación de nuestro tiempo, tan propenso a ser definido como auténtica «Torre de Babel semántica», la Traducción es una auténtica piedra de toque. Un proceso compuesto de trampas y dificultades; trampas y dificultades de estructuras lingüísticas, de culturas, de léxico, de mentalidades diferentes. Todo ello destinado a hacer de la Traducción una auténtica operación «desesperada». Atenuada y reducida acaso a sus términos reales por la medida del enfoque estructuralista del problema. Así lo afirma Mounin: «La lingüística contemporánea acaba por definir la traducción como una operación relativa en su éxito, variable en sus niveles de la comunicación que ella al-

canza.» Ni esplendor, ni miseria. Sino simple instrumento de comunicación, siempre dispuesto a reanudar su tarea, como el mar de Valéry.

Los instrumentos de comunicación condicionan profundamente el lenguaje y el sentido mismo de la Información. Pero no se trata de un simple condicionamiento determinado por la estructura de los *mass media*. Sino de algo mucho más profundo, como acaba de verse en el análisis de la filosofía de la traducción dentro de la filosofía del lenguaje. Algo que se proyecta en su auténtica realidad, si el tema de la Verdad trasluce hoy en día en el más de moda, entre todos los temas de la especulación intelectual. El tema de la Interpretación. Todo o casi todo conduce a él. Inexorablemente hacia él conducirá, en términos inequívocos, también el tema de la Información. Antes de ver algunas manifestaciones suyas específicas, una teoría de la Información conviene configurarla tras el amplio despliegue de este tema, enormemente de moda, de la Interpretación.

VERDAD E INTERPRETACIÓN

Las supersticiones intelectuales de nuestro tiempo se multiplican en una escala muy superior a las supersticiones que nacen aun fuera del amparo de la ciencia, del progreso y del dominio de la razón. Son precisamente las supersticiones que la misma razón implica las que nos denuncia en su admirable último libro el filósofo italiano, catedrático de la Universidad de Turín, Luigi Pareyson.

El libro lleva un título enormemente sugestivo: *Verdad e Interpretación*. En pleno auge del estructuralismo, su problemática sigue difíciles senderos de investigación y persigue conclusiones largamente meditadas en medio de una enorme dispersión intelectual donde ideología y dominio de la *praxis*, comunicación y *mass media*, desacralización científica y demitificación universalizada, monopolizan la mayor parte de los esfuerzos intelectuales. Al servicio de estos esfuerzos, que excluyen todo carácter de búsqueda ontológica y que pretenden tener a su servicio una amplia exigencia hermenéutica, Pareyson opone categóricamente el resultado de una dilatada meditación personal. Y este resultado persigue precisamente conjuntar una originaria dimensión «ontológica» que coincide con una auténtica búsqueda de la verdad, con una dimensión interpretativa. Todo ello, desde una atalaya rigurosamente trazada, donde se percibe toda la ambigüedad de una filosofía del sentido común. Todo, en conjunto, dominado por un espíritu vigilante, alerta, contra la marea instrumentalizada del pensamiento contemporáneo. Resultado éste de una apretada y orgánica meditación que corresponde, por otra parte, a un claro propó-

sito de Pareyson cuando denuncia precisamente la «superstición de la Razón» manifiesta en los fanatismos políticos y religiosos, en la instrumentalización ideológica del pensamiento, en el relativismo y el nihilismo invadentes, que reducen la meditación filosófica a puros pragmatismos, empirismos o tecnicismos de todo género.

Pensamiento expresivo y pensamiento revelador, verdad e historia, verdad de ideología, necesidad de la filosofía, constituyen los grandes temas de este libro, que sirven para iluminar una perspectiva preliminar de la Teoría de la Información. A través del proceso interpretativo se busca una verdad eterna e intemporal «que no se deja comprometer por la multiplicación de perspectivas» que ofrecen sus formulaciones históricas inevitables. La única manera de captar la verdad en su integralidad implica la idea reveladora de su inagotabilidad, de las posibilidades permanentes de encontrar apertura hacia ella. La «ontología de lo inagotable» centra en este sentido el pensamiento de Pareyson, que si brinda su lugar a la interpretación en el proceso de conocimiento, en cambio denuncia con firmeza el «culto racionalista» de todo cuanto es dialéctica de códigos, escritura, lecturas, silencios y mensajes.

La originalidad de la filosofía de Pareyson no consiste, con todo, en rechazar el mundo de la comunicación y la interpretación para proclamar el reino de la verdad. Sino en ofrecer una síntesis, en lo profundo, entre revelación y expresión histórica de la verdad y una interpretación ontológica y revelativa en el plano histórico y personal.

INFORMACIÓN, VERDAD, PUBLICIDAD

El aumento progresivo de los medios de información está destinado, según la expresión de Mac Lúhan, a convertir el Planeta en una inmensa aldea tribal donde se sabrá todo y se hablará de todo. Pero a esta aldea global es evidente que le está ocurriendo lo que ha ido ocurriendo durante milenios en las plazas de congregación de las comunidades tribales. Los mitos, las fábulas y los tabús, han ido encubriendo la verdad. En una palabra, han transfigurado o deformado a placer la Información.

En la cúspide del fenómeno de la Información, por el impacto que hace en las masas «alfabetizadas», por concentrar en un puesto de vanguardia todos los resortes en gran escala brindados por el universo de los *mass media*, por sus consecuencias sociales y psicológicas manifiestas, en la mentalidad de las más tiernas generaciones, se halla, sin duda, la Publicidad. En su libro *El poder de informar*, Jean Louis Servan-Schreiber le concede precisamente este papel culminante, último en la esfera de la información de masas. El aná-

lisis abarca la totalidad de la sociedad industrial avanzando, pero lo más sugestivo en la materia nos lo ofrece, una vez más, la sociedad norteamericana, donde el estadio post-industrial hace que muchas cosas estén consumadas y en algunas se esté ya «de vuelta». El carácter de libre competencia en los medios de Información y de Publicidad, que a veces pone en serio peligro el sistema político mismo, como se ha visto últimamente en los Estados Unidos, hace que el mundo de la publicidad se plantee en gran escala el problema esencial de la verdad en la Información al servicio de la sociedad de consumo. Para nuestra idea del mundo, aferrada aún a una mentalidad primitiva en la materia, resulta incomprensible que las redes de televisión americanas ofrezcan ya un amplio despliegue a la contrapublicidad, a lo que, entre nosotros, de acuerdo con viejos moldes del Derecho mercantil se llama «competencia desleal», a la denuncia de los defectos de productos anunciados por los adversarios. Servan-Schreiber, hermano del famoso autor del *Desafío americano*, nos ofrece en esta materia un muestrario de datos que nos inducen a concluir que algo pasa en el libre juego entre la Información, la Verdad, la Publicidad, la persuasión clandestina y la receptividad por el camino de los medios de comunicación de masa. «Las paradojas de la publicidad» entran en un universo complicado, lejos de la visión de Blaise Cendrars que veía en ella, en la publicidad, «la más bella expresión de nuestra época», signo de optimismo, alegría, impulso vital.

Expresión del mundo capitalista en su fase más avanzada, encuentro, por tanto, culminante de la Información, el dinero y el ciudadano moderno, la Publicidad está, sin embargo, destinada a alcanzar la más radical anarquía. Sus excesos han provocado una profunda sed de Verdad, pero esta misma sed de Verdad conduce una sociedad gigantesca al borde de la anarquía. Cuando a la General Motors se la denuncia en la TV por falsear en sus anuncios la bondad de sus productos y al Presidente de la Nación más fuerte del Universo la Prensa le condena, le hace llorar ante cientos de millones de espectadores y le zarandea a placer, en nombre de la Verdad, las «paradojas» de la Información se nos antoja que abren perspectivas de peligrosa anarquía.

Todo ello prueba que el mal está en la situación. Justificando aquel llamamiento de un médico americano a los padres de familia: «Pasad más tiempo con vuestros hijos. Ellos prefieren estar con vosotros en vez de mirar la televisión. La vida está hecha para ser vivida, no sólo mirada.»

La publicidad masiva, fuente de anarquía, elemento deformante de la libertad, la verdad y la realidad, plantea, junto con el fenómeno de la superinformación, la dramática situación del hombre y la cultura en la sociedad de mañana. La situación es tal que no es extraño que en sus límites se hable de una invención nueva de la libertad. Todo ello en función de una Ética

pragmática de la Información que J. L. Servan-Schreiber centra en estos puntos: ejercer la libertad de expresión; alcanzar la igualdad de información; control ciudadano sobre los grandes medios informativos; difusión de la información por cables; posibilidad de alcanzar una democracia de la información; combinación de programas TV públicos y privados; función del *Ombudsman* (Hombre bueno) de prensa-TV. En una palabra, se trata de racionalizar la libertad y la objetividad dentro del gigantismo y la anarquía de la Información. Más que suprimir *mass media*, restaurar constantemente el principio de la Libertad y la Verdad.

UNA INSTITUCIÓN EJEMPLAR

Tan complicada es la organización social contemporánea como cargada de paradojas. Fruto de sus complicaciones y paradojas son, a veces, las situaciones que requieren retornos a realidades primordiales e incluso a instituciones de sabor y eficacia humana primordiales. No es de extrañar que los juristas busquen, dentro del más ortodoxo estructuralismo, en las «estructuras primarias del parentesco», salidas imperiosas ante las aporías creadas por un excesivo normativismo jurídico y la sociología más avanzada se torne permeable a los mismos métodos.

El gigantismo del universo de la Información ofrece algunos elementos ejemplares en este proceso reversible impuesto por la necesidad de soluciones extremas a situaciones extremas. Uno de estos elementos lo constituye la interesante y sugestiva institución del *Ombudsman*. La estructura y las exigencias éticas de la Información desbordada, incontrolada debido a su propio gigantismo, han hecho que en las sociedades superdesarrolladas en esta materia esta figura llegue a ser algo así como un ejemplar arquetípico de soluciones en el espíritu de una moral ciudadana elemental. Hacía tiempo que el Estado de Derecho se había olvidado de la función del hombre bueno en la solución de los conflictos de intereses humanos. Algo así viene a ser el *Ombudsmann*, término lanzado, junto con la institución correspondiente, hace pocos años, en Suecia. Su perfil permanece aún oscuro, aunque de cuando en cuando sobrevienen ecos de su presencia, aun tímida e imprecisa, en el ámbito del *Leviathan* contemporáneo, monstruo de mil cabezas absorbente y celoso de sus prerrogativas, a lo largo y a lo ancho de nuestro Planeta. Este fue el caso el pasado año del nombramiento de Antoine Pinay como portavoz de los ciudadanos franceses ante el inmenso pulpo del gigantismo burocrático.

A la función de *Ombudsman* dedica unas páginas Jean Louis Servan-Schreiber en el ya citado libro *El poder de informar*. Se trata de un elemento des-

tinado a facilitar la reinvencción de la libertad en un mundo en que las libertades se fosilizan. A él se le encomienda la vigilancia de una ética informativa en defensa de la verdad, la objetividad y la libertad de la información y la comunicación de masas. El *Ombudsman* de la prensa fue creado antes que su homónimo «de los consumidores» que incide, en cierto modo, en el desbordante fenómeno de la publicidad. Lennard Groll, en Suecia, es «el intermediario directo entre el público y las autoridades» o, más concretamente, entre el público y la prensa. Parece que desde otoño 1969 ha tratado un asunto diario y su discreta función parece también que se ha desarrollado con cierta eficacia. Parecidas funciones se les han encomendado al Consejo de Prensa británico y al *Ombudsman* privado del «Washington Post». Todos ellos quieren ser vigilantes de la objetividad de la Información. Los hombres que los encarnan son lord Devlin, en Inglaterra, y Richard Hardwood, en U. S. A.

El fenómeno de la comunicación encuentra en ello una realidad más ejemplar que eficiente ante el poder del *Leviathan*. Es de gran actualidad esta vuelta a la función ciudadana de los «hombres buenos», colocados entre la anarquía y el poder del monstruo frío y cruel que denunciara antaño Nietzsche.

Dentro de una teoría de la Información, elementos concretos de tipo negativo, como es el vasto fenómeno de la persuasión clandestina, o positivo y esperanzador, como esta institución, destinada a humanizar este Universo cada vez más abstracto e incommunicativo, constituyen el ámbito integrador de un proceso que se está gestando y difundiendo a escala planetaria, condicionando cada vez más la existencia social y personal del hombre. Es natural que en este sentido una teoría de la Información participe, en sus más variados aspectos, de una filosofía de la Ambigüedad, tan característica de la situación mental y objetiva en que nos encontramos las generaciones actuales.

JORGE USCATESCU

R É S U M É

L'univers de l'Information constitue une réalité, extrêmement compliquée, à cause de son caractère diffus, de son gigantisme et des ambiguïtés essentielles qui la définissent. Une captation de son essence, une pénétration ontologique de cette réalité constitue donc une complexe opération mentale. Opération qui ne peut être abordée avec une chance de succès si l'on ne tient pas compte de quelques éléments préliminaires qui d'une part conditionne

cette réalité et d'autre part sont le fruit de la dynamique intérieure de ses significations et de ses manifestations.

En premier lieu il convient d'établir de façon inéquivoque que la culture même est aujourd'hui et le sera de plus en plus dans le futur, à un niveau jamais atteint à aucun moment de l'histoire, un produit et en même temps un fait de l'Information. La culture de masses est animée de plus en plus par la tendance à confondre le fait culturel en soi avec l'extension et les possibilités internes de l'univers de l'Information. Mais en même temps, le fait de l'Information suppose quelque chose de plus et quelque chose de moins que le fait de la culture. Dans la mesure où l'Information se convertira en activité prioritaire de l'homme, elle devra s'emparer d'une plus grande partie des autres activités humaines qui ne seront pas ni des activités culturelles ni des activités de loisir proprement dites. Dans ces conditions, l'Information assimilera le destin de l'homme à une situation primordiale, dans laquelle dominera la figure, significative du point de vue mythique, d'un "deus diosus", un home-démurge différent dans ses caractéristiques de l'«homo faber» ou de l'«homo ludens» de l'anthropologie traditionnelle. La figure singulière d'un «deus otiosus» inédit surgira de l'univers de l'Information, univers de l'«activité» dominante; figure de l'homme de la fin du XX^{ème} siècle, prévu pour vivre dans une société complètement urbanisée, automatisée, «imaginative» par excellence. La civilisation correspondante à cet univers ne se caractérisera pas, loin de là, par la disparition de la lettre imprimée et une prédominance de la «culture en images», considérée ces dernières années dans sa configuration originaire et tribale. La superabondance d'information, soumise à la sélectivité de l'homme ou à celle de ses organes sociaux spécialisés, affecterait à part égale l'alphabet et l'image, dont l'usage connaîtra un développement impressionnant.

Mais pour définir l'essence de l'Information, capter ses aspects, il convient de faire autre chose que déterminer son énorme gigantisme. En effet, le monde de l'Information s'insère dans l'amplitude d'une situation ambiguë qui affecte le monde de la culture en général et le destin de l'homme. Dans le cadre d'une théorie de l'ambiguïté on peut mieux définir le caractère de l'Information et de la Communication, ses interférences avec les idéologies, la déformation de la Vérité et de l'Objectivité. En effet, aucune activité humaine se trouve mieux intégrée dans une philosophie de l'ambiguïté que l'Information. Par la confusion sémantique et le caractère déformant de ses significations, par ses liens avec les paradoxes de la conscience, par les conditionnements qu'elle produit dans la communication humaine, l'Information détermine en bonne partie le caractère ambigu, critique, instrumentalisé, idéologique de la culture. L'ontologie de l'Information peut seulement être captée

dans cette perspective. Elle participe de la négativité du langage, du jeu permanent entre la vérité et la déformation, entre les mots et le silence, dans le sein des graves problèmes qui affectent le langage dans la culture mosaïque qui est en réalité la culture de masses. Tâche d'autre part compliquée et difficile est celle d'établir les connexions entre l'Information et les critères ontologiques de la vérité de la culture dans le cadre de la réalité océanique des instruments et des messages. Entre les éléments qui font partie de l'ontologie de l'Information se détachent surtout les problèmes de la traduction et de la persuasion croissante à travers le phénomène de la publicité. Tout ceci étant dominé par les conditionnements idéologiques et par le gigantisme et la superabondance de l'information et de la communication humaine qui conduisent à une véritable «Tour de Babel sémantique».

Dans le cadre d'une théorie de l'Information, des éléments concrets de type négatif, comme l'est le vaste phénomène de la persuasion clandestine, ou positif et plein d'espoir, comme le sont certaines institutions destinées à humaniser cet univers chaque fois plus abstrait et incommunicatif, constituent les limites d'intégration d'un processus qui est en train de se créer et de se propager à échelle planétaire, conditionnant ainsi de plus en plus l'existence sociale et personnelle de l'homme.

S U M M A R Y

The world of Information constitutes an extremely complicated kind of reality on account of its diffuseness, colossal dimensions and inherent ambiguities. An understanding of its essence, an ontological grasp of this reality, therefore entails an equally complicated mental operation. An operation that could not be undertaken with any chance of success without bearing in mind certain preliminary aspects which both condition the reality and themselves derive from the interior dynamics of its meanings and manifestations.

One should establish at the outset that culture itself is today, and will be increasingly, a product and at the same time a fact of Information—to a degree previously unknown—. Mass culture is every day more inclined to confuse culture itself with the extension and internal possibilities of the world of Information. But the fact of Information is at once something more and something less than the fact of Culture. As Information becomes little by little man's first concern, it will be obliged to take over more and more human activities, which will turn out to be neither cultural activities nor leisure activities in the proper sense of these words. Under such conditions, Information will place man in a primordial situation dominated by the figure, significant from a mythical point of view, of a "deus diosus", a demiurge

man different in his characteristics from the "homo faber" or the "homo ludus" of traditional anthropology. In the singular shape of a new "deus otiosus", the man of the close of the twentieth century will stand out above the world of Information, the world of the dominant "activity", destined to live in a completely urbanized and automatized society that will be "imaginative" par excellence. The civilization of this world will in no way be characterized by the disappearance of the printed word or the predominance of a "visual culture", understood nowadays to be something primitive and tribal. The superabundance of information, subject to man's selection or to that of his specialist services, will also affect the alphabet and visual representation, which will be used on an ever vaster scale.

But to define the essence of Information and outline its true features it is not enough to speak merely of its gigantic proportions. The world of Information must be seen in the context of an ambiguous situation which affects the world of culture in general and the future of man. It is in terms of the theory of ambiguity that one can best define the nature of Information and Communication, its interference in Ideologies, its deformation of Truth and Objectivity. Nothing or, rather, no human activity finds its place more appropriately in a philosophy of ambiguity than Information. The semantic confusion and distortion of its utterance, its association with contradictions of conscience, and the conditioned attitudes which it produces in human communication make Information to a great extent responsible for the ambiguous, critical, instrumentalized and ideological nature of culture. It is only along these lines that the real face of Information is revealed. At its door one may set that negativity of language —the constant interplay between truth and distortion, between words and silence— which is one of the serious problems affecting language in a mosaic culture that is really a mass culture. To establish connexions between Information and culture in a true sense in the face of an oceanic reality of media and messages is a hard and complex task. The problems posed by translation and the growing persuasive power of publicity occupy important places in this world of Information. The whole picture is dominated by ideological conditioning processes and by the vast scale and sheer excess of information and communication, all of which is building "a semantic Tower of Babel".

In Information theory, specific negative elements like widespread clandestine persuasion and positive and hopeful ones like certain institutes whose mission it is to humanize this every day more abstract and incommunicative world combine to embody a process that is growing and expanding to involve the entire planet and exerting ever more influence on the community and individual life of man.