

## AISLAMIENTO POR COMUNICACIÓN

La afirmación de que el medio de comunicación aísla no es válida solo en el campo espiritual. No solo el lenguaje mentiroso del locutor de la radio se fija en el cerebro como imagen de la lengua e impide a los hombres hablar entre sí; no solo el anuncio de Pepsi-Cola sofoca el de la destrucción de continentes enteros; no solo el modelo espectral de los héroes cinematográficos aparece ante el abrazo de los adolescentes e incluso ante el adulterio. El progreso separa literalmente a los hombres. Los tabiques y subdivisiones en oficinas y bancos permitían al empleado charlar con el colega y hacerle partícipe de modestos secretos; las paredes de vidrio de las modernas oficinas, las salas enormes en las que innumerables empleados están juntos y son vigilados fácilmente por el público y por los jefes no consienten ya conversaciones o idilios privados. También en las oficinas el contribuyente está ahora protegido contra toda pérdida de tiempo por parte de los asalariados. Los trabajadores están aislados en el colectivo. Pero el medio de comunicación separa a los hombres también físicamente. El coche ha ocupado el lugar del tren. El auto privado reduce los conocimientos que se pueden hacer en un viaje al de los sospechosos autostopistas. Los hombres viajan, rigurosamente aislados los unos de los otros, sobre círculos de goma. En compensación, en cada automóvil familiar se habla solo de lo mismo que se discute en todos los demás: el diálogo en la célula familiar está regulado por los intereses prácticos. Y como cada familia con un determinado ingreso invierte lo mismo en alojamiento, cine, cigarrillos, tal como lo prescribe la estadística, así los temas se hallan tipificados de acuerdo con las distintas clases de automóviles. Cuando en los fines de semana o en los viajes se encuentran en los hoteles, cuyos menús y cuyas habitaciones son —dentro de un mismo nivel de precios— perfectamente idénticos, los visitantes descubren que, conforme ha crecido su aislamiento, han llegado a asemejarse cada vez más. La comunicación procede a igualar a los hombres mediante su aislamiento.