



ARMAND MATTELART • PATRICIO BIEDMA • SANTIAGO FUNES

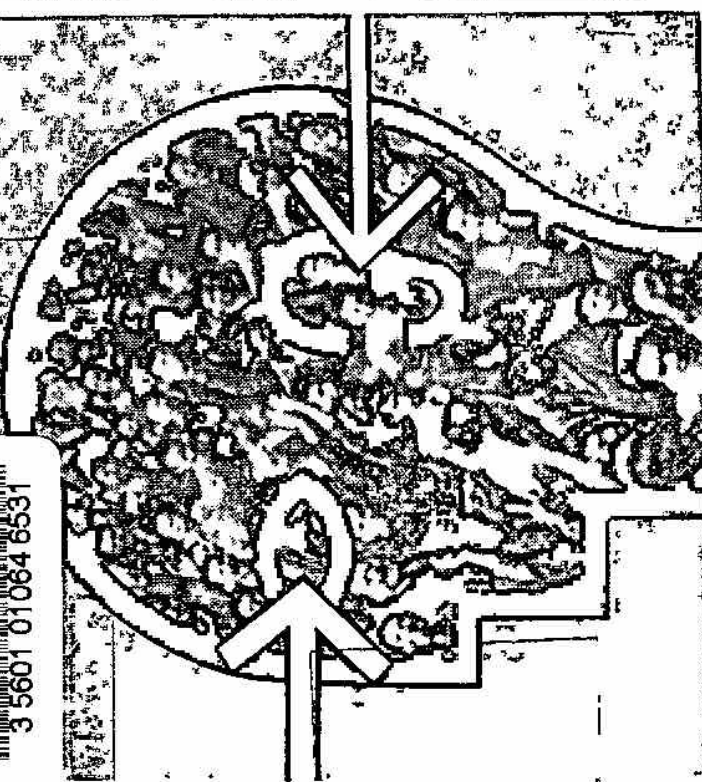
COMUNICACION MASIVA Y REVOLUCION SOCIALISTA

UNIVERSIDAD DE CHILE



3 5601 01064 6531

Los tres ensayos presentados en este libro obedecen —cada uno a su manera bajo distintos ángulos— a un mismo propósito: entregar un material de base para una reflexión de conjunto sobre el proceso de transformación de las formas de comunicación masiva y en general de las formas de cultura en el momento social chileno. Tres temáticas des, desdibujan y enlazan. En primer lugar, se trata de una interrogación acerca de las implicancias de la práctica comunicativa, instaurada por un sistema de relaciones sociales mercantiles. Vale decir una búsqueda de las ramificaciones de la concepción manipulativa que nos han impuesto la difusión, el culto al imperalismo, respecto de los medios de comunicación y de la cultura. La segunda línea de fuerza procura situar —en función de los intereses del propietario— el papel que le compete a la pequeña industria intelectual y técnica en esta labor de adaptación de los circuitos irradiantes de cultura. La última analiza los posibles modos de superación de las diferentes formas de concentración de las fuentes de conciencia social, o en otros palabras, plantea los requisitos de la democracia cultural sin desvincularla, por supuesto, de la problemática de las exigencias de la democracia socialista toda.



bar que los diarios en abierta rebelión en contra del moralismo burgués son en realidad los diarios más moralistas. Las soluciones que conllevó el tratamiento de las informaciones participaban de un marco de valores autoritarios y dicotómicos donde la fuerza y la virilidad de una juventud sana y robusta se ensalzaban en desmedro de la debilidad y de la falta de hombría de los drogadictos. Los comics norteamericanos traen el mismo enfoque y la misma solución represiva. Quizá sea el moralismo el mejor aliado que tiene la burguesía para encerrarnos definitivamente en su racionalidad de dominación y esterilizar la propuesta revolucionaria. Esta racionalidad es la que nos impide sustituir la noción estrecha de realidad estática, unilineal y repetitiva, cristalizada en productos acabados, por el concepto revolucionario de realidad en su movimiento, en su proyecto, en su modificación. Una realidad que activa la imaginación y la razón del receptor y lo encamina hacia la transformación de la sociedad concibiendo el mundo como un conjunto de procesos.

IV. LA DEVOLUCIÓN DEL HABLA AL PUEBLO

El objetivo fundamental, que cristaliza la inspiración de la política del nuevo medio de comunicación de masas, es de hacer del pueblo un protagonista del medio de comunicación de masas. Según la expresión de la revolución cultural china, se trata de devolver el habla al pueblo.

UN NUEVO PROTAGONISTA DE LA HISTORIA

Esto significa primero quitarle a la clase dominante la dinámica de la información y, en un sentido más global, de la cultura, como lo veremos más adelante. Hasta el presente, la clase dominante estatuye sobre la jerarquía de las prioridades; su criterio prevalece para establecer la importancia de las noticias y de los temas que deben circular como elementos de integración noticiosa entre los distintos estratos sociales, y para definir lo que en última instancia debe preocupar lo que se da en llamar la "opinión pública" nacional (para qué decir la internacional). La prepotencia de este criterio particularista se verifica no solamente en los órganos de información que relevan directamente de su poder, sino que irradia como norma vertebradora en la mayoría de los mensajes emitidos por los medios que pretenden difundir una contra-ideología. Estos últimos, en efecto, son de alguna forma víctimas de un vicio de génesis, ya que nacieron en un contexto de referencias estructuradas según las líneas determinantes de la ideología burguesa de dominación. Este criterio de selección que privilegia la clase dominante es directamente funcional a su situación, sus aspiraciones, su concepción del mundo, y servidor de sus preocupaciones e intereses mayores. La burguesía es

quien produce y usufructúa las noticias.

En algún tipo de órganos de información, periodísticos o radiales de preferencia, vinculados con la problemática de la Unidad Popular, las noticias enfatizadas por los títulos a toda tinta no fueron precisamente inspiradas por los títulos objetivo de movilización de la audiencia. En primer lugar, el mero anunciar y examinar las medidas de gobierno no basta para diferenciar un periodismo de derecha de un periodismo de izquierda y genera la ambigüedad siguiente, al hacer creer que el único actor de la revolución es la entidad gubernamental. (Además este hecho es significativo de una concepción bien particular muy burguesa de lo político, sobre la cual hemos de volver). En segundo lugar, los ataques a la derecha, al ser formulados en términos psicologistas si bien son útiles en un momento determinado de la lucha de clases, no traspasan los hábitos argumentales tradicionales de la democracia formal, recurridos en el momento mismo en que se profieren. En ambos casos, el enemigo de clase permanece como el animador del juego discursivo, incluso sin estar presente. En tercer lugar, se comprueba una tendencia a hacer avanzar la retórica de la revolución más allá de los hechos, y a caer en la verborrea que condenaba Lenin. A propósito de la homologación demasiado apresurada de la palabra "comuna" y "comunista" escribía: "La palabra 'comuna' está siendo utilizada entre nosotros demasiado fácilmente. Toda empresa montada por los comunistas o con su concurso es corriente e inmediatamente proclamada 'comuna'; se olvida muchas veces que este *título de honor* hay que conquistarlo por un trabajo largo y encarnizado, por éxitos prácticos verificados en la construcción verdaderamente comunista... Sería muy útil eliminar la palabra 'comuna' del uso corriente, de prohibir al primer llegado apoderarse de esta palabra, en otros términos de no reconocer este título sino a las verdaderas comunas que han demostrado verdaderamente en la práctica (unánimemente confirmada por la población local) su capacidad, su aptitud para hacer marchar las cosas de manera comunista" (29).

(29) V. I. Lenin, "La grande initiative...", art. citado, pág. 105.

Asimismo en nuestro medio y en nuestra prensa, la palabra "socialista" tiende a convertirse en un comodín.

Por último, sin caer en la crítica pequeño-burguesa moralista a la crónica roja, convengamos que la amplitud que cobra tal crónica tiende a hacer del pueblo una fuente inagotable de crímenes y violaciones, sobre todo cuando el agrandamiento de este tipo de sucesos significa la subestimación de hechos más edificadores y más significativos de una vida nueva, también protagonizados por el pueblo.

¿Cómo devolverle el habla al pueblo? ¿Cómo invertir la dinámica que acabamos de esbozar? Es preciso vincular la noticia con las iniciativas populares que van generando en el proceso, jornadas de trabajo voluntario efectuadas por obreros, gestión popular de una industria de una nueva unidad agrícola, acercamientos concretos entre los distintos actores sociales del proceso de cambio... he ahí algunas expresiones que testimonian de la práctica social del pueblo y preanuncian la nueva sociedad.

Para no caer en un acercamiento de tipo profético y a fin de sacar provecho de las lecciones históricas, citaremos dos textos de Lenin que a la vez nos permiten —desde ese punto de vista— situar el papel de los órganos de información en un proceso de cambios estructurales. En *Pravda* del 20 de septiembre de 1918, Lenin escribía lo siguiente: "En nuestros periódicos se dedica demasiado espacio a la agitación política sobre viejos temas, al estrépito político. Se reserva un espacio mínimo a la edificación de la vida: a la reproducción de multitud de hechos que dan testimonio de ella... La prensa burguesa de los 'buenos tiempos viejos de la burguesía' no tocaba el 'sancta sanctorum': la situación interior de las fábricas y empresas privadas. Esta costumbre respondía a los intereses de la burguesía. Nosotros tenemos que desbarazarlos radicalmente de ella. Aun *no* lo hemos hecho. El tipo de nuestros periódicos *no* cambia todavía como debería en una sociedad que está pasando del capitalismo al socialismo... No sabemos valernos de los periódicos para sostener la lucha de clases, como lo hacía la burguesía... No hacemos una guerra seria, despiadada, verdaderamente revolucionaria contra los portadores concretos del mal. Hacemos poca educación

de masas con ejemplos y modelos vivos y concretos, tomados de todos los dominios de la vida y, sin embargo, ésta es la tarea principal de la prensa durante la transición del capitalismo al comunismo. Prestamos poca atención a la vida cotidiana de las fábricas, del campo, de los regimientos, donde lo nuevo crece en número, donde hace falta concentrar la mayor atención, desarrollar la publicidad, criticar a la luz del día, estigmatizar los defectos y llamar a asimilarse los buenos ejemplos. Menos estrépito político. Menos razonamientos intelectuales. Mantenerse más cerca de la vida. Prestar más atención a cómo la masa obrera y campesina construye de hecho lo nuevo en su diario esfuerzo. *Comprobar más hasta qué punto esto nuevo es de carácter comunista*" (30).

En julio de 1919 —cuando el poder del Estado proletario ya cumplía dieciocho meses— insistía: "He reproducido con el mayor detalle y plenitud las informaciones relativas a los 'sábados comunistas' porque nos encontramos, sin duda alguna, ante una de las manifestaciones más importantes de la edificación comunista, a la que nuestros periódicos no dedican la atención necesaria y que ninguno de nosotros ha apreciado suficientemente todavía. Menos estrépito político y mayor atención a los hechos más simples, pero vivos, de la edificación comunista, tomados de la vida y contrastados en la vida: tal es la consigna que debemos repetirnos sin descanso todos, nuestros escritores, agitadores, propagandistas, organizadores, etc... Fijáos en la burguesía. ¡Qué admirablemente sabe dar publicidad a lo que le conviene a ella! ¡Cómo exalta las empresas 'modelo' a juicio de los capitalistas! en los millo- nes de ejemplares de sus periódicos! ¡Cómo sabe hacer de las instituciones burguesas 'modelo' un motivo de orgullo nacional! Nuestra prensa no se cuida, o casi no se cuida, de describir los mejores comedores públicos o las mejores casas-cuna; de conseguir, insistiendo día tras día, la transformación de algunos de ellos en establecimientos

(30) V. I. Lenin, "Du caractère de nos journaux" en Œuvres, París. Mosú, T. 28 págs. 223-224 (V. I. Lenin, Lénine et la Presse, Ed. du Progrès, Mosú, pág. 299).

modelo... Una producción ejemplar, sábados comunistas ejemplares, un cuidado y una honradez ejemplares en la obtención y distribución de cada pud de grano, comedores públicos ejemplares, la limpieza ejemplar de una vivienda obrera, de un barrio determinado, todo esto tiene que ser, diez veces más que ahora, objeto de atención y preocupación, tanto por parte de nuestra prensa como por parte de cada organización obrera y campesina. Todo esto son brotes de comunismo, y el cuidarlo es una obligación primordial de todos nosotros..." (31).

Nos conformamos con abrir esta nueva posibilidad de planteamiento de la noticia y de su comentario, a sabidas de que lo que es medular detrás de este nuevo planteamiento, es el sitio que ocupa el pueblo en el centro de la noticia y de su comentario. Eso es susceptible de tener una ramificación formidable, en la medida que exige reescribir la historia del pasado y del presente a la luz de este concepto, cambiando el signo de la gesta burguesa. Hace falta la historia de los grupos dominados que remata en una victoria electoral y la iniciación de un proceso revolucionario.

EL PUEBLO GESTOR DE SUS MENSAJES

Las células de información

En un proceso revolucionario, el medio de comunicación de masas debe convertirse en un organizador, un agente de movilización y a la vez un agente de identificación de los grupos dominados. Ahora bien, esta movilización es un proceso acumulativo y no puede responder a consignas que reanudan con el esquema autoritario: el pueblo moviliza al pueblo. Los medios de comunicación —a condición de permitir esta identificación de los intereses de los grupos dominados que es previa a toda solidaridad, ni campesinismo, ni obrerismo— serían posibles eslabones de este fenómeno de movilización.

La definición del pueblo en tanto protagonista implica,

(31) V. I. Lenin, "La grande initiative..." art. cit., pág. 88, 101-103.

sobre todo, que las clases trabajadoras elaboren sus noticias y las discutan. Eso significa que pueda ser el emisor directo de sus propias noticias, de su comunicación. Para cumplir con esta necesidad y esta exigencia, hace evidentemente falta que tenga a su disposición y bajo su responsabilidad la emisión y confección de un órgano de comunicación, al nivel y en la órbita donde gravita su práctica social: diarios de fábrica, de barrio, de centros de madres... Precisamos, antes de seguir, que tales iniciativas requieran la creación de una infraestructura específica, relativamente sencilla y exigiendo nada más que los servicios de un monitor cuando se trata de un medio de manejo relativamente fácil, como la hoja mimeografiada impresa en un taller de barrio. (Desde este punto de vista, faltaría revisar críticamente el contenido y la forma de gestación de los diarios laborales, sindicales, etc., que desde que L. E. Recabarren sembrara al país de sus iniciativas, constituyen los precursores de la prensa obrera). Incluso se puede pensar en una formación técnica elemental y rápida y, sobre todo, en la entrega de un material que la misma comunidad puede ir adquiriendo. Siempre al nivel del manejo de la técnica, las formas de colaboración entre la base y el personal profesionalmente capacitado van adquiriendo complejidad. Así se puede pensar en la realización de películas y láminas sobre la práctica específica de un grupo de trabajadores, en la cual participan en forma concreta estos últimos asesorados por los camarógrafos y otros especialistas que les van entregando su habilidad específica. Este material elaborado con los trabajadores serviría de base para la concientización de otros grupos y críate por estos últimos sería susceptible volver a su fuente de emisión. Al retornar a su punto de partida, se cumpliría el movimiento de circulación dialéctica, entregando a los trabajadores emisores la posibilidad de aprovechar la crítica emitida por los otros grupos y convertirse así el material en una fuente de conciencia. Incluso es posible idear que dichas películas elaboradas con y por las clases trabajadoras lleguen a integrar los programas masivos de la televisión. Esta circulación debe pretender establecer puentes de solidaridad y verdadera comunicación entre

los diversos sectores de dominados, desde el campesinado hasta los mineros. El objetivo preciso que apuntamos aquí es relutar la perspectiva reformista en materia de concientización que consiste en promover iniciativas compartimentadas, campañas y estrategias sectoriales que se desarrollan en enclaves, degenerando en campesinismo, pescadismo... La lucha de clases requiere la ruptura de este esquema tradicional. Por ejemplo, no se puede seguir pretendiendo crear conciencia en las zonas de reforma agraria, a partir de la mera práctica agraria. Si tenemos que enfrentar la ofensiva ideológica de un enemigo de clase, tanto nacional como internacional, debemos vertebrar nuestra respuesta según dos ejes: primero el conocimiento de lo que es esta ofensiva ideológica, y segundo, el respaldo de la solidaridad de los grupos subalternos, creada frente a esta práctica de la ofensiva ideológica. El entregar al campesino un material polémico y consignas agraristas es significativo de una política de enclave que revela ser en definitiva una política de *impasse*. La lucha de clases no tiene clientela específica, la que acostumbra tener los distintos ministerios que se reparten el poder del Estado. Por supuesto, detrás de esta problemática subyace una muy fundamental, cual es la de redefinir el papel de las instituciones gubernativas en un proceso de cambio revolucionario. Si se quiere evitar un paralelismo entre dos iniciativas —la de la institución gubernamental y la de los grupos dominados— hace falta decidir quién en última instancia, debe ser el gestador de los mensajes, vale decir, quién en definitiva tiene el poder, el Estado o los grupos dominados, o el Estado de los grupos dominados. En vez de entregar una publicación concientizadora establecida por los técnicos de una institución agraria, por ejemplo, se trata de que el propio campesinado pueda confeccionar, él mismo, este material, integrando en su proyecto creativo toda la problemática concreta de los grupos dominados, es decir, realizando un encuentro con la comunidad de intereses de las clases trabajadoras.

Este planteamiento para precaverse del utopismo y del anarquismo liberalista requiere precisar una infraestructura. La identificación de los intereses de los grupos domi-

ados no llega a efectuarse sin un proceso de conocimiento. ¿Cuál es la escuela del trabajador? Básicamente sus organizaciones de clase. Cada sector, cada fábrica, cada fundo, constituirá el único lugar donde puede afinarse el análisis y la discusión de las noticias, y donde puede crearse células de información. Estas células de información no serían sino la extensión de los órganos de participación de las masas, más particularmente su forma de participar y pesar en el poder ideológico. Su tarea de discusión de las noticias, en última instancia de análisis de la ofensiva ideológica de su enemigo de clase, tanto al nivel de su práctica específica como aquél de la práctica de los otros sectores, no se concibe sino como una extensión de su labor de formación de las masas. La información cotidiana entregada por la propia clase dominante —reflejo de su praxis— sirve de materia prima a la concientización de las masas (32). De hecho, dichas células son también los únicos centros —verdaderos embriones de control popular— de donde puede surgir una auténtica prensa popular. En efecto, además de su misión de discusión, deberían asumir la elaboración de informaciones tal como lo propusimos en el principio del acápite. Para que tanto las discusiones como dichas elaboraciones puedan llegar masivamente a otros grupos, sería importante retomar, adaptar la idea de Lenin acerca de los corresponsales obreros, cuya misión consistiría en servir de cauce a esta materia noticiosa nueva. Por último, es en estas células que recalarían las diversas iniciativas que apuntan a hacer de las masas organizadas el generador de sus mensajes (programas de TV, cine, etc...). Resulta imprescindible vincular esta propuesta con estas organizaciones de base que pueden diversificarse a lo largo de todo el país y de todos los sectores dominados. Su especificación es muy amplia, abar-

(32) Es desafiando la prensa burguesa que las clases trabajadoras conocen la estrategia del enemigo de clase. Como lo aconsejaba Lenin, recomendando a la Editorial del Estado y a los camoradas Preobrazhenski y Bujarin de escarbar semanalmente la información vertida en los periódicos burgueses: "todo lo valioso especialmente de los periódicos burgueses que son los que mejor denuncian a sus "rivales"")."

ca desde los sindicatos hasta los centros culturales, los comités de Unidad Popular... La información de la oportunidad de anclar en la realidad la formación ideológica y entrega a las clases trabajadoras los antidotos al poder de la clase dominante. Estos requisitos son la garantía de que en la lucha ideológica entablada en contra de la derecha, el único interlocutor deje de ser un gobierno que desmiente, y de que dicha ofensiva encuentre su verdadero interlocutor, el poder popular. El círculo de las discusiones debe dejar de estar circunscrito a un vaivén de argumentaciones que de hecho elude la emergencia del actor principal de la revolución. Bien puede el gobierno experimentar la necesidad de aportar un desmentido a las acusaciones del poder burgués, pero no es tanto para justificarlo frente a este último, sino para ser consecuente con la formación progresiva de un poder popular y la tarea de concientización de las masas.

Los talleres populares

En la fase de transición al socialismo, numerosos mensajes seguirán siendo elaborados por los trabajadores técnicos de los medios de comunicación de masas, inscritos la mayoría de las veces, en un ámbito pequeño-burgués, y eso incluso en lo referente a los medios controlados por las fuerzas revolucionarias. Nuestra propuesta de devolver al pueblo el control sobre los mensajes que recibe, permanece válida. Hay que evitar que el criterio de selección y apreciación escape al poder de la comunidad interesada. Un ejemplo de cómo se realizaban dichas operaciones de selección y apreciación en una empresa antes de ser controlada por el Estado nos revela la aberración aparente del antiguo sistema, aunque remita a una concepción sumamente lógica del orden imperialista, al cual devolvemos su verdadero sentido de anarquía: limpiamente envasados, llegaban cada semana a la dirección de la empresa, las láminas con el guión apropiado, destinadas a llenar el interior de los *comics* distribuidos por la casa editorial que los compraba a un trust internacional. Entre el momento

que llegaban por correo y el momento en que salían al público (seis revistas quincenales, con un promedio de 40.000 números vendidos, lo que representa un promedio de dos millones cuatrocientos mil lectores), solamente la podía apreciar llenando sus ratos de ocio la secretaria del director demasiado ocupado, que daba ella misma el pase al dictaminar: "No es fome, vale la pena". En realidad, no hacía sino insertarse en la lógica burguesa para la cual el comic no cumple sino una función de entretenimiento. ¡Qué hay que admirar más, la perfección de la máquina empresarial que puede permitirse una tal confiabilidad en cada uno de sus eslabones, o la paradójica desproporción numérica entre la secretaria-jefe y los 2.400.000 lectores!

Si bien en todos los casos el interesado no puede generar el mensaje que exprese las condiciones reales de su situación, e interprete su problemática de clase, es imprescindible quebrar el carácter envasado del mensaje, sea revista, sea película, programa de televisión, etc., que hace perder a este último la posibilidad de ser enjuiciado, de someterse a una eventual reformulación más adecuada, en última instancia de quedar abierto para servir mejor los objetivos que se propone. Se trata de poner en jaque la dimensión unilineal emisor-receptor, que no establece una relación, sino ficción y mercantil entre los dos polos. El material elaborado debe cumplir con el requisito de la circularidad, expresión genuina de un verdadero circuito de comunicación, según una acepción no mitificadora, es decir, que largado por su emisor a "las masas" debe retornar a su emisor, desalienado y enriquecido por los resultados de su paso por las masas. (En su experiencia de renovación de la expresión teatral después de la Revolución de Octubre, Meyerhold hablaba de la urgencia de una verdadera comunicación y utilizaba la palabra *fluído* para tipificarla. "La meta del teatro no es mostrar un producto artístico acabado, sino hacer cooperar al espectador a la creación del drama. El fluído debe ir no sólo de la escena al público, sino también a la inversa"). La infraestructura que posibilita esta vuelta al emisor y la consecuente probación del "alimento espiritual" por parte de los interesados, es muy similar a la que hemos esbozado ante-

riormente. Desde luego se moldea sobre las características del público particular; la muestra de la población que permite decidir de lo adecuado y feliz que es una historia para niños de corta edad, no va a ser la misma que la que interviene en el enjuiciamiento de un programa de televisión que requiere ser abonado. Lo que se trata de evitar es que esta nueva versión de la censura no esté monopolizada por grupos no idóneos para penetrar la complejidad y el carácter matizado del caso. Un visto bueno emanado de una fuente política, en el sentido burgués de la palabra, no vendría obligatoriamente al caso. Aceptar lo sin buscar más allá, equivaldría en muchas oportunidades a volver a un esquema autoritarista, donde el interesado es sustituido por un representante. La inadecuación de este esquema de relación se hace más patente cuando es susceptible de no satisfacer en lo más mínimo las condiciones recíprocas de representación. En el caso, por ejemplo, del adulto, puede ser el padre, a quien se pide orientar una revista infantil: la idoneidad ideológica de su juicio puede ser irreprochable pero, sin embargo, este ascensoamiento puede fallar al menospreciar rasgos esenciales de lo imaginario infantil. Lo importante es interrogarse a propósito de cada material específico sobre el grupo más adecuado para aportar una valiosa colaboración en la reformulación del mensaje. Si se puede avanzar algunas posiciones de base para fundamentar la formación y el trabajo de lo que se podría concebir como *talleres situados en poblaciones, barrios obreros, nuevas unidades agrícolas* ... (en relación con las organizaciones de masas), una anotación esencial consiste en subrayar la necesidad de quebrantar la vigencia de estereotipos que alejan cada día más la posibilidad de una verdadera revolución cultural. En este sentido, por ejemplo, y en el caso específico que estamos tratando, la discusión de una revista femenina no tiene por qué aterrizar de manera forzosa y fatal en un centro de madres. Es en la vigencia de imágenes acerca de la segregación de los sexos, por ejemplo, que la cultura burguesa deposita su confianza para que no se cumplan, sino a medias, las iniciativas revolucionarias.

La palabra "experimental" nos merece dudas para ca-

racterizar este tipo de proyecto, aun en su fase temprana. La envergadura de este plan, que no es otro sino el de la creación de estructuras comunitarias y, por ende, la construcción del socialismo, rebasa inevitablemente la línea burguesa del plan piloto que se conforma en la mayoría de los casos con crear islotes de privilegiados, cuando no de probar aspectos específicos de una técnica sofisticada. El resultado, con tal que se pueda prever, precisaría aproximarse a lo siguiente: el medio de comunicación tendería a cumplir la función de concientización y movilización perpetua de la audiencia. Para cumplir con estos efectos, no propagaría necesariamente lemas, sino que generaría y administraría una cultura que, en una meta quizás lejana, se caracterizaría por ser propiamente revolucionaria. Al volver reiteradamente a su base de discusión, evitaría el escollo de la petrificación del género y sería susceptible cobrar tanta agilidad y actualidad revolucionaria recobrada a diario o a semana, como los diarios murales de China. El lector puede argüir sobre la existencia de fórmulas de participación "equivalentes" en la misma prensa burguesa. La más común es, sin lugar a dudas, la sección de las cartas del lector. Para refutar sin lujo innecesario de detalles tal argumentación, digamos que este mecanismo de participación no rebasa las normas implícitas de la democracia representativa burguesa y que, en un contexto que cotiza tanto la democracia formal, esta apertura, que aparenta burlarse del código de dominación, además de poner raras veces el órgano-magazine en una instancia de enfrentamiento con una mayoría de cartas-protestas, viene a ser un elemento de glorificación de la revista por su amplitud de criterio y surte beneficios y dividas.

Esta última observación nos encarrila a contrarrestar cierto tipo de analogías. La situación presente nos obliga a dar un sentido radicalmente distinto a las mismas palabras que evidentemente se utilizaron en el pasado. Del mismo modo nos hace enfocar los procesos según una nueva racionalidad. Pero la asimilación de esta última ocasión desajustes. Un ejemplo nos permitirá precisar hasta qué punto un concepto nuevo puede ser desvirtuado por los re-

sabios de los hábitos y reflejos impresos por la racionalidad mercantil de la empresa de comunicación de masas burguesa. En una conversación con un guionista de una revista de aventuras, recientemente adquirida por el Estado y sometida a estudio y revisión del material que incluye, surgió una discusión sobre la forma de encarar la renovación de la revista. El guionista dio su aprobación a la proposición hecha de recurrir a la base popular juvenil como variable-control en la orientación de la revista en su nueva versión. Y de agregar: "Totalmente de acuerdo con esta decisión. Hay un departamento especial de promoción que hasta el momento ha funcionado de manera deficiente. Se trataría de activarlo". Volvía el guionista a la clásica encuesta de mercado de inspiración exclusivamente comercial y equivocaba por entero la inspiración de la nueva meta, fijando en el concepto "promoción" (implícitamente para él, de la venta), sus reflejos condicionados de trabajador de una empresa capitalista. Falta precisar, para precaverse de la acusación de la burguesía de que "los revolucionarios no buscan el rendimiento", reivindicar un nuevo concepto de eficiencia. No perseguimos la quiebra. No queremos empresas deficitarias. Anhelamos que a esta revista la adquiera el doble de lectores. Pero inscribimos este esfuerzo de "promoción" en la prosecución de una tarea de dignificación del comprador y de acceso a su propia identificación. El adquirir conciencia no significa lastearse (es tan cierto que el burgués puede reirse de sí mismo con la condición de no conocerse). La burguesía ha creído monopolizar la risa. Alcanzó a hacerlo en el ámbito de lo frívolo. Pero el circo se marginó, con la bohemia.

Se trata de transformar un artículo de goce y de ocio en objeto de instrucción. Ahora bien, la delectación artística, el goce, el placer y la instrucción han de caminar al mismo compás. "Es demasiado poco, escribía B. Brecht, pedir al teatro únicamente conocimiento, imágenes instructivas de la realidad. Nuestro teatro debe suscitar *las ganas* de conocer y organizar el goce que se experimenta al transformar la realidad. Nuestros espectadores deben no sólo aprender cómo se libera a Prometeo encadenado, sino tam-

hién adiestrarse en el goce que uno siente al liberarlo. Todos los deseos y todos los goces de los inventores, descubridores y los sentimientos de triunfo de los liberadores deben enseñarse a través de nuestro teatro" (33).

EL FIN DE LOS REPRESENTANTES FICTICIOS

Un periodismo revolucionario

En la democracia representativa el mecanismo del representante está a tal punto anclado, que en el último eslabón, frente a sí mismo, uno está finalmente representado por otro que uno mismo: es la alienación. ("Je est un autre", clamaba Rimbaud). Uno siempre ve la realidad y la interpreta por otro. El primero es el emisor; el segundo es el receptor. El planteamiento recién delineado de la generación de un nuevo medio de comunicación exige volver sobre la necesidad de redefinir el papel del profesional o del trabajador de la noticia, y en un sentido más general, el *status* del productor y transmisor del saber. En la sociedad burguesa, el periodista, aun de izquierda, excepto en un diario de partido, no puede alcanzar a cumplir con su misión de trabajador de lo que debería ser un servicio público. Está aislado en una empresa, a lo más en una cooperativa. Las únicas iniciativas que puede tomar desembocan siempre en isloles de "reforma". Aislado estructuralmente, de hecho representa por naturaleza profesional, el que tiene acceso, a veces muy coaccionado, a la noticia, y la interpreta. Son "los detentores del sentido". Ahora bien, en una sociedad revolucionaria y en un proceso de adquisición, por parte del pueblo, del derecho a producir y a usufructuar sus noticias, si bien no desaparece el periodista, debe desaparecer el *periodismo representativo*, tal como lo concibe la burguesía. De hecho, el periodista, incluso de izquierda, adentro de la sociedad burguesa, actúa en un periodismo representativo, sin que este concepto de representante haya sido homologado por el que le compete al periodista representar. Jus-

(33) E. Brecht, *Petit Organon pour le Theatre*, L'Arche, París.

amente es esta situación que, cortándolo de raíces legítimas con el pueblo, ha hecho que el periodismo protestatario contra la sociedad burguesa, salvo la prensa de partido, se convirtiera la mayoría de las veces en periodismo populista. Son las condiciones estructurales mismas que impiden la creación de una prensa verdaderamente popular en una sociedad burguesa. En la nueva perspectiva —y con ritmos muy distintos—, se trata de que el periodista reciba su mandato del poder popular y no merced a una delegación formal, sino que integrando todas las líneas que permiten que a través de él el pueblo no esté defraudado en su expresión. Adquiere la calidad de monitor del sentido. La dificultad mayor del asunto reside en la necesidad de establecer una osmosis entre este nuevo periodismo y la idea del poder popular. Esta nueva forma de periodismo remite a una formación ideológica para evitar que el hecho de recurrir a las bases se convierta en un mero ejercicio formal de seleccionar y de presentar las noticias. Los periodistas tienen la responsabilidad de crear junto al pueblo una prensa revolucionaria. Volveremos sobre este punto.

Formatos connotados

La noción de representante es también difusa en muchas de las formas tradicionales a que recurren los medios de comunicación de masas para presentar el mensaje a su público. Inerva el formato y consecuentemente el contenido de ciertos programas radiales o televisivos, por ejemplo. En realidad se efectúa una trasposición de los mecanismos de la democracia formal. El formato del foro, por ejemplo, permite reunir con el objetivo de debatir democráticamente los acontecimientos o ciertos temas de fondo, a algunas personalidades, que suelen adquirir una especialidad en la materia foro, además de contar con un título específico que les habilita a actuar como representantes del mundo político y científico y afines. Por su condición o por su saber tienden a monopolizar y calificar los hechos y les confieren su propia imagen y apreciación de clase, inhabilitando al público para que tenga una vi-

sión que escape a los marcos interpretativos estrechos de las pseudo-discusiones de la democracia formal. Incluso buscan modos de democratización formales, al tratar una gama muy variada de temas desde el fútbol hasta la política, sin cuestionar jamás el formato mismo del programa y el pedigríe de los que componen el panel. Y eso valen, sobre todo, para los programas permanentes que pretenden orientar la reflexión sobre los acontecimientos semanales. Raras veces hace irrupción la temática del pueblo, tampoco se asoman sus protagonistas, y estos foros, hasta en su dimensión estilística, reproducen los salones burgueses, donde en la ligereza y el consenso siempre recuperado, se esfuma la realidad concreta de un país donde los enemigos del poder popular arman una lucha encarnizada. El apelativo mismo que se usa para designar a la persona que preside los debates: el *moderador* indica hasta qué punto las justas se desenvuelven bajo el signo neutralizador del equilibrio ficticio. Una versión más acorde con la propuesta revolucionaria de suscitar la interrogación crítica, de problematizar a través de debates, acudiría más bien a un *dinamizador*. Además la prioridad nítida de los temas llamados políticos actúa como vivificante de la representación colectiva que ha creado la burguesía sobre lo que es y qué debe ser la política y su territorio reservado (24).

(24) "¿Cómo entender la política? —escribía Lenin—. El se toma esta palabra en su acepción antigua, se puede cometer un error de tamaño, un error grave. La política es la lucha entre las clases; la política, es el comportamiento del proletariado en la lucha por su liberación, en contra de la burguesía mundial. Pero en nuestra lucha hay que distinguir dos aspectos del problema: por una parte, la tarea de destruir la herencia del régimen burgués, de poner en jaque las tentativas reiteradas de la burguesía entera que quiere quebrar el poder de los Soviets. Hasta ahora, es dicha tarea la que más ha ocupado nuestra atención, y que nos ha impedido pasar a la segunda tarea, aquella de la edificación. En la concepción burguesa del mundo, la política era como despegada de la economía". (En su discurso de la Conferencia de Rusia de las direcciones de la educación política en las secciones de provincia y de distrito de la instrucción pública, 3 de noviembre 1920, en Oeuvres, op. cit., T. 31, pág. 378-388).

No habría que deducir de lo anterior una adhesión a la tendencia que se comprueba de parte de algunos realizadores bien intencionados y románticos, de volverse obsesiva e inmediatamente al pueblo, cámara al hombro, para lograr borrar la ausencia crónica de la imagen del pueblo en los programas y materiales legados por el antiguo régimen. Esta tendencia muy legítima, ya que trae a la liberación individual después de una coacción relativa, releva más bien del *espontaneísmo*. El cual es contraproducente en la medida en que la revolución es la revolución de *las masas organizadas* y que esto vale también como norma para la emisión de los mensajes. Según veremos en la última sección, ahí radica una de las áreas más críticas del cambio cultural. Lo que decía Che Guevara acerca de la necesidad de dar un nuevo impulso a la búsqueda artística en el proceso revolucionario es aquí perfectamente válido: "Cuando la Revolución tomó el poder, se produjo el éxodo de los domesticados totales; los demás, revolucionarios o no, vieron un camino nuevo. La investigación artística cobró nuevo impulso. Sin embargo, las rutas estaban más o menos trazadas y el sentido del concepto fuga se escondió tras la palabra libertad. En los propios revolucionarios se mantuvo muchas veces esta actitud, reflejo del idealismo burgués en la conciencia" (25).

El acceso vuelto posible de las clases trabajadoras a la gestación de los mensajes, plantea contemporáneamente para los técnicos la necesidad de revisar el modo que tienen de acercarse técnicamente a la generación de mensajes. Ciertas formas, ciertas técnicas deben ser privilegiadas para permitir la expresión de la práctica social de grupos de trabajadores. Para facilitar el acercamiento con el medio, es imprescindible sacrificar el refinamiento tecnocrático. En efecto, el aprendizaje de la ideología de la burguesía se realizó junto con el aprendizaje del oficio, de la habilidad específica. Desde luego, este último punto no abarca sino una vertiente del interrogante técnico. Se integra en una problemática cultural de mucho más enver-

(25) E. Che Guevara, Obras 1937-1967, Casa de las Américas, La Habana 1970, T. 2, pág. 372.

gadura. En efecto, el problema de la revolución cultural implica redefinir la relación de los grupos dominados frente a la técnica. En 1919, Lenin, al discutir la noción de libertad de prensa en la sociedad socialista, indicaba que tal libertad no podía existir mientras que los grupos de trabajadores no gozaran en un pie de igualdad del derecho de utilizar las imprentas y el papel que pertenece a la sociedad. Ahora bien, lo que se advierte en muchos textos de Lenin, es la necesidad de revisar las relaciones de los trabajadores, no sólo frente a los medios de producción material, sino también a los medios de producción ideológica. Mientras subsiste el privilegio de la técnica, especialmente en el ámbito de la generación de fuentes de concientización, y de lo que se podría llamar la cortina de la técnica que inhabilita al individuo o grupos enteros que no entraron en los arcanos del oficio, emitir y transmitir su práctica social sin recurrir al perito en la materia, subsistirá el margen para que entre de lleno la nueva forma de dominación burguesa, cual es la tecnocracia y cuyo instrumento más poderosamente desvinculado de la realidad concreta del pueblo, es la televisión. Valga como referencia positiva las experiencias del cine obrero del grupo Medvedkine, en Francia, que permite a los trabajadores, ellos mismos a expresar y "enfocar" su propia práctica social (36).

¿El determinismo tecnológico?

A la altura de este desarrollo, conviene referirse brevemente a la *variable tecnológica*, punto que nos parece de primera importancia en la medida en que se interroga sobre algunas de las implicancias de su llamado determinismo. Más de un técnico habrá quedado perplejo al leer nuestras alusiones a la necesidad de quebrar el muro de la técnica para desajenar al hombre. He ahí una apuesta que no se resolverá —como ninguna por lo demás—, tomando en cuenta los límites de la nacionalidad, pero que concierne al sistema socialista entero.

(36) Con este propósito consultese la revista Cine Cubano, N.ºs 63-65, La Habana.

Para permitir la nueva expresión masiva existe, por cierto, un conjunto de medios artesanales, tales como los afiches, los murales, etc. Pero al lado de ellos también existen los medios de alta tecnología que, tanto por su naturaleza misma como por la ideología prevaleciente en la mayoría de los que los han manejado hasta ahora, han prefigurado para el receptor un tipo de acercamiento al mensaje muy peculiar. Tomemos un ejemplo: los programas de televisión obedecen a reglas formales estrictas y cuando un televidente capta una ruptura con este código formal, pronto pasa a cambiar de emisión. Problema de alcance considerable, cuya incidencia en la realidad chilena se duplica en cuanto que la libre competencia entre canales bien puede tornar el experimento de gestación de mensajes por el pueblo en una pérdida de clientelas. En efecto, la contemplación del nuevo objetivo comunicacional implica muchas veces sacrificar ciertos aspectos formales en aras de alcanzar una mayor participación de las masas. Para lograr un acercamiento progresivo que sea irreprochable también desde el punto de vista formal, no sólo es necesario acumular tiempo, sino contar con una tecnología muy sofisticada que permita no invadir e inhibir las poblaciones marginales, por ejemplo, con un equipo demasiado contundente. Ahora bien, la cámara con sonido incorporado, por ejemplo, es de alto costo y de manejo que dista mucho de ser elemental. En nuestro sentido, esta observación no invalida la necesidad y exigencia de consolidar esta línea de trabajo, pero, eso sí, implica considerar la gama de otros medios para cumplir la meta central. Desgraciadamente, las pautas de investigación tecnológicas, incluso en los países socialistas, en materia de comunicación, no son precisamente orientadas hacia el descubrimiento de mejores instrumentos para hacer participar a la población en su comunicación. Más se avanza, más la tecnología trata de zanjear el proyecto revolucionario de liberación del hombre. Y muchas veces, a falta de una concepción total de la civilización y cultura socialistas, más de un dirigente socialista ha caído en la elección del modelo de consumo "occidental" como punto de comparación y en la adopción de técnicas de producción

norteamericanas. Ninguna opción tecnológica es inocente; conlleva en última instancia un proyecto de cultura y tal vez sea esta materia que nos preocupa, donde más hace falta la transparencia de las nuevas relaciones sociales. Empero, sería incurrir en un error de tamaño el pensar que sólo los aspectos formales deciden la elección del televidente. Los incentivos que contienen y envuelven dichas formas, intervienen con toda su potencia e incluso si la sociedad socialista llega a una perfección formal, no por ello sus productos culturales serán los más codiciados. Se trata de dos racionalidades que se abombarian y que responden a dos conceptos del ocio, del trabajo, etc. Bien pueden todos los programas de televisión conseguir la meta perfecta propugnada por Brecht al clamar la unión entre goce y aprendizaje del cambio, pero no es seguro que alcanzarán la mayor sintonía en un sistema que mantiene la competencia mercantil y donde el principio sensacionalista vertebra las expectativas del público. La reversión de la corriente justifica precisamente la revolución cultural toda.

EL CONTROL DE LOS MEDIOS

Sobra decir que paralelamente a esta devolución del habla al pueblo —y para que dicha política pueda corporizarse— es preciso afianzar el frente de lucha para arrebatar a la burguesía y al imperialismo el control de los medios de comunicación masivos. Si hemos insistido tanto sobre la necesidad de generar el poder ideológico de las masas, es porque creemos que este objetivo raras veces ha merecido la atención debida y que es la única alternativa para que el poder comunicativo deje de ser definitivamente un poder de manipulación de las masas. De ningún modo la consigna del control de los diversos medios, por sus trabajadores, puede constituirse en la meta exclusiva de la revolución en la comunicación masiva. Sentado esto, puntualizamos algunas reflexiones.

Si bien es cierto que la meta final es que el Estado de los obreros y de los campesinos controle los medios de producción ideológica y cultural, no lo es menos que una

estatificación drástica no puede darse en las condiciones precisas del momento actual chileno. Justamente, en virtud de éstas, el control sobre los medios está llamado a tomar varias formas que permitirán a los trabajadores fiscalizar efectivamente la actividad comunicativa. Valgan como ejemplos las luchas recientes de los trabajadores de los diarios "El Sur" de Concepción, "La Mañana" de Talca y de la ahora Editorial del Estado. Empero esta plasticidad relativa no puede hacer olvidar el objetivo final en que culminará el enfrentamiento victorioso con el enemigo de clase. Desde este punto de vista, importa señalar los peligros de ciertas soluciones y destacar las más apropiadas para encauzar el período transicional. En las primeras se halla la reivindicación cooperativista. La cooperativización, como toda división de la propiedad, niega el gran monopolio, pero generaliza el monopolio. Como lo dice Marx, acerca de la división del latifundio: "No abole el fundamento del monopolio, la propiedad privada. Se ataca la existencia del monopolio, pero no su esencia. De lo que resulta que ese víctima de las leyes de la propiedad" (37). La burguesía nunca ha ignorado que lo que en definitiva constituye el poder ideológico real, o sea la posibilidad de formar la conciencia social, es su institucionalidad, y ésta se traduce, en nuestro caso, en la entrega de una propiedad individual al trabajador de la empresa periodística. La cooperativización de los medios de comunicación bien podría seguir la misma línea de la cooperativización en la reforma agraria integracionista del régimen anterior que generó un estrato privilegiado y desolidarizado de su clase, reacio a efectuar el salto a la etapa de socialización de la propiedad. Razón por la cual nuestras preferencias se dirigen hacia un frente de lucha más amplio, cual es el del control y recogemos diversas líneas de trabajo emitidas en el curso de la primera asamblea nacional de periodistas de izquierda.

"Nos parece entonces que puede ser adecuado levantar el objetivo de transición del "control de los medios de comu-

(37) K. Marx, *Economía y Filosofía*, en *Oeuvres*, op. cit. La Pléiade, París, pág. 52.

niación de masas por parte de los trabajadores". Advertimos que este objetivo se concibe como válido siempre que cumpla un papel progresivo movilizador de todos los trabajadores de esos medios. Pero si en ellos existiese un apoyo mayoritario para la forma superior del control, que es la estatificación, y si la relación de fuerzas con la burguesía se revelara favorable, entonces el objetivo de transición adquirirá de inmediato su forma superior: la estatificación lisa y llana. Ahora bien, el control de los medios de comunicación de masas por parte de los trabajadores debe ser entendido como una creciente y progresiva fiscalización impuesta por esos trabajadores a los propietarios, que conservan transitoriamente su condición. La fiscalización aludida abarcará aspectos comunes a toda empresa, como la revisión, por parte de los trabajadores, de las finanzas y utilidades de la empresa, la determinación de sueldos y salarios, la contratación de personal, etc., y aspectos propios de las funciones periodísticas. Por ejemplo, en ciertas empresas se deberá luchar por la designación democrática, por los propios trabajadores, de los cargos periodísticos. También la lucha por la dirección colectiva de los medios de comunicación, con participación directa de periodistas y demás trabajadores permitirá desarrollar no sólo la conciencia política de estos trabajadores sino, además, dar los primeros pasos en la unidad de clases de los trabajadores manuales e intelectuales dentro de la empresa. Asimismo, la lucha del sindicato de los trabajadores de los medios de comunicación por obtener un espacio reservado y difundir su opinión en sus propios medios donde trabajan, debe ser apoyada también calurosamente en esta etapa. Esto no significa perder de vista que nuestra política no es que cada periodista escriba lo que quiera, lo cual también es una variante del concepto burgués de libertad de expresión, sino que los periodistas escriban, comenten y califiquen las noticias en función del interés de la clase-trabajadora⁽³⁸⁾.

Siempre en esta perspectiva, es fundamental encargar la necesidad de nacionalización del monopolio de producción

(38) Primera Asamblea Nacional de Periodistas de Izquierda. Documento presentado por el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (mimeografiado), pág. 4.

y de distribución del papel y revisar drásticamente el comercio importador de máquinas de imprenta, tintas, películas virgen, etc. Hasta ahora, dentro de la actividad económica el sector de medios de comunicación ha sido un ámbito privilegiado y, esto, en virtud de la definición principista de la comunicación como siendo un verdadero servicio público. El legislador ha creado un régimen de favor, acordando a las empresas periodísticas y editoriales un conjunto de franquicias tributarias y aduaneras que gravan a otros sectores de la economía. Estas empresas, pues, están exentas de impuestos a la renta, prestaciones, compraventas, cifra de negocios; tampoco pagan derechos aduaneros por la internación de maquinarias, repuestos, partes o piezas y elementos destinados exclusivamente a la impresión de periódicos y revistas y a la venta de servicios informativos. En la realidad monopolística mercantil, dicho régimen se reunió en afianzar la estructura de poder económico e ideológico de la clase dominante. Ahora se trata de abrir, a través de tales medidas, los cauces infraestructurales para una organización popular de la comunicación masiva. Por último destacamos la importancia capital de la creación de la *agencia informativa nacional*, acudiendo a servicios propios y a la red de agencias del campo socialista, única manera de escapar a la dependencia de las grandes agencias noticiosas imperialistas del tipo UPI, AP, ORBE, etc.

Por supuesto para completar esta breve referencia al control obrero y campesino sobre los medios, conviene agregar que paralelamente a la implantación de lo que llamamos *células de información y talleres populares*, deberán buscarse formas de participación más clásicas de las organizaciones de trabajadores en la orientación de los contenidos globales de los medios masivos (integración a comité editorial, comité de programación, etc.).

VI. LA REVOLUCION CULTURAL EN LA COMUNICACION

El conjunto de los desarrollos anteriores nos lleva a percibir que la estrategia de cambio de los medios de comunicación de masas no se inspira, sino en la necesidad que reclaman todos los dominios donde se debe efectuar el cambio, la de movilizar los grupos oprimidos en la creación del nuevo hombre y de la nueva sociedad, vale decir, determinar quién es en definitiva el actor del proceso revolucionario. Uno puede argüir que existen exigencias técnicas que fijan prioridades frente a la necesidad de vulnerar los medios de comunicación de masas en poder de la clase dominante. Pero parece indiscutible la necesidad de fijar una estrategia que corporice la idea del poder popular y lo haga participar expresándose en la lucha ideológica.

En segundo lugar, pudimos intuir que el medio de comunicación burgués se inscribe en un sistema cultural que descansa sobre una serie de antinomias que si se deja intocado lleva a la perpetuación de esta cultura de dominación. A través, por ejemplo, de la antinomia trabajo-ocio, el dominio del trabajo es impermeable a la esfera de los medios de comunicación de masas que pretenden llenar el ocio, eludiendo todas las referencias a la condición concreta del hombre cotidiano y escindiendo su personalidad y su realidad en una compartimentación alienante. Al buscar la nueva política de comunicación de masas la reconciliación del hombre consigo mismo no puede seguir gestando su mensaje a partir de un divorcio entre dos esferas de acción, divorcio que descansa el mismo sobre una concepción unidimensional, no concientizan-

te, no movilizadora del medio de comunicación. Significativo en definitiva del objetivo desorganizador y atomizador, tanto de la realidad individual como de la realidad social del medio de comunicación burgués. Lo que desemboca sobre la explicación del por qué el medio que lleva este cuño es epifenoménico: porque no inscribe al hombre en su historicidad cotidiana y concreta.

El medio de comunicación liberal en sí, es altamente representativo de la concepción que tiene la burguesía acerca de la cultura y de la clásica llamada política cultural. Dicha cultura constituye un conjunto de bienes y productos elaborados por el genio creativo que pasan a integrar el acervo de una determinada clase, incluso si su inspiración es subversiva del orden en que se inscribe. Esta cultura que se define como elitaria y se reserva al consumo de una determinada clientela, consiente ciertas aduleciones, cierta bastardización al cumplir con la exigencia de servir de núcleo para la elaboración de la cultura dicha "popular". Como lo recalamos en una circunstancia anterior, lo popular en la perspectiva burguesa es el calco de sus valores de clase, puestos en un gesto paternalista y con una propuesta mercantil, a disposición del pueblo. La calidad burguesa no está necesariamente inherente, al contrario, en el producto mismo que nace bajo el techo de la sociedad capitalista. Pero la burguesía monopoliza, al detentar la distribución mercantil como la distribución del significado de las obras que pasan a ser su patrimonio, tanto el acceso que a dichas obras puede tener el público, como el código-sésame de su valor artístico. Un ejemplo notable lo constituye la exposición patrocinada por la empresa Mercerial, titulada "De Cezanne a Miró", representativa de la cultura que llega en paracaídas, en forma envasada. Momentáneamente se realizaba frente a los cuadros de la exposición una integración de todos los sectores y se disolvía aparentemente la segregación frente a la obra de arte. Pero adentrándonos en las condiciones de la recepción del mensaje artístico, descubrimos que la única vía de desciframiento del enigma artístico que tenía la clase trabajadora en su conjunto la constituía la globalidad del sistema cultural burgués. Lo que criticamos: no

es, desde luego, el hecho de que se dé acceso a las clases trabajadoras a un conjunto de obras que integran los logros de la creatividad artística, sino primero la ausencia de un mecanismo de participación activa en el goce de estas obras, que patentiza, por lo demás, la concepción burguesa del contacto con la obra de arte que se caracteriza por el privilegio de la "revelación" o por el éxtasis, relegando toda tentativa analítica y, por ende, evaporando el sentido histórico de la obra. En segundo lugar, lo que impugnamos es el hecho de definir la cultura y la política cultural fuera de la órbita donde se gesta la vida cotidiana del individuo, hasta el término de sacralizarla. En lo que se refiere a la cultura, observamos en realidad un proceso paralelo a lo que en la sociedad burguesa atañe a la política: al igual que esta última se refugia en el recinto parlamentario, protagonizada por los representantes afines, la cultura crea un territorio autónomo, su museo provisto por representantes también afines. Obviamente se trata de una cultura estática que va a la par con la propuesta conservadora de la clase que detenta el poder.

La concepción de la cultura que fundamenta el nuevo proyecto acerca del medio de comunicación de masas, desearsa sobre un hecho que es el único que puede despojar la cultura reinante de su índole autoritaria y del carácter privilegiado de su beneficio: este hecho es el de la necesidad de que la cultura no se diferencie de la práctica social de las masas.

Una vez establecido esto, nos lleva a puntualizar ciertas reflexiones acerca de la meta definitiva de la cultura socialista y del período transicional.

LA RECONCILIACION DE LA PRACTICA Y DE LA TEORIA

Las antinomias de la cultura burguesa

Como lo dejamos entender, el objetivo a que apunta la cultura socialista podría definirse como la superación de las

antinomias que fundan la cultura burguesa. Antinomias que la burguesía ha erigido en tanto dogmas y ha institucionalizado, por ejemplo, universidad-académico versus política, para escapar a sus contradicciones aparentes, que se resumen a grandes rasgos en el hecho de que la minoría se aprovecha del producto elaborado por la mayoría. La antinomia más importante es sin lugar a dudas, el divorcio que ha establecido la burguesía entre la *teoría* y la *práctica*. No solamente de ella ha brotado el concepto de cultura libresa o erudita y lo que constituye la base de la alienación en el trabajo, a saber la compartimentación entre el trabajo intelectual y el trabajo manual. Dicha división se ramifica al infinito y para nombrar algunos de sus vástagos, citemos las antítesis siguientes: cuerpo vs. alma o materia vs. espíritu, fuente del "idealismo" que esconde la conciencia y la realidad concreta del hombre social, la ya citada trabajo vs. ocio, ciencia vs. ideología, etc... Todas estas oposiciones que constituyen la trama fundamental de los mensajes de la cultura liberal legitiman la división en clases de la sociedad, que se ramifica ella misma en la división del trabajo y del espacio territorial (ciudad vs. campo). La meta de la cultura socialista es construir una sociedad donde se resuelvan estas contradicciones que no hacen sino sustentar la ideología de la dominación, y que hacen del individuo que las alberga en su mentalidad de dominado el propio agente de su alienación. La nueva cultura apunta a una sociedad donde están suprimidas las clases, donde ciertos grupos dejan de apropiarse del trabajo del otro "a causa del lugar diferente que ocupa en una estructura determinada de la economía social". Como escribía Lenin, "Por cierto que para suprimir enteramente las clases, no sólo hay que derribar a los explotadores, los grandes propietarios latifundistas y los capitalistas, no sólo abolir su *propiedad*; hace falta además abolir toda propiedad privada de los medios de producción: hay que borrar tanto la diferencia entre la ciudad y el campo como aquella entre los trabajadores manuales e intelectuales". (44).

(44) V. I. Lenin, "La grande initiative...", art. cit.

La polivalencia del hombre

A través de esta reconciliación entre la teoría y la práctica, la cultura socialista busca lo que se ha dado en llamar el "politecnicismo" o la formación polivalente del individuo. "En una organización comunista de la sociedad desaparece la inclusión del artista en la limitación local y nacional, que responde pura y únicamente a la división del trabajo, y la inclusión del individuo en este determinado arte, de tal modo que sólo haya exclusivamente pintores, escultores, etc.; y ya el nombre mismo expresa con bastante elocuencia la limitación de su desarrollo profesional y su supeditación a la división del trabajo. En una sociedad comunista, no habrá pintores sino, a lo sumo, hombres que, entre otras cosas, se ocupen también de pintar⁽⁴⁵⁾". Estas palabras de Marx y Engels que rozan el profetismo encierran su eco en nada menos que los escritos de Lenin sobre el papel de los sindicatos. "Estos pueden transformarse lentamente en el curso de los años en federaciones de producción más amplias, menos corporativas (abarcando ramas enteras de la producción) y solamente a partir de ahí, empezar, gracias a asociaciones de producción, a superar la división del trabajo entre los hombres y educar, instruir, formar hombres en todas las direcciones, en todas las disciplinas, hombres capaces de hacer todo"⁽⁴⁶⁾.

Si bien es cierto que esta noción de cultura en la fase superior de la existencia del comunismo como sistema de vida constituye una meta relativamente lejana, —en esa medida también deberían analizarse más a fondo las implicaciones de la división técnica del trabajo— de todos modos la transición del capitalismo hacia el socialismo debe tenerla siempre presente como fuente de inspiración para la acción y sacar sus grandes líneas de esta meta final. De hecho, la nueva perspectiva de un medio de comunicación

(45) K. Marx y F. Engels, *La Ideología Alemana*, Edic. Pueblos Unidos, Montevideo, 1950, pág. 445 (en *Sobre Arte y Literatura*, op. cit.)

(46) V. I. Lenin, citado por E. Fischer, *A La Recherche de la Réalité* (Contribution à une esthétique marxiste moderne), Les Lettres Nouvelles, París, 1970, pág. 102.

de masas revolucionario decausa sobre esta idea de la necesidad de zanjar la diferencia entre representantes privilegiados y las masas. Esta idea puede servir de punto de partida para numerosos desarrollos, y entre ellos uno de los más importantes nos parece el de replantear el papel y el estatus de la pequeña burguesía intelectual y de los técnicos frente a un proceso revolucionario. Si estas categorías no quieren aprovecharse inconscientemente de un proceso para mantener incólume un *status* —e incluso aborarlo— que ha definido y consagrado el sistema burgués, deberían admitir que la meta de la desaparición de las clases implica en un cierto sentido la negación de un *status* cuajado. En primer lugar, en tanto significa la permeabilidad o el acceso de las clases trabajadoras a la posibilidad de la creación artística, del trabajo intelectual y del manejo de la técnica, etc., y en segundo lugar en tanto significa la pérdida del *status* de representante monopolizador del saber, o de la habilidad, y asimismo de todo detentor del código. Es inconcebible entrar en una revolución con un estatus definido por el sistema burgués y legitimado por las estructuras de la antigua sociedad, y llegar a la fase culminante del proceso revolucionario con este *status* incólume, es decir, sin que en éste se haya repercutido el remezón de las estructuras. En este sentido, la revolución significa la muerte del estatus burgués. En otras palabras, el nacimiento del hombre nuevo —en las categorías anteriormente favorecidas— significa la muerte del viejo hombre. Es también la muerte del autoritarismo y del paternalismo, que derivan de la concepción del saber reservado.

Un frente cultural amplio

La necesidad de quebrar las antinomias burguesas tiene su paralelo en la exigencia de romper la estratificación social —que les es funcional— que rige la actividad productiva en materia ideológica y cultural. El primer campo donde se evidencia la compartimentación arraiga en la distinción operada entre trabajadores manuales y trabajadores intelectuales. Distinción que aísla a los monopolistas del saber de las masas en general (que erige a dicha capa privi-

legiada en representante con un mandato ficticio) y que en particular, dentro mismo del medio de comunicación de masas, escinde los elaboradores de la materia prima intelectual (llámense periodista, guionistas, dibujantes, etc., ellos mismos distribuidos en forma jerárquica) de los obreros (tipógrafos, prensistas, etc.). Por lo demás, esta primera repartición dicotómica combina con la suma de los hábitos, de los prejuicios y de los reflejos adquiridos en una empresa capitalista de elaboración de la información o del entretenimiento. No solamente hay estos estamentos que impiden al grupo que está encargado de la realización de una historieta por ejemplo discutir en conjunto la realización de su trabajo y con un objetivo cultural explícito, sino que hay también este acostumbamiento que ha originado la pauta autoritaria del medio de comunicación burgués. El técnico bien puede estar en condiciones de dominado y de coaccionado directa o indirectamente por la clase propietaria, pero también se constituye en tanto eslabón de la dominación al entregar a las masas un mensaje no ratificado por ellas, sino a través del plebiscito de la institucionalidad del cual hablamos más arriba. En el hecho de no poner en tela de juicio su propia creación, de no poder someterla a la crítica de las masas, excepto a través del sesgo mercantil, radica uno de los reflejos capitalistas más inveterado que se comprueba en los emisores de mensajes inscritos en la empresa capitalista de producción cultural: la protección de su dominio reservado donde la empresa lo ha confinado, la consentida limitación de su esfera de preocupación (y por ende su esclerosis) y por último la resistencia a entrar en el juego dialéctico de la crítica. En realidad, la sociedad-burguesa bien puede haber desarrollado su orgullo profesional, su sentido de la perfección, etc., en cambio ha dejado en barbecho su responsabilidad social. La única definición de la responsabilidad del trabajador del medio de comunicación liberal es la de cumplir con su trabajo sin preocuparse de las repercusiones que su mensaje puede tener en el público, resumiéndose su sentido profesional en lograr la perfección formal y técnica y la eficiencia mercantil. Para dicho trabajador, su trabajo no resulta ser una fuente de conciencia

social ni para el mismo, ni para su público. Es la negación del ideal socialista de la desajenación del hombre. "El estudio y el trabajo formarán parte de la actividad cotidiana de cada ser humano, dejarán de ser actividades sin sentido y sin objetivo, y sobre todo sin frutos. Dejarán de ser obligación, dejarán de ser coerción, para convertirse en actividad que cada ser humano tendrá cada día con ganas [...]. En el futuro, prácticamente cada fábrica, cada zona agrícola, cada hospital, cada escuela, será una universidad". (47)

El aislamiento del campo cultural en un territorio relativamente autónomo da origen a otra segregación: los trabajadores de la llamada actividad cultural y los trabajadores de los demás campos de actividad. Este reparto por especialización si bien parece justificarse en el campo de la producción industrial por ejemplo, nos permite plantear el interrogante siguiente: ¿no estaría ella en la raíz de todas las actitudes tecnocráticas de los que manejan las esferas de actividad que no son "culturales"? En otros términos el arrinconamiento de la actividad cultural en su estrato de especialistas de la cultura ¿no constituye una coartada para que otros se desentiendan de dicha cultura? Por otro lado, se subyace también la concepción de que el trabajador cultural se mueve en una esfera de actividad despegada de una realidad cotidiana y concreta. De hecho, se trata de la reproducción de la antinomia burguesa que separa la esfera de la materia y la esfera del espíritu, y va aparejado a su vez con un concepto de arte, tal como lo vislumbramos anteriormente. Es así como esta disociación de dos praxis (por ejemplo el agrónomo y el ingeniero en su actividad que tiene que ver con "la materia" y el escritor refugiado en la esfera de la alta espiritualidad) impide por un lado "culturizar" las ramas de actividad que no pertenecen al ámbito propiamente cultural, es decir de producción de ideas y de imágenes, y por consiguiente entrever cualquier trabajo como una fuente de saber y de conciencia, y por otra parte impide arraigar, afincar la creación cultural. Nos volvemos

(47) F. Castro, Discurso pronunciado en la Universidad del Oriente, 3 de Dic. 1968.

a encontrar con la disociación latente entre trabajo y cultura. Veremos más adelante hasta qué punto esta concepción ha desarrollado un concepto de vulgarización del arte elitario.

Por último esta segregación se comprueba también en el seno mismo de los trabajadores de la actividad cultural, que se reparten en tantas categorías como subdivisiones hay en el dominio artístico.

Ahora bien, estas observaciones nos parecen fundamentales porque preconizan una estrategia que supera la aparente utopía que contiene la meta final del politecnismo. Se convierten en un principio rector para lograr una organización común. Un cambio cultural substancial —y más precisamente un cambio de los medios de comunicación de masas— exige no sólo un movimiento centrífugo hacia las masas, sino también una movilización solidaria de todos los trabajadores de la actividad cultural que así ejercerán la presión necesaria para cumplir los objetivos propuestos. Los periodistas de izquierda así lo entendieron cuando en su primera asamblea nacional decidieron unirse para concertar una estrategia común (metas y organización) en contra del enemigo de clase. Toda la línea de educación ideológica de los periodistas que ahí se definió tiene precisamente por meta romper esta compartimentación que atomiza la visión del quehacer periodístico. Pero dicha iniciativa sólo puede interpretarse como un primer peldaño de un frente cultural amplio, que cubra desde los periodistas hasta los pintores pasando por los arquitectos y los grupos tradicionalmente subalternos (prensistas, tipógrafos, etc.). Paralelamente a la capacitación ideológica de las masas y a su movilización en el proceso revolucionario, urge lograr una movilización de todos estos sectores en función de las masas.

Una praxis concreta

La constitución de este frente es tanto más importante, cuanto que ya no se trata de decidir sobre objetivos generales o declaraciones de principios, sino de congregar esfuerzos alrededor de una tarea concreta. Brotan áreas de trabajo donde una nueva práctica social se posibilita y donde pue-

de encajar el nuevo concepto de cultura. La campaña para la producción y productividad, por ejemplo, debería ser un lugar de confluencia, donde cultura y economía dejan de ser territorios autónomos. La realización de tal campaña permite primero implantar un nuevo concepto de producción, de productividad y de eficacia, que rompe con el concepto empresarial que maneja la tecnocracia desarrollista, un concepto de rendimiento que se aleja del contexto de la plusvalía capitalista, y por otra parte, permite la gestación de nuevas formas de expresión plásticas ligadas a la tarea concreta de la construcción de la economía socialista, llámense folletos, películas, afiches, etc. Se trata de permitir que el arte combine la delectación y el goce con la movilización permanente de las masas. En esta perspectiva, se abren muchas áreas de búsqueda, desde ésta hacia la cual convergen empeños para reorientar las pautas del consumo de la población —y para crear un consumidor que aspira a los bienes que la acumulación socialista puede dar— hasta las que introducen un nuevo concepto de arte en su producción industrial. Por supuesto en este punto preciso, una vez puestas al desnudo las dos líneas fundamentales de orientación del arte contemporáneo en las sociedades capitalistas, se trata de ir en contra, tanto de una como de otra. Por una parte, una vanguardia, cuya producción se destina a un público cada vez más reducido, y cada vez más recluso en la esfera de los iniciados. Por otra, una tendencia substancial a la colonización masiva del ambiente cotidiano mediante subproductos que interpretan rasgos vulgarizados de la cultura elitaria. (Cuando algunos exponentes de esta vanguardia buscan la cotidianización de su expresión creativa y de sus obras, surge la mediación del sistema que asimila este esfuerzo en su propio beneficio y en alguna medida lo castra de su dinámica).

¡Que la calle sea para todos una fiesta del arte!, claman los futuristas rusos en su decreto Nº 1, de 1918. Crear un mundo donde el hombre, a través de un contacto diario con objetos de arte, se sentirá mejor y más seguro en la realidad que el mismo ha creado y en que con mucha frecuencia se siente angustiosamente extraño. He ahí lo-

dos los objetivos de este nuevo urbanismo de luz y color que nace por ejemplo, en Polonia. "Una obra de arte puesta de un ambiente de luces, de movimiento y de formas puede, gracias a su excepcional visibilidad, habitar al espectador a esa familiaridad diaria con el arte que no es capaz de asegurar la vista de museos o de exposiciones ocasionales. Esta familiaridad le dará no sólo la posibilidad de admirar la obra de arte, sino también de palparla y moverse entre diferentes elementos de la construcción artística. Así, precisamente, ha sido concebida por un grupo de artistas de Poznań, una construcción espacial luminosa: un enorme cocodrilo destinado al centro de descanso instalado a orillas del lago Rusałka. Un elemento de recreo, tan necesario, al hombre adulto de cualquier época y cultura, estará aquí inseparablemente vinculado a las vivencias artísticas. La familiaridad con el arte moderno a escala masiva crea una nueva situación psíquica para el hombre. Es posible que ella pueda fortalecer su confianza en el sentido de la contemporaneidad y ayudar a los creadores de esta contemporaneidad a sentirse sus verdaderos dueños" (48).

A la luz de las ideas que soltamos aquí, se puede avizorar que la resorción de un conjunto de pautas que nos ha infundido el circuito mercantil, cubre un amplio espectro desde aquél que presenta al público un nuevo producto por consumir hasta el que se le ofrece en una exposición de museo. En otras palabras, se trata de interrogarse sobre todos los ámbitos donde no dejan de incidir los conceptos de producción y de consumo prefijados por relaciones sociales situadas bajo el signo del mercantilismo.

EL HOMBRE NUEVO EN LA COMUNICACION MASIVA

Detrás de la propuesta de la revolución cultural entendida a grandes rasgos como la supresión de las antinomias burguesas y la reconciliación del hombre consigo mismo,

(48) A. Xepińska, "Urbanismo de luz y color", en *Revista Polonia*, Warszawa, No 3, 1970, pág. 44.

subyace la imagen del hombre nuevo. Un hombre concreto, y no una vaga referencia pseudo-mística, una consigna de la retórica supuestamente revolucionaria. Ahora bien, ¿qué concepto de hombre preside al proyecto del nuevo medio de comunicación de masas?

El hombre atomizado de la burguesía

Al analizar de paso el concepto de noticia que maneja la burguesía, podemos visualizar hasta qué punto el órgano de información liberal está regido por un perfil de receptor: un hombre aislado, individual, desolidarizado de sus compañeros de clase y desvinculado del acontecer histórico. Un hombre, objeto de una historia concebida en una dimensión lineal y de permanencia; por ende, un hombre que vive el orden particularista de una clase como si fuera un orden universal. El actor mismo del hecho relatado suele sufrir la mimesis de dicho concepto de noticia y la manera como la prensa liberal presenta el hecho noticioso, impone a su vez la misma imagen de hombre segregado de su clase. La suma de los mecanismos que en varias oportunidades hemos puesto al desnudo en la prensa liberal chilena no se propone, sino operacionarizar esta imagen de hombre a-histórico, y configura el famoso psicologismo. Base de las estrategias de recuperación a que acude la prensa burguesa, el modelo psicologista, vale decir, un modelo que interpreta los fenómenos y procesos sociales con la ayuda de leyes psicológicas, llega a aislar el fenómeno de la lucha en contra del sistema, de la realidad socialmente dada, y, llevándolo al campo de los conflictos de personalidad, lo reduce al nivel de mero producto de una desviación de la psicología individual, o una manifestación de estados sicológicos de un grupo determinado. (No es propósito del presente trabajo demostrar cuánto este modelo ha contaminado la expresión ideológica de las fuerzas de cambio). Van en este sentido, por ejemplo, las explicaciones de la violencia política de los enemigos del sistema, como expresión de un estado patológico de los actores, o aquellas que encuentran el origen de las revoluciones en la ambición personal de los

protagonistas. En otra oportunidad (49), hemos comprobado que el moralismo, recurso permanente de la prensa criolla, al igual que el psicologismo, de hecho, no es sino la expresión vulgar de este último, su variante común y corriente. Al centrar, por ejemplo, las deficiencias de una sociedad en los defectos personales de los políticos y otros hombres-guías (principalmente falta de autoridad y de firmeza), el moralismo vulgariza la explicación psicológica de la crisis institucional y cumple la misma labor de evasión de las estructuras sociales. El sistema permanece incólume, puesto que el mal se aísla sobre individuos, y que sólo un individuo que exhibe un programa de rectificación moral, puede redimirlo.

Para la prensa liberal, hablar del hombre es hablar de su individualismo, es hablar de sus problemas privados y personales y vislumbrarlo como social únicamente en la medida en que acepta como principio de integración a la sociedad la ley de la competencia que lo erige en tanto enemigo del resto de la comunidad, y así, recíprocamente. La liberación del hombre que propone la burguesía no se entiende sino a costa de la no-liberación de los demás. ("Ojo por ojo", he aquí la regla. Y es el imbécil que cuenta con la excepción. En su sistema, ser humano, he ahí la excepción", B. Brecht, en la *Regla y la excepción*). Su concepto de individuo se encuentra en la base de la desorganización ideológica de las clases oprimidas. De la misma manera que los individuos abstractos que la burguesía eufemiza en el término de ciudadanos y ciudadanos son átomos aislados en un conjunto estatal, no pudiendo captar que la relación pseudo-democrática que tienen con el Estado es una relación abstracta que enmascara el carácter de instrumento de dominación de todas las instituciones del Estado de clase; así los receptores a través de todos los mecanismos del modelo normativo individualista, están sometidos a la ilusión de la comunicación. En el fetichismo de la comunicación, precisamente estriba la mistificación máxima del poder ideológico burgués, que

(49) A. Mattelart y otros, "La tesis criolla del fin de las ideologías", En *La Ideología de la Dominación...*, op. cit.

tanto echa mano del término y de la operación "comunicación", cortando de raíz las posibilidades de su realización efectiva. Misma proposición, idéntica desvirtuación, a propósito de la "información". Entramos en la espiral de la falsa conciencia, y en la retórica de la dominación.

Socializar al hombre

Para reanudar con la pregunta qué hacíamos al iniciar el desarrollo precedente, se trata de definir los elementos que integran la concepción del hombre nuevo. A esta imagen naturalizada de un hombre pseudo-universal, redundante, solitario en una sociedad desmigajada, hay que oponer un concepto del ser humano en tanto convergencia de todas las relaciones sociales, un ser social determinado por un sistema y portador de las contradicciones del mismo, un hombre que rehúsa seguir definiéndose como cortado de los conflictos que vive la colectividad y se niega a encajarse en su personalidad y libertad "burguesa". Se trata de socializar al hombre, socializando todos sus reflejos, es decir, permitiéndole acceder a la conciencia de su ser implicado en la generación de una nueva sociedad. Hacer social al hombre significa conferir también otro sentido, otro significado a todos los dominios en que se inserta la actividad concreta de este hombre y a los objetos que pueblan su ambiente. Dominios y objetos a que corresponden reflejos, actitudes, que la burguesía ha promovido en espacios neutros, despolitizados, extrasociales, para preservar su sistema de dominación y que atestiguan la reproducción, la más cotidiana e íntima posible de la adhesión a esta misma operatoria de dominación. La ocasión del desvelo del hombre nuevo puede perfectamente bien generarse a partir de la rebelión en contra del "environnement" (entorno) y reivindicar la mutación o el recambio de éste, como una de las esferas imprescindibles de acción y de promoción de un nuevo estado de seres y de cosas. Esta idea dista, a tal punto, de ser utópica, que nos fue dada por nadie más y nadie menos que un huinca de 25 años, dirigente del sindicato de un latifundio de la provincia de Cautín, recién expropiado y entregado a los campesinos.

Este se expresó en estos términos: "Mira, te recibo en mi living, porque mi living está limpio, pero detrás de esta pared está la cocina, y puede hacerse ilusión sobre mi estado y el de mi familia, pero la cocina revela cómo vivimos. Para mí no debería existir esta separación entre la cocina y el living donde se recibe sólo la visita. Al entrar en la casa, deberías percibir lo que somos, cómo vivimos. Y eso entiendo yo como el hombre nuevo. Con los compañeros hemos decidido contratar con nuestro dinero un compañero arquitecto que vivirá con nosotros dos meses para que encontremos un nuevo sistema de arreglo de las casas y de los demás lugares de reunión de la comunidad. No queremos más de esta separación artificial, ni tampoco de casas tan lejanas una de otra". Este ejemplo nos permite insinuar el carácter globalizante que debe identificar el surgimiento del nuevo hombre que reivindica su individualidad como individualidad social en todos los aspectos de su quehacer. Esto involucra no solo nuevos modos de trabajo, de producción y distribución, sino nuevas formas de sentir, pensar y vivir. "En la sociedad burguesa, escribían Marx y Engels en el *Manifiesto*, el capital es independiente y personal, mientras el individuo que produce no tiene ni independencia, ni personalidad. Ahora bien, la abolición de este orden, la burguesía la llama fin de la personalidad y de la libertad. ¡No está equivocada! Se trata, efectivamente, de suprimir la personalidad, la independencia y la libertad burguesas". Ahora, ¿cuáles podrían ser las incidencias básicas de tal presupuesto en el planteamiento de un nuevo medio de comunicación de masas?

1) Recordemos que la ruptura de la dimensión autoritaria y vertical del proceso de comunicación, y la correlativa participación de las masas en la generación de los mensajes mismos destinados a instaurar y publicar un nuevo concepto de cultura, constituye el punto básico e ineludible de la tarea que se propone construir un nuevo mensaje para un nuevo hombre.

2) La emergencia del hombre nuevo obliga a interrogarse sobre todos los conceptos que presiden a la transmisión de mensajes de todo tipo, desde la noticia hasta el

teletatro, por ejemplo. Como ya lo recalcamos con demasiada la noticia en la concepción burguesa se limita a entregar el acontecimiento a un individuo aislado, proporcionándole una visión fragmentaria de la realidad.

La noticia dirigida al hombre social debe procurar una imagen del mundo. Es el presupuesto que preside a la propuesta de las células de información vertebradas en función de las organizaciones de masas, donde están sometidas a discusión las informaciones entregadas por los diarios de la clase dominante. Dicha discusión, al poner al desnudo el eje implícito, alrededor del cual se organizan las noticias, hace aflorar el orden o la racionalidad de la dominación subyacente a la aparente anarquía noticiosa. Permite abonar toda noticia a un proceso de acumulación de conocimiento y al convertirse en fuente de conciencia se transforma en elemento de movilización de las masas. Justamente la vertebración de las noticias alrededor de un eje, cual es aquél determinado por las condiciones de la lucha de clases, participa en crear, en la conciencia de las masas, una forma de pensar que corresponde a un estilo de vida, única y coherente. Esta área de acción es fundamental, puesto que en la sociedad chilena subsisten los medios de comunicación de masas de la burguesía a que son sometidas obligatoriamente las clases trabajadoras. Medios que actualizan cotidianamente la institucionalidad en que dichas clases están inmersas y que, en su voluntad revolucionaria, procuran rebasar.

En la tarea de redefinición de la noticia, la segunda exigencia consiste en la reformulación del concepto de noticia en los órganos de información en manos de las fuerzas de cambio. Progresivamente, dichos medios deben entregar a las masas una visión global del proceso en gestación. Valga como reminiscencia la necesidad de centrarse sobre los protagonistas de dicho proceso para llegar a abarcar esta imagen global y coherente. Sólo de esta manera la noticia expresará la confluencia de las relaciones sociales (20).

(20) Para más detalles operacionales sobre el tema véase A. Mattelart, "La prensa de Izquierda y el poder popular", Punto Final, Santiago, Nº 128, 13-4-1971.

3) Volvemos sobre la oposición entre trabajo y entretenimiento u ocio. Una regla de la organización del ocio en la sociedad burguesa es que la distracción no debe contener nada de lo que contiene el trabajo. "Las distracciones en el interés de la producción son condenadas a la no-producción". En el sentido estricto y amplio no hacen sino participar en la creación de la plus-valía. El medio de comunicación de masas en su función de entretenimiento consume y consume la actividad del receptor, pero no la destruye; en otros términos, goce y educación suelen ser incompatibles. Para reconciliar los dos propósitos, es necesario modificar la imagen de hombre que trasunta en la comunicación manipulativa, y en esta perspectiva fundamentalmente substituir el hombre supuestamente conocido por el hombre objeto de un examen crítico, el hombre intransformable por el hombre transformable y con capacidad de actuación sobre el mundo, el hombre estático por el hombre en tanto proceso. Para retomar la problemática brechtiana, conviene preguntarse si la forma dramática es compatible con la proposición de un espectáculo motivador. En efecto, si la caracterizamos por su progresión lineal, el interés del espectador acaparado por el desenlace, enlizado en la acción, participando en ella, vemos que se contraponen punto por punto a la forma que debe prevalecer en el espectáculo nuevo y que Brecht definió por el hecho de asumir las siguientes exigencias: una progresión circular, un espectador cuyo interés está acaparado por el desarrollo, cuya actitud es crítica, un espectador que no participa, sino que juzga y estudia, cuyos sentimientos están impulsados hacia el conocimiento. Estos planteamientos básicos pueden y deben servir de puntos de referencia permanentes para la construcción de cualquier mensaje, sin distinción de géneros y formatos empleados. Es solamente a esta condición que estará presente en los medios de comunicación masiva un hombre social, con una función histórica, cuyos conflictos no se determinan más en términos psicologistas, sino en relación a un quehacer colectivo, un hombre en que se funde de modo peculiar lo general y lo singular.

CRITICA Y RECUPERACION DE UNA CULTURA

La cultura socialista no se elabora en un laboratorio o en un microcosmos, a partir de la imaginación. El proceso de formación de una cultura es dialéctico, es a la vez la negación de la anterior, su superación y también su recuperación. No hay que olvidar que la revolución la hace una clase que ha recibido los elementos de su revuelta de una sociedad burguesa. La burguesía, como ya lo hemos dicho, presenta su cultura como la fase culminante y en este sentido estancada, de un proceso de superación del feudalismo, y pretende cristalizar todos los valores del humanismo. "La cultura proletaria no surge de donde no se sabe, no es la invención de hombres que se dicen especialistas en la materia. Pura tontería es todo esto. La cultura proletaria debe ser el desarrollo lógico de la suma de conocimientos que la humanidad ha acumulado bajo el yugo de la sociedad capitalista, de la sociedad de los latifundistas y de los burócratas. Todos estos caminos y todos estos senderos han llevado y siguen llevando a la cultura proletaria, de la misma manera que la economía política, repensada por Marx, nos ha mostrado sobre qué debe desembocar la sociedad humana, nos ha indicado el tránsito a la lucha de clases, al despegue de la revolución proletaria..." (31).

"El marxismo ha adquirido una importancia histórica en tanto ideología del proletariado revolucionario del hecho que, lejos de relegar las más grandes conquistas de la época burguesa, al contrario, ha asimilado y repensado todo lo que tenía de valor el pensamiento y la cultura humana más de dos veces milenaria". (32).

Es en esta perspectiva que hay que entender la necesidad de permitir el acceso del pueblo a un conjunto de obras, literarias u otras. Sin embargo, para no caer en la política cultural en su versión burguesa, es necesario encarrilar

(31) V. I. Lenin, "Les tâches des Unions de la Jeunesse", en Oeuvres, op. cit., T. 31, págs. 292-310 (en Lenin, Culture et Révolution culturelle, op. cit., pág. 121).

(32) V. I. Lenin, "De la culture prolétarienne" en Oeuvres, op. cit., T. 31, págs. 327-328.

la entrega de las obras, teniendo en cuenta la posibilidad de su penetración e internalización efectiva al prever una infraestructura de recepción. No basta, por ejemplo, lanzar ediciones populares "de bolsillo" —lo hizo el propio sistema capitalista inventor del *pocket book*—. Para que el libro se vuelva un vehículo acumulativo de cultura, debe seguir el mismo circuito crítico a que se quiere someter justamente el mensaje del nuevo medio de comunicación de masas. Desde luego, la crítica literaria o de arte se halla en el mismo momento despojada de su carácter de exclusividad y de su función monopolizadora de la interpretación de la obra, una crítica que pone y quita reyes, a los antojos de los intereses de clase.

Si bien valoramos, con razón, dicho aporte —en el sentido de que pone a la disposición de las clases trabajadoras no una subliteratura o subproductos (53) de una cultura elitaria, sino productos auténticos reservados hasta ahora a cierta clase— de ningún modo podemos cercenar el proceso de recuperación y, por ende, el concepto de cultura a una simple distribución de los bienes inmateriales ya cuajados, que nos lega la antigua sociedad. Lenin mismo nos invita a dejar dicha visión, cuando aborda el problema de la cultura nacional que ya rozamos más arriba, al tratar de precisar la noción de idiosincracia. De la misma manera que se escudriñó lo propio, lo nacional, hace falta diseccionar el concepto mismo de cultura burguesa —al igual que el concepto genérico de burguesía—, (54) cuyo empleo inconsiderado podría enmascarar el fondo de la cuestión. Desafortunadamente, no existen aún sobre el tema estudios que rastreen los componentes de las formas culturales burguesas en Chile, y estamos reducidos a plantear ciertas reflexiones de carácter general, a partir de consideraciones sobre los medios de comunicación de masas. El contenido de una revista femenina chilena editada por un consorcio de la clase dominante criolla, es muy distinto a aquél que circula en una revista impresa aquí en Chile, pero elaborada en Panamá, por consorcios direc-

(53) "La calidad es el respeto al pueblo" (Che Guevara).
(54) Véase *La Ideología de la Dominación*, op. cit.

tamente vinculados con empresas norteamericanas. El emisor llamado genéricamente burgués no puede ser una clase genérica.

Haría falta indagar con mayor precisión el impacto diferencial de una revista tipo *Vanidades Continental*, o de un *comic* norteamericano por una parte, y por otra aquel de una revista criolla como *Eva* o *Paula* o un *comic* elaborado en una empresa capitalista nacional. La reformulación del mensaje imperialista a través del crisol criollo dominante es precisamente uno de los mecanismos que utiliza la burguesía chilena para imponernos su concepto formalista de cultura nacional. Segunda reflexión: se puede postular que hay tantas "culturas burguesas", como hay clases que la asimilan o la administran; es así como en los medios de comunicación de masas, también están presentes diversas modalidades de cultura burguesa y aquí nos referimos a las reflexiones hechas anteriormente acerca del grado de democratismo de los diversos medios. Existen diversos lenguajes que transmiten la cultura burguesa y, por ello, no es monolítica. Tercera reflexión: la cultura burguesa, o mejor dicho las formas culturales burguesas, si bien constituyen la dominante cultural en la sociedad en que vivimos, no prevalecen de modo único. En ella o ellas, coexisten elementos, aún minoritarios, o embriones de una cultura democrática y socialista. La presencia de estos elementos se debe a que "existe una masa laboriosa y explotada, cuyas condiciones de vida engendran forzosamente una ideología democrática y socialista" (Lenin). En esta óptica se puede plantear que la problemática de los masas no debe definirse solamente en una reversión sistemática del orden burgués, sino también en el descubrimiento de estos gérmenes, antídotos al sistema de dominación burgués, que están a la raíz de la nueva cultura socialista. Ul-tima reflexión: en la primera sección hemos anotado que lo que caracterizaba el medio de comunicación en general, es que marca el paso, en las ideologías de dominación, de una ideología de dominante jurídico-política a una ideología dominante tecnocrática, que maneja la coartada de la tecnología y de la ciencia para resolver los problemas

del subdesarrollo. Hemos visto también que dicha ideología genera una cultura de dominación que recurre con profusión al objeto. La neutralidad aparente del objeto, permite oscurecer las relaciones sociales existentes en un sistema en que dichos objetos se inscriben. Una de las áreas que nos parece más fructífera para contrarrestar este intencional mundo de los objetos —cultura vivenciada—, es cuestionar el mundo de los objetos que nos rodea. Un nuevo medio de comunicación de masas no puede apartarse de una interrogación, que enraíza el cuestionamiento de una cultura y la creación de una nueva cultura en la cotidianidad. Volvemos sobre un tema que ya tocamos anteriormente: el mueble, el juguete, la arquitectónica, etc., son el mundo animado de las relaciones sociales opacadas.

LA LUCHA DE CLASES EN EL MATERIAL COMUNICATIVO

El ritmo con que habrán de transformarse los medios masivos no puede ser preestablecido de modo voluntarista. Está íntimamente ligado al ritmo de construcción de la nueva sociedad y del ascenso de las clases populares al poder. De la misma manera que —una vez sentadas la necesidad y la urgencia de sacar de las manos de la burguesía el control de los medios— no existen, dadas las condiciones de la lucha de clases con la burguesía criolla, soluciones unívocas en cuanto que se pueda decretar en el período de transición que tal o cual forma de tenencia es más o menos adecuada, de la misma manera se debe demostrar flexibilidad en el proceso de transformación del contenido del medio, una vez fijadas las líneas estratégicas. Si dichas líneas no se generan en un laboratorio y en la medida que la nueva práctica del medio se vincule con el proceso global de cambio, se anulará la posibilidad riesgosa de que se cristalicen las soluciones bajo forma de recetas. La atención permanente al proceso precave la estrategia en contra de la petrificación. Según dijimos, la expropiación total y la modificación cabal culminan en el enfrentamiento victorioso con el enemigo de clase. Sería aventurado compartir una tendencia, por así decirlo, icono-

oclasta, que consistiría en adoptar una política de *tabula rasa* que, no respetando las condiciones de la lucha cotidiana con la burguesía, pregonaría de buenas a primeras, sin transición y sin mayor discusión, la supresión de ciertos formatos y géneros, de ciertos tipos de publicaciones. Lenin pudo decretar la desaparición de la prensa burguesa; el gobierno revolucionario de Cuba pudo suprimir los cómics; pero en Chile las condiciones son obviamente distintas. Tampoco podemos avalar la concepción mecanicista de la transformación del medio de comunicación, que consistiría en creer que el cambio en la infraestructura o en la base económica, es el único elemento y el detonante de la modificación en la superestructura. Insistimos bastante en el hecho de que, tanto en la sociedad burguesa como en una sociedad en transición del capitalismo hacia el socialismo, el medio de comunicación masivo hace avanzar las conciencias más allá de la base. El medio burgués prepara las conciencias a aceptar que no haya cambios sustanciales, que la base no experimente ninguna alteración estructural. Un medio revolucionario prepara y crea conciencias, encaminando a las masas hacia una actitud dinámica para lograr estos cambios y consolidarlos. En este sentido, dicho medio es una vanguardia, tanto en la creación de nuevas formas de expresión como de nuevas formas de pensar, de sentir y de ver la sociedad. (Extremando al máximo el razonamiento mecanicista, no se podría emprender nada para contrarrestar la publicidad que extiende las pautas eufóricas de consumo de una sociedad que cuestionamos, mientras subsista la ley de ganancia y competencia que legitima dicha publicidad).

El no acatar la concepción iconoclasta, nos lleva a interrogarnos sobre lo que es recuperable en los diversos medios que manejamos y lo que definitivamente no lo es. La ilustración que daremos, deja percibir uno de los ejes medulares de un cuestionamiento del medio de comunicación burgués en una época de transición. Es el que interroga la posibilidad de disociar forma y contenido. A título de hipótesis, uno puede preguntarse en qué medida, durante una fase del período de transición, y para ciertos medios,

ciertos géneros y ciertos formatos. La problemática de transformación del medio no consiste precisamente en revertir el orden burgués, cambiando el signo de la realidad. Hagamos particular referencia a la fotonovela y al *comic*.

En el primer caso, en un proceso revolucionario, se trata de utilizar un formato de mucha clientela y alta vulgarización, luchando contra la "memoria" colectiva que ha venido otorgando a este tipo de género pseudoamoroso su significado caracterizado por los objetivos de fuga de la realidad y ensueño, es decir, disolver la connotación ideológica de este tipo de mensaje. La operación que consiste en cambiar el contenido de este género y que en grandes rasgos se resume en sustituir por nuevos valores la visión mistificada de la realidad que vehiculaba antes, es la expresión de la lucha de clases que se gesta en el interior mismo del medio, durante la etapa transicional. Con la forma de presentar un determinado contenido que manipulaba el medio burgués, se trata de hacer pasar un nuevo contenido. Con una técnica connotada por sus servicios cumplidos en el régimen burgués, se trata de transmitir un mensaje que apunta a crear un nuevo orden de valores. Si bien la problemática de readecuación del *comic* tiene mucho parecido con la de la fotonovela, reconoce también ciertos rasgos distintivos, los que imprimen las modalidades propias del género. Tributario de la sociedad que lo inauguró en el mercado, el *comic* estaba destinado a llenar el ocio de esta misma sociedad, cimentando sus valores y realizando la conformación con su orden. Ahora no se trata de desvirtuar su función de entretenimiento, sino más bien de hacerlo cumplir su misión dentro de un nuevo concepto del ocio, y en el contexto global del cambio utilizarlo como un agente que permita el afincamiento y la internalización de una nueva concepción del mundo y de las relaciones sociales. (No nos referimos, desde luego, a las publicaciones que utilizan los dibujos animados para hacer pasar un determinado mensaje explícitamente político y, por ende, llenan otra función). El problema que se plantea en el caso del *comic*, es el de desvirtuar la vigencia del concepto de la eficiencia mercantil que se proponía responder a los gustos, es-

terestados y deformados, del consumidor: la tradición del género, en efecto, ha impuesto esquematizaciones, tipificaciones al nivel gráfico que remiten a cánones estéticos propios del polo imperialista y de la sociedad de consumo que patrocina. Se trata paulatinamente de infundirle un sentido que hasta en la expresión gráfica remita a una realidad concreta y no a la seudorealidad universal, socialmente amorfa, que proyecta misticamente la realidad del emisor imperialista. Estos dos ejemplos apuntan sólo a hacer visualizar una aseveración que ya hicimos acerca de la necesidad de cuestionar el instrumento técnico mismo con que se puede lograr la mejor participación de las masas y generar un nuevo tipo de medio de comunicación de masas. Un cambio de este medio exige un cambio en la concepción que tenemos de los instrumentos que contribuyen a permitir la expresión de la realidad.

De hecho, esta existencia de la lucha de clases adentro de un material gráfico simboliza bien la "desgarradura" que caracteriza en la transición hacia el socialismo todos los intentos para cambiar el contenido de los medios de comunicación de masas, para crear una nueva cultura. Además, al tener que respetar las condiciones que nos impone el marco de la democracia formal, el principio de la competencia (55) se presenta como uno de los elementos

(55) Las implicancias de este contexto mercantil deberían tomarse en cuenta para replantear la cuestión de la distribución o comercialización de las nuevas revistas. Área de la cual no nos preocupamos suficientemente. Muchas veces planteamos el cambio del contenido emitido descuidando las formas de hacer llegar dichos nuevos productos al público y nos remitimos de buenas a primeras a la red de distribución clásica que nos impone el sistema capitalista, pareciendo olvidar así que esta distribución es funcional a una manera de producir. Esa red trabaja con un perfil de receptor y con un objetivo implícito que entra en contradicción con los presupuestos que presiden la elaboración de los nuevos contenidos. Si bien no podemos permitirnos el lujo de desdénar el circuito mercantil, debemos a lo menos empeñarnos en encontrar mecanismos para que las nuevas publicaciones no lleguen a los diversos públicos exclusivamente a través de la red clásica del mercado, ubicada bajo el signo del individualismo. De no hacerlo, ofreceríamos

del juego al cual nos enfrentamos y que no podemos eludir. Bastó que el Estado compre una empresa editorial de revistas, para que a la semana siguiente el trust de distribución latinoamericano de *comics* situado en México, inundara de publicidad diversos órganos de información o de entretenimiento y que programe una avalancha de héroes *made in USA*. Incluso, sin concertarse los diferentes agentes del sistema burgués, permiten que se restablezca el metabolismo de un cuerpo dañado en uno de sus miembros.

al sistema dominante una posibilidad acrecentada de recuperación de los nuevos contenidos. Si esta anotación es válida para las publicaciones con nuevo contenido implícito, a fortiori lo que es para aquellas que pretenden difundir un contenido explícito de educación política (Cuadernos sobre la reforma agraria, sobre estatificación, sobre cesantía, etc.). Si bien es cierto que la ubicación de estos últimos en un quiosco es positivo, no lo es menos que representa una contradicción respecto de la función principal que deben cumplir. La contradicción radica en el hecho de que el comprador aislado se convierte en un consumidor que adquiere la propiedad privada de un material destinado a ser el instrumento de concientización de un grupo a través de la discusión en común. La compra individual confiere una connotación individualista, trabaja con la memoria mercantil del mecanicismo del poder adquisitivo individual. Para que dicho material aterrice en las masas bajo otra modalidad, se requiere armar toda una estructura que permita enfocar al receptor no como a un ser aislado sino como participante de un grupo. Aquí es fundamental la mediación de las organizaciones de masas. La promoción individualista del mercado capitalista está reemplazada por la promoción en base al grupo, raíz de la movilización del hombre social.

VII.— LOS AVATARES DEL CAMBIO SUPERESTRUCTURAL: DEL PROYECTO PEQUEÑOBURGUES AL PROYECTO PROLETARIO

De los lineamientos anteriores resalta que todas las esferas de problemas que gravitan en torno a la comunicación masiva son significativas del conjunto de obstáculos que las fuerzas revolucionarias deben superar en todas las áreas del cambio, en un enfrentamiento económico, político e ideológico con su enemigo de clase. Insinuados o explicitados, el lector habrá percibido —y seguramente a esta altura ya habrá interrogado— los presupuestos más amplos que fundan dicha propuesta. Presupuestos que la insertan en el movimiento del proceso total y ya no escinden la cultura y la política. El mismo lector se habrá percatado del hecho que sería un engaño querer circunscribir la cultura a un dominio autónomamente regido, tratarla como un problema aislado. Una nueva cultura y, por ende, un nuevo medio de comunicación masiva surgirán sólo si se cumplen los requisitos de su factibilidad política. Por cierto una reformulación cultural permitirá a su vez encontrar las formas políticas más adecuadas para realizar la revolución toda. Esta articulación dialéctica es la que nos motivó a ubicar como primera necesidad de una revolución cultural la redefinición de la noción de política y, por lo tanto, de la práctica correspondiente. Tarea de esta última sección es ligar algunos de dichos presupuestos y problematizarlos en la perspectiva más amplia posible. Para volver al tema particular, la idea lanzante en estas consideraciones, es la siguiente: el medio de comunicación de masas revolucionario es una propedéutica en la transformación de la superestructura, pero debe evitar el