

4 comunicación

SUMARIO

PRESENTACION.....2

COMUNICACION Y CULTURA POPULAR

- Aproximaciones metodológicas para el análisis de la cultura popular.....4
- Consideraciones sobre lo "popular" en la música industrial.....24
- El teatro popular.....38
- Lo popular en la Televisión venezolana: Josélo como riesgo y alternativa.....46

DOCUMENTOS

- El conformismo revoltoso de la canción popular.....53

GUIA BIBLIOGRAFICA

- Marx y los nacionalismos separatistas (Gotxon Gárate).....70
- Rock, el grito y el mito (Roberto Muggiati).....74
- El Teatro del Oprimido (Augusto Boal).....78

PRESENTACION

La Ley de la Cultura, mal llamada del CONAC, fue aprobada en Diputados el 14 de Agosto, y recibió el "Ejército" del Presidente el día 29.

El partidismo político a ultranza y los intereses privados de los medios masivos lograron desviar el foco de la atención de la democratización cultural hacia la pugna de fronteras entre la competencia del Estado y la de los grupos que detentan el poder de los medios masivos.

De nuevo se desplazaron los temas más trascendentales como el del papel de los medios masivos en la democratización cultural y el de la Cultura Popular y participación.

Más aún, una campaña ideológica de la clase dominante trató de tachar de "subversivo" todo mejoramiento de la participación popular en la cultura, y de "totalitarismo" la mínima lesión de sus privilegios.

En el boletín Nº 2 sobre "Cultura y Comunicación" se planteó la escisión existente entre una cultura

equivocamente nacional, sustentada con mitos encubridores, y otra cultura "menor", "popular", aunque patrimonio común de la "mayoría".

Somos conscientes de la dificultad que envuelve el desentrañar en un boletín condensado el tema de la "cultura popular", despectivamente calificada de "vulgar" por unos, y paternalistamente manipulada para su "rescate" por otros.

Para los poseedores de cierto poso cultural, la "cultura popular" ha sido muy frecuentemente, una tara o, a lo más, una incógnita.

Nuestro deseo a la hora de presentar este boletín no es quizá más -pero tampoco menos- que un acto afirmativo de presencia y existencia de la cultura popular, con la esperanza de que los artífices de esa cultura actúen en primera persona e inventen su propia cultura transformadora.

Junto a unas aproximaciones metodológicas para el análisis de la cultura popular se ofrecen algunas muestras, para detectar el fenómeno y sus incidencias en el ámbito de la canción, el teatro y la televisión.

En la documentación y guía bibliográfica se reseñan estudios recientes que arrojan luz sobre el problema de la identidad cultural, la crítica de la cultura masificada y la búsqueda de alternativas.

Septiembre, 1975

APROXIMACIONES METODOLOGICAS PARA EL ANALISIS DE LA CULTURA POPULAR

"El pueblo llega a no poder interpretar su propia lengua según sus propios moldes, dado el prestigio de la 'letra' invasora, y la incapacidad vernacular para justificar sus esquemas".

B. Meliá

1. Presupuestos metodológicos

Entendida la cultura como conjunto de los procesos semióticos, es decir, de producción de significados y de su efectuación simbólica, tratamos de plantear un modelo proveniente de la lingüística para el análisis de la cultura popular. Tal hipótesis se sustenta en la homología entre el lenguaje y la cultura, entre el fenómeno de diglosia y la subcultura popular.

Siguiendo las pautas del estructuralismo genético (L. Goldmann) el objetivo del análisis no es solamente el de remontar de los sistemas parciales hasta la estructura global, sino también, según la dirección escogida, volver a bajar hasta los sistemas parciales a partir de la estructura global, inicialmente captada en sus grandes rasgos,

precisable y confirmable después por verificaciones ulteriores.

Por ello en el marco teórico se tienen en cuenta los factores que sobre-condicionan el funcionamiento de tales estructuras: un determinado bloque histórico y su correspondiente formación socio-económica. Por fin, dada la insuficiencia de un corte sincrónico, se ofrece una interpretación diacrónica.

1.1. La cultura como proceso semiótico

Dentro de las dimensiones tramadas de una civilización entre técnicas, instituciones y valores, para Paul Ricoeur, sólo los valores con sus correspondientes símbolos y actitudes, se homologan a la cultura propiamente dicha. En Marx los tres niveles de una totalidad orgánica, (economía, política, ideología o forma de conciencia social) no son, exactamente, las técnicas, las instituciones y los valores. Establecen una versión menos precisa pero más estructural de los hechos sociales.

Sin embargo como la palabra cultura implica una valoración que pone límite a la neutralidad e implica elementos de crítica y evaluación, hemos preferido optar por la segmentación precisa de P. Ricoeur, aunque siempre dentro de una perspectiva estructural. De esta manera evitamos las confusiones que provienen del uso ambivalente (lato o estricto) del vocablo "ideología" con la posibilidad de utilizar -

éste en sentido estricto y unívoco.

El análisis de la cultura puede ser abordado desde diversos ángulos de pertinencia. Así, por ejemplo, - el punto de vista económico-político, predominantemente extra-semiótico, nos llevaría a diseñar instrumentos de análisis pertinentes para establecer la dialéctica entre el nivel cultural y la estructura de las relaciones de producción o bien entre la cultura y la estructura de las relaciones de clase. Ahora bien, ni la economía, ni la política nos suministran instrumentos adecuados para captar la propia dinámica del nivel cultural, aunque éste se inserte en una totalidad orgánica a través de la superestructura, otro enorme vo cabo apenas desentrañado.

En cambio, entendida la cultura desde el punto de vista semiótico, podemos captar no solamente algunos factores sobre-condicionantes, sino todo el proceso de efectuación simbólica como relación de producción de significados.

Centremos, por tanto, primeramente nuestra atención en el proceso semiótico, prescindiendo por ahora - de que sea lingüístico o no:

- un ser pensante o un grupo social establece una función de un objeto a través de la ACCION,
- la denominan a través del LENGUAJE,
- y la reconocen e interpretan a través de una TEORIA.

El conjunto global con su axiología concre

ta constituiría un PROCESO CULTURAL. Pero éste no se establece con la utilización por primera vez de un objeto, sino con la comunicación (o difusión) de la información adquirida.

De acuerdo con este esquema nuestra primera premisa es que una manifestación cultural de valores, símbolos o actitudes, es un signo complejo que indica alguna forma correspondiente en el seno de un bloque histórico. Este signo a su vez puede ser analizado como mensaje (contenido de comunicación) cristalizado o cristalizable en determinados agentes históricos (grupos, clases, etc.).

Por tanto la dilucidación de una cultura requiere definir en primer término:

- a) de qué mensajes se trata: cuáles son las estructuras de esas manifestaciones culturales,
- b) cuáles son sus códigos: cómo operan los sistemas de formalización,
- c) cómo se transmiten: por qué canales y medios se difunden, y qué procesos de socialización siguen,
- d) en qué grupos se apoyan: quiénes son sus emisores, intérpretes y públicos,
- e) qué función ideológica desempeñan: qué influencia-efecto producen a nivel inmanente y en relación con la totalidad social.

La delimitación de esta estructura básica nos

permitirá una primera aproximación para establecer la dialéctica de tal cultura con el conjunto de la totalidad social.

1.2. La cultura popular como fenómeno de diglosia

En el lenguaje común y aun en el científico (7) la expresión "cultura popular" goza de una equivocidad sorprendente y sólo logra definirse parcialmente por los -- contextos.

Hallamos la identidad: popular=inculto, de indudables resonancias ideológicas; la asociación: popular=lo folklórico tradicional; o el más genérico de popular=todo lo que está dirigido al pueblo y es asequible para él. - Junto a estas significaciones se deslizan connotaciones como las de "vulgar", "no oficial", "no académico", "clasi--ta", etc.

Sin embargo, estos usos suponen por parte de quien los plantea una situación especial propia de una cultura superior, y es entonces cuando se pide una cultura popular, una producción dentro del esquema de cultura popular, como reacción de mala o de buena conciencia ante la discriminación cultural existente. Un caso típico sería el "Informe sobre cultura popular", presentado en la Comisión Preparatoria del CONAC, donde se habla de la "proyección popular de la cultura" y de la "movilización de las masas para su participación en el disfrute y creación de valores de la cultura" (1).

Metodológicamente, sin apresurar valoraciones precipitadas, preferimos negar la diferencia entre cultura popular y cultura para partir de la constatación de que - hay un sector mayoritario de la población que está privado - de cultura, es decir de autonomía axiológica y de auto-expresión.

Ahora bien esta situación de negatividad sólo puede ser definida estructuralmente y dentro de la perspectiva semiótica el modelo más adecuado para presentarlo es el de "diglosia".

Ferguson Ch. define la diglosia como "una situación lingüística relativamente estable en la que, al lado de los principales dialectos de la lengua(...), hay una variedad superpuesta muy divergente, altamente codificada (a menudo gramaticalmente más compleja), vehículo de un cuerpo de literatura extenso y respetado, procedente de un período antiguo o bien de otra comunidad lingüística, que se aprende ampliamente en la educación formal y se usa sobre todo en la escritura y en el hablar culto, pero que no se emplea por ningún sector de la comunidad en la conversación ordinaria"

(2). En esta estructura de superposición que es típica de los procesos históricos coloniales todo un aparato político -en sentido amplio- favorece una modalidad.

Naturalmente puede cuestionarse la posibilidad de desarrollar una homología perfecta entre diglosia y cultura popular con las mismas razones que ciertos especia--

listas en semiótica (Rossi Landi, Ecco) han cuestionado la -
semiología translingüística (R. Barthes).

Sin embargo hay razones fundadas para pensar que una homología críticamente desplegada puede aportar avances considerables al análisis cultural.

En efecto toda cultura tiende primordialmente a expresarse en una lengua. Más aún, en el caso que nos ocupa, como bien explica B. Meliá: "la lengua es el último -reducto donde se refugia la cultura de un pueblo amenazado - y la lengua es la matriz potencial de una totalización popular" (3).

En base, pues, a la categoría de diglosia la sub-cultura popular puede ser examinada dentro de la cultura global y en relación con ella:

- a) cuál es la cultura dominante, favorecida por el aparato estatal,
- b) cuáles son las culturas o sub-culturas dominadas, que corresponden a los grupos sociales dominados,
- c) cómo se ha efectuado la génesis estructural de esa situación diglósica,
- d) qué leyes definen su dinámica y la lógica de su desarrollo,
- e) cuál es su dialéctica con el conjunto de la totalidad social.

Las aproximaciones progresivas nos podrán -

ir explicando el sentido del hecho cultural dentro del sistema de un bloque histórico.

2. Aproximación semiótico-crítica a la cultura popular.

Partiendo, pues, del hecho de que una mayoría de la población está en situación diglósica (que en adelante designaremos con el vocablo de "disemia" para no reducirla al bilingüismo) puede establecerse una doble matriz de orientación cultural: cultura de los dominantes y sub-culturas de los dominados que corresponden a los diversos grupos sociales ubicados en el orden social de dominación, y subordinados a la orientación común provista por la "cultura dominante".

En este sentido se puede hablar de una sub-cultura indígena, de una sub-cultura rural campesina, de una sub-cultura urbana marginal (proletaria o no proletaria), de una sub-cultura de los sectores medios, etc., y en un sentido menos precisable pero quizás no menos real, de una "sub-cultura popular". Tal sub-cultura se referiría a los campos y procesos culturales comunes que, dentro de la "cultura dominante", son patrimonio del conjunto de los grupos dominados.

Desde el punto de vista sociológico la tipificación que más se aproxima a la situación disémica (diglósica) es la de Aníbal Quijano, quien la define como: "universo de elementos culturales que se derivan tanto de las sub-

culturas de grupos sociales concretos, como las clases, y - de la cultura dominante, pero que se caracterizan por su bajo nivel de objetivación formalizada, en tanto que la posición social de sus grupos portadores, así como las propias características ya señaladas de la cultura dominante, excluyen la posibilidad de que los portadores de las subculturas particulares de cada grupo dominado, y del conjunto de ellos la 'subcultura popular' puedan desarrollar sus estructuras cognitivas hasta el punto de ser capaces de proporcionar objetivación y formalización de alto grado de complejidad y - de elaboración a sus propios elementos culturales" (5).

De ahí que la emergencia de una auténtica - cultura popular sólo sea posible con la modificación radical del orden cultural mismo de dominación y de su estructura básica de dominación social (6).

2.1. Análisis sincrónico

La dificultad mayor para delimitar tal subcultura popular proviene del hecho de que sus manifestaciones, sus intérpretes y aun a veces sus públicos o grupos de apoyo, no se hallan aislados, al modo de una tribu indígena, sino que pueden aparecer en diversos planos culturales mediados o no por las relaciones culturales dominantes.

Por ello es necesario distinguir en primer lugar las capas constitutivas del complejo cultural de las sociedades contemporáneas en proceso de industrialización.

Históricamente primero encontramos la estructura cultural -- propia de las sociedades tradicionales, que Antonina Kloskowska, caracteriza "por la aparente carencia de reglas formales de creación y por el contacto directo entre el emisor del mensaje y su público" (7). Se manifiesta como una simbolización de lo vivido en la narración de los acontecimientos de la vida cotidiana o en el simple intercambio fático. Cualquier hombre normal colabora, como receptor o emisor. Su carácter espontáneo la substraee a la influencia directa de una política cultural, pero su aparición en las otras capas queda mediada. Esta capa es la que comúnmente asociamos con el folclore tradicional, aunque reviste otras modalidades.

La segunda capa cultural viene compuesta por la totalidad de las instituciones culturales (cultura institucionalizada) que actúan por una comunicación directa (universidades, escuelas, centro sindicales, teatros, museos, salas de espectáculos, etc.) bien patrocinados por asociaciones culturales u organismos públicos. Permite cierta disparidad entre clases sociales y regiones. La cultura oficial, aunque no exclusivamente se ha plasmado predominantemente en esta capa. Sin embargo no se puede soslayar el hecho de que en Venezuela existen actualmente más de 100 organizaciones culturales financiadas por grandes empresas privadas con una inversión anual aproximada de 106 millones de bolívares ("Informe sobre Cultura Popular").

Una tercera capa comprende la cultura de los

medios masivos, que, si bien nacida en último lugar, predomina por su importancia cuantitativa. Desde el punto de vista cualitativo es la capa que menos favorece al policentrismo y tiende hacia la uniformación.

La cobertura en radio es prácticamente nacional (área que recibe señal de radio). En cuanto a su penetración, si bien las investigaciones más recientes indican que el 82% de los hogares tienen por lo menos un aparato radio-receptor, debemos asumir que ese porcentaje es total, ya que existen más de 2 millones de transistores sin ubicación determinada con una audiencia importante aunque no medible.

La señal de TV cubre un área geográfica donde se encuentra el 70% de la población total del país, y su penetración por hogar se estimaba en 55% para 1973. Si a todo esto añadimos los otros medios como la prensa, el cine, los discos, etc. no queda ningún lugar a dudas sobre la importancia cuantitativa, extensiva e intensiva, de la cultura de los medios masivos. Por otra parte, el alto grado de concentración de los medios explica su carácter uniformizante, sobre todo si se tiene en cuenta su condición mercantil basada fundamentalmente en unos gastos publicitarios del orden de los mil millones.

Ahora bien esta distinción funcional tripartita nos permite marcar campos de análisis pero no nos permite analizar adecuadamente la subcultura popular. Por e--

llo se hace imprescindible el siguiente corte sincrónico para definir su estructura, y proseguir nuevas investigaciones:

- 2.1.1 Análisis de los mensajes de la cultura popular. Investigación sobre las denotaciones - y connotaciones de la subcultura popular, en su origen y a través de las otras capas. Así mismo determinar las variaciones de la función fática. Clasificación de los símbolos.
- 2.1.2 Desciframiento de sus códigos. Determinación de los paradigmas y sintagmas propios, y de las normas inconscientes nacidas de la interiorización de los mecanismos que seleccionan unas formas de expresión a expensas de otras. Análisis de los síntomas de desestructuración.
- 2.1.3 Estudio de los modos de transmisión. En este apartado se incluyen todos los procesos - de aculturación y socialización, con sus correspondientes mecanismos de producción-difusión: producción de significados, formas de comunicación directa o indirecta, mediaciones de organismos públicos o privados.
- 2.1.4 Delimitación de emisores-intérpretes-públicos-temas. Este análisis permitirá descubrir en qué grupos sociales se apoya tal subcultura; cuál es la relación entre emisores-receptores-mensajes; cómo es la percepción -

mutua entre cultura dominante y dominada y -
qué entiende aquélla por "rescate" de la cul-
tura popular.

2.1.5 **Análisis de la función social.** La determi-
nación de las actitudes cognoscitivas nos -
aproximaría a la averiguación de su funcio-
nalidad para el orden en el que se inserta.
Así mismo es importante señalar las nuevas
funciones que surgen por la oficialización
o mercantilización.

2.1.6 En último término sería importante detectar
su potencialidad crítica frente a la cultu-
ra dominante, así como sus mecanismos de de-
fensa.

2.2. Análisis diacrónico

Nos situamos dentro de un proceso histórico
típicamente colonial, en el que se va desestructurando la -
matriz de la subcultura popular bien como sistema (lengua -
en sentido saussuriano), bien como acto histórico (habla en
sentido saussuriano).

2.2.1 **Etapa de invasión cultural: desestructura--
ción.**

En una primera instancia las manifestacio--
nes de la subcultura popular que gozan de -
bajo prestigio sufren de un empobrecimiento
funcional. Son manifestaciones que quedan

reducidas al nivel de difusión directa y que son consideradas como no "culturas". Es decir no son "académicas". En el caso de los idiomas indígenas (goajiro, makiritare, quechua, guaraní...) se los denomina impropia- mente dialectos (lo que lingüísticamente no tiene sentido). Con ello se quiere signifi- car un prejuicio sobre el bajo prestigio de esas lenguas que están sometidas a un empobrecimiento cultural. Son lenguas que quedan reducidas al nivel coloquial, pero no -- sirven para hablar en la escuela y en la uni- versidad, ni para llenar las planillas oficia- les de las instituciones políticas, milita- res o eclesiásticas. En otras palabras son lenguas "no oficiales". Pero este fenómeno no se produce sólo en situación multilingüe sino en el interior mismo de una cultura mo- nolingüe. Lo mismo que los grupos étnicos - considerados inferiores, las otras clases de- minadas poseen sus idiolectos propios que - son considerados despectivamente -con poca - precisión pero con no menos realidad- como "lenguas vulgares". En la Venezuela actual la situación típica es la de la cultura del petróleo que presiona las subculturas rura- les para que modifiquen su escala de valores, hábitos y pautas (8). El resquebrajamiento

de esas subculturas no sólo se presenta en el nivel cognitivo y actitudinal: creencias, valores, costumbres... y en el nivel de los modos de expresión: lengua, música, diversiones, etc. Este proceso conlleva una escisión dentro de la cultura global que culmina con una dicotomía: una cultura "cultu" de carácter elitista, minoritario y discriminatorio, y otra cultura "popular" que no sería más que la expresión parcial de determinadas experiencias compartidas y repetidas por mayorías dominadas. Una vez desestructurada la "subcultura popular" pierde la posibilidad de orientar su propia evolución cultural provocada por el contacto invasor con una sociedad distinta.

2.2.2 Etapa de dominación cultural: anomia.

Cuando se ha sufrido la invasión de una civilización "letrada" con una "técnica" superior, el pueblo llega a no poder reinterpretar su propia cultura (lengua, símbolos, valores y actitudes) según sus propios moldes, dado el prestigio de la cultura invasora, y la incapacidad de vernacular para justificar sus esquemas. Entonces se produce la desintegración en una multiplicidad de subculturas híbridas, apenas sostenidas por el ine

tinto de supervivencia. La conformación a -
pautas disgregadoras provoca la anomia cultu
ral. En esa estructura anómica-decohesion
las modalidades del grupo dominante con acep
tadas formalmente, pero, en tanto ocupan u
na coartación de las aspiraciones latentes, -
se está dispuesto a marginarlas colapadcon
te para así conseguir, al fin, el objetivo -
reservadamente propuesto (9). Los centimion
tos nacionalistas juegan un papel importante
en este estado de ansiedad colectivo y con--
flictual. Pero la pérdida de dignificación
progresiva de las expresiones culturales, su
disfuncionalidad en un contexto diverso, el
complejo de inferioridad y la asimilación más
o menos traumática de nuevas formas, desinte
gran progresivamente la misma matriz de la i
dentidad. Entonces esa subcultura popular,
disfuncional para el proceso de industriali
zación capitalista, e indefectiblemente lla
mada a la muerte, es "rescatada" por culturó
logos, folkloristas y expertos en mercadotec
nia pero con otras funciones: la fosilización
etnográfica para los museos, la manipulación
político-educativa para la dominación social,
y la integración mercantil para el consumis
mo. Las aparentes distinciones funcionales:
cultura oficial-cultura popular, o cultura -

pública-cultura privada etc., ocultan la anomia producida por la dominación cultural. En ese contexto la cultura (popular?) está parcializada y es pensada y dicha por otros, trátese de organismos públicos o asociaciones privadas.

2.2.3 Etapa de integración ideológica: alienación.

Por fin la cultura dominante, autodenominada nacional (?), se implanta como instrumento para llegar a la homogeneización y generalización, permitiendo solamente las diferencias funcionales. La misma cultura dominante determina no sólo el valor de la identidad nacional sino también la funcionalidad de la misma subcultura popular (?). En esta reintegración lo mismo puede considerarse como cultura popular la publicidad asimilada de los detergentes y la audiencia cautiva de las telenovelas o enlatados yanquis que la música de salsa o los programas humorísticos de Joselo, Perucho Conde y otros.

La "connaturalidad" con las modalidades populares (tratamiento, temática, pautas de recepción, hábitos de consumo...) se convierte en una ideología integradora que alimenta la ilusión de una cultura "nacional" y -

"popular", escondiendo las fisuras y contradicciones sociales. Siguiendo la homología lingüística: "el pueblo que ha llegado a esa situación se deslengua y se despiensa, es decir, llega a perder el principio de su propia inteligibilidad, llega a perder el principio de su propia relación y de la propia coordinación de sus valores. No logra establecer oposiciones, oposiciones pertinentes. Cuando se llega a ese estado, se pierde la lengua y se pierde la cultura" (10). En este proceso de extrañamiento cultural el pueblo es reinterpretado desde afuera y llega a un momento en que él mismo se interpreta, pero también con los principios de afuera. Esta nueva reinterpretación se hace según prejuicios dominantes a partir de dualidades y asimetrías que bloquean la comunicación y ahondan la alienación cultural. En este orden de cosas a la clase dominante no le basta ya, para sentirse segura, la pertenencia a su clase privilegiada poniendo de relieve su no pertenencia a las clases sociales dominadas pero mayoritarias. De ahí surge la necesidad de apoyarse en culturas nacionalistas revestidas de un populismo a ultranza. Pero ¿de qué sirven las legislaciones sobre cultura popular cuando la lógica económico-social

tiene como consecuencia que los miembros de las clases dominadas queden excluidos sencillamente de la participación en la determinación de la política cultural?

NOTAS.-

- 1) Diario "El Nacional", Caracas, Viernes 11 de Abril de 1.975.
- 2) FERGUSSON, Ch.A. "Diglosia, Word, XV (September), 1959, pp. 325-40, citado por B. Meliá: "Cultura popular en - Latinoamérica y creación literaria", Stromata. En. Jun. 1974. Entre otros estudios generales véase: Vallverdu, F. "Ensayos sobre bilingüismo", Ariel, Barcelona, 1972. Para la situación latinoamericana son importantes los - estudios de: Escobar A. "Lenguaje y discriminación social en América Latina", Nillo Bartes, Lima, 1972; Varios, "El reto del multilingüismo en el Perú, Instituto de Estudios Peruano, Lima, 1973. Camilo Torres incurrió en este campo con unos breves apuntes: "La -- desintegración social en Colombia: Se están gestando - dos subculturas", pp. 308-312, en "Cristianismo y Revolución", Ed. Era, México, 1970. En Venezuela los estudios más significativos, aunque en una perspectiva lingüística, son los de A. Rosenblat: "La primera visión - de América", "El hispanoamericano y el trabajo", "Lengua y cultura de Hispanoamérica, tendencias actuales". Tales estudios pueden encontrarse reunidos en "La primera visión de América y otros estudios", Ministerio de Educación, Caracas, 1969.
- 3) B. Meliá, op. cit. pág. 43.
- 4) La situación bilingüe, interpretada funcionalmente no - expresa la relación estructural, y en nuestra hipótesis

de diglosia (disemia) sólo sería un caso particular de esa situación. Tal relación aplicable a las subculturas populares de Latinoamérica (colonización de culturas poco formalizadas) no puede aplicarse de forma idéntica - al análisis de la relación establecida entre la "cultura occidental" y las "culturas orientales" (hindú, arábiga, china...).

- 5) Quijano, A., "Cultura y dominación", Ed. La Enseñanza Viva, 1973, p. 21-22.
- 6) Al hablar de "auténtica cultura popular" consideramos, al modo de P. Freire, dos momentos distintos del proceso revolucionario: a) la acción cultural por la libertad que se emprende contra la élite dominadora en el poder y b) la revolución cultural que se desenvuelve de acuerdo con el régimen revolucionario, aunque esto no signifique que esté subordinada al poder revolucionario. Como señala P. Freire: "Toda revolución presenta la libertad como finalidad; al contrario, la acción cultural, si se hace por un régimen opresor, puede ser una estrategia de dominación: en ese caso jamás llegará a ser revolución cultural"; véase en "Teoría y práctica de la liberación", Fondo de Cultura Popular, Madrid, 1972, p. 127.
- 7) Kłoskowska, Antonina: "La sociología y los problemas de la política cultural", Orbita, n.9, 1974, pp. 53-54.
- 8) R. Quintero, "La Antropología del Petróleo", S. XXI, México, 1972, p. 86.
- 9) Merton, K.R., "Estructura social y anomia" en "Teoría y Estructuras Sociales", F.C.E., México, 1964.
- 10) B. Meliá, op. cit. pág. 44.

J. M. A.

CONSIDERACIONES SOBRE "LO POPULAR"
EN LA MUSICA INDUSTRIAL

La Música Popular en el panorama urbano contemporáneo.-

Cuando los diversos sectores encargados de manejar lo pertinente a la música venezolana han manifestado su preocupación ante la avalancha de la influencia extranjera, casi de manera automática y sin reparos, han lanzado como contrapartida la respuesta de la música folklórica llanera, caracterizada por los muy "típicos" instrumentos del arpa, el cuatro y las maracas. El rock y el beat de la juventud internacional han de ser combatidos, por lo tanto, - con los cantos de ordeño y los contrapuntos de los llaneros tradicionales. Semejante tentativa, inobjetable en sus intenciones, no deja de ser inefectiva e inútil por cuanto no corresponde a las coordenadas sociales y culturales que generan la música popular contemporánea, sea cual fuese su variante.

Sin embargo, el panorama se complica aún - más si caemos en la cuenta de la imprecisión conceptual que gira en torno a "lo folklórico", "lo venezolano" y "lo popu

lar". De hecho, cualquier manifestación no culta (1), hecha en el país se considera como "nuestra", y así, bajo el mismo patrón, son calificados músicos tan disímiles como Juan Vicente Torrealba, el Indio Figueredo, Nancy Ramos, Rudy Márquez, Gualberto Ibarreto y hasta inclusive Aldemaro Romero. Y el problema radica en que si bien todos ellos son venezolanos su música no es indistintamente folklórica, popular, o bajo un criterio más amplio, "venezolana".

Arribamos así al hecho contradictorio de que nuestra música, según el criterio de los que están en condiciones de divulgarla, es todo aquello hecho en el país, por venezolanos, sea cual fuese su forma; y esta misma música su puestamente incrementa su "autenticidad" en la medida en que se remita a los instrumentos tradicionales de la expresión llanera. Pero necesario es afirmarlo, nuestra música no se encuentra, ni la folklórica ni la popular, en ese contradictorio y confuso panorama de los músicos populares. Juan Vicente Torrealba, por ejemplo, lejos está de ser folklórico ante una manifestación tan auténtica como la del Indio Figueredo, y Nancy Ramos mal puede pretender representar el espíritu popular ante el arraigo desbordante de una gaita cualquiera de Firmó Rincón o Ricardo Aguirre.

Resulta entonces que nos enfrentamos a la invasión musical extranjera de una manera contradictoria, confusa y exclusivamente formalista. Y precisamente por ello, por esa imprecisión de lo realmente "nuestro", es que esa invasión se logra de manera plena, sin mayores impedimentos de

suficiente solidez.

El problema, sin embargo, hay que plantearlo desde unas fundamentales consideraciones urbanas; aquí se gesta y desde aquí se distribuye, a nivel nacional, el criterio de lo cultural en general, incluyendo todo lo pertinente a la expresión musical.

A un joven cualquiera de la Caracas contemporánea le es más accesible, por diversas razones que trataremos de analizar más adelante, la expresión musical internacional, en sus diversas variantes, que aquella que teóricamente, a partir de lo "nacional" y lo "folklórico", le debería pertenecer por esencia. Lo cierto es que la realidad determina circunstancias muy distintas a las pretendidas por estos supuestos teóricos: un canto de ordeño es algo más que imposible en una urbe atestada de marginalidad, contaminación y todo un sin fin de diversos problemas económicos; las melosas notas de un arpa, por ejemplo, no han demostrado en demasía ser susceptibles de reproducir el agrario mundo cotidiano de la población de las grandes ciudades; en definitiva, esa música que en antaño era propia de la realidad nacional hoy se encuentra relegada por inefectiva y extraña ante el violento cambio de las nuevas circunstancias. Por ello es que la afinidad con lo genéricamente urbano, a pesar de las diferencias, es mucho más factible que esa identificación forzada con el legado del pasado que nos brinda nuestra tradición.

La situación, como se puede apreciar, presenta una convergencia desigual de diversos aspectos: 1) no

hay un criterio único para admitir lo que en realidad es propio de nuestro folklore musical; 2) lo que el criterio oficial (2) entiende por nuestra expresión popular no responde, en la generalidad de los casos, a la auténtica manifestación que producen hoy en día las masas populares; y 3) ese mismo criterio no se ha encontrado en capacidad de admitir un concepto de "nuestra música" que sea afín con la compleja circunstancia del marco cultural urbano contemporáneo. En definitiva, la avalancha de la música foránea nos encuentra débiles debido a que el criterio oficial no se ha dado a la tarea de cultivar una música popular acorde con nuestro tiempo.

Antes de entrar en lo pertinente a lo popular desde el marco de la circunstancia industrial, es prudente hacer alguna consideración con respecto a esa penetración foránea a la que hemos hecho referencia. Es obvio que la pelea por "lo nacional", por la identificación de "lo nuestro" se da a partir de la penetración de la música sajona (3) en los años 60. Pero es evidente que lo que se considera "nuestra música" también estuvo algo relegada, o compartida, por el favoritismo popular en los años previos a ese límite que hemos determinado. El tango, por ejemplo, fue la música genérica que identificó a las juventudes urbanas venezolanas durante algo más de dos décadas. Los aires caribeños, en especial los cubanos, junto con las famosas canciones tradicionales mejicanas, fueron el pan de cada día de la radiodifusión nacional desde los inicios de la misma hasta finales de los años 50. Sin embargo, la alarma por la pérdida de "lo

nacional" no se hizo sentir durante todo ese tiempo y la razón, a nuestra manera de ver, no es de difícil captación: el motivo para la alarma no existía por cuanto la música radiada, a pesar de las barreras nacionales, nos pertenecía desde un mismo patrón cultural. Nadie ha acusado a Agustín Lara de invasor, ni a Rafael Hernández, ni a Javier Solís, ni a Marco Antonio Muffiz. La música de ellos, a pesar de ser considerada "nacional" en sus países de origen, es susceptible de ser recibida como propia por cualquier venezolano de estos últimos 40 años.

El problema, entonces, se da por partida doble: por el repliegue de lo venezolano, y más aún, por el repliegue de lo latinoamericano. La verdadera invasión es la otra, la sajona, la que surge en los 60, vestida de beatle, en inglés y con guitarras eléctricas.

La Intervención de los Medios: la barrera clasista.

Esta invasión de la música foránea hay que estudiarla a partir de su principal instrumento de realización: los medios de comunicación masiva, y en especial la radio por ser este el medio idóneo para la difusión de la expresión musical.

A comienzos de los 60, como ya lo afirmamos, se determina el inicio de esta oleada sajona. Los ídolos nacientes, en especial los Beatles y demás grupos rock, son la punta de la lanza de la avalancha. Ídolos de otros tiempos, Elvis Presley, por ejemplo, no encontraron las mismas

posibilidades de éxito que los rebeldes melencidos. En los 50 lo nacional y lo latinoamericano persistían en sus múltiples variantes. Aquel archifamoso "Pájaro Chogui" de Néstor Zavarce quizás se pueda considerar como el último gran éxito popular de la expresión. De ahí en adelante, el tope de la popularidad se lo disputarían los ídolos de la juventud norteamericana y europea que ya habían encontrado eco en algunos sectores de nuestra población urbana.

Pero es interesante observar cuáles fueron esos sectores en cierta forma vanguardistas. Radio Caracas - Radio fue, evidentemente, el adalid en lo que a difusión de música "beat" se refiere. Y esta emisora, pionera de nuestra radiodifusión, ya había instrumentado -para estos tiempos iniciales de la avalancha- la novedosa política de la -- "clasificación de públicos". Radio Caracas, y todas aquellas emisoras que poco después le imitaron, prefirió dedicarse a un reducido público A, que si bien era minoritario compensaba su escasez numérica con su altísimo poder adquisitivo. Las radios que difundían música pop se dirigían fundamentalmente a esos sectores sociales que, en el más extremo de los casos, pudiesen descender hasta la clase media. Desde estas consideraciones la música popular, inevitablemente, comienza a -- ser discriminada desde muy particulares y precisos criterios clasistas.

Se formaba así una barrera, los exclusivos de gustaban las exquisiteces de la internacional mientras que los sectores mayoritarios se quedaban con una música que peu

latinamente comenzaría a ser despreciada por aquella vanguardia elitesca.

Dicha situación, gracias al bombardeo continuo que impartió la radiodifusión, se fue haciendo "normal" llegando a considerársele como obvia. Dadas estas circunstancias los músicos venezolanos, que evidentemente no desaparecen por fenómenos de este tipo, se vieron asimilados por estas nuevas tendencias y comenzó así la ola de las repeticiones. Surgió el famoso rock en español, mediocre por los vicios propios de su nacimiento, que fue vendido a aquellos sectores mayoritarios que no disfrutaban la originalidad de las versiones que sólo pertenecían a la vanguardia elitesca. De esta manera se acentuó de forma considerable la barrera clasista: las versiones originales para el sector minoritario, y las copias, burdas y risibles, para las masas. Es aquí donde se entiende el surgimiento de grupos como los --Darts y los 007, cuya música sólo se limitaba a reproducir, en español, los grandes éxitos de los grupos internacionales.

Cuando la situación se reviste de estas características es que puede considerarse que adquiere verdaderos matices de gravedad; porque lo nacional no se afecta en realidad por los gustos exóticos de una minoría, sino -- cuando estos gustos comienzan a ser impuestos a niveles mayoritarios. "You're gonna lose that girl", en la versión original de los Beatles, no pasó más allá de una fiesta sabbatina en las buenas barriadas; sin embargo, "Tú la vas a

perder", de los Dart, si se oyó insistentemente en las emisoras de alcance popular.

Comenzó así a desvirtuarse lo que sería la verdadera esencia de la expresión popular: representar esas situaciones propias y particulares de esos sectores a los cuales, en definitiva, se remite. La música que se cantaba se refería a temas absurdos, insípidos y plenamente intrascendentes. La intención que todo esto implicaba era evidente: la evasión de las masas populares con la pretensión de obviar esa trágica situación de miseria que los circunda. La penetración ideológica de los medios se lograba así, sutilmente, gracias a una música tímida y bobalicona que los obligaba a asumir, en el mejor de los casos, protestas inofensivas en nuestro medio, válidas quizás en sus sitios de origen (4).

La Respuesta Popular.-

Sin embargo, a pesar de la falta de solidez de una música propia, y aun a partir de la intervención de los medios, los sectores populares no han sido la fácil víctima que se podría suponer. Una respuesta efectiva surge -- precisamente de esa distorsión que han determinado estos dos impedimentos.

Tomemos como punto de referencia el caso de los "ídolos". Ellos surgen, como se ha demostrado en diversas oportunidades, de mecanismos propios de la industria con el único fin de incrementar las ventas. Este origen les vicia su autenticidad, lejos de representar la realidad se con

vierten en un prototipo extraño que supuestamente se debería seguir. Se lanzan así a la publicidad un sin fin de cantantes, que como personas, no se pueden incluir dentro de los parámetros económicos y sociales de la clase popular, y cuya música lejos está de satisfacer las aspiraciones culturales de estos sectores, por elementales que sean. La cantante Mirla Castellanos es un buen ejemplo de ello. Su música difícilmente logra competir con la foránea a pesar de que - la calidad que se pretende se ubica en estos límites. Ella es la versión tropical de esas divas europeas al estilo de Mina (los seudónimos artísticos no son casuales), Ornella Vannoni, Petula Clark, etc. Los temas a los que se refiere van desde intrascendentes cantos al "amor" hasta las matanzas de la mafia en Chicago. Este tipo de implicaciones hacen de ella a pesar de ser venezolana y de considerársele popular, una impostura más de las que pretenden obviar lo nuestro para popularizar criterios extraños.

El cantante argentino Sandro, es otro ejemplo de estos ídolos prefabricados. Sus presentaciones personales producen la histeria de algunas chiquillas, al igual de como sucede con Tom Jones (de quien es su fiel reproducción latinoamericana), y lo que cantan sus canciones y lo que transmiten sus películas son el reflejo de un paraíso azul que no existe en los marcos del cálido y violento amor que se da en los sectores populares.

Tomemos a Mirla y a Sandro como el prototipo del cantor popular prefabricado que es impuesto desde a-

riba a las masas receptoras. Pero tenemos que admitir la existencia de otro tipo de ídolos, que si bien surgen y se cultivan gracias a la industria (la venta de discos) mal podrían ser considerados como falsos. Es aquí donde ubicamos a los otros cantantes, a los Felipe Pirela, Julio Jaramillo, Daniel Santos, Oswaldo Morales, etc. que se contraponen a la frialdad de los Sandro, José Luis Rodríguez, Rafael, Trino Mora, Héctor Cabrera, etc.

¿Qué los diferencia si todos son ídolos gracias a las facilidades de la industria? A nuestra manera - de ver, la diferencia no sólo se encuentra en el tipo de música sino en los contenidos y situaciones que esa música representa.

El caso de Felipe Pirela quizás sea suficientemente evidente. Sus características físicas -gordo, chiquito, achinado-, lejos están de convertirlo en el paradigmático príncipe azul que cautiva a las jovencitas románticas. Pero precisamente por eso, por no ser así, por parecerse a todo el mundo, por tener pinta de motorizado y de office boy, es que es más factible su adopción como ídolo popular. Pero veamos su música. Los boleros que le hicieron famoso lejos estaban de cantarle al sutil y elegante "amor" que enaltece Sandro, todo lo contrario, son de la factura más tosca, violenta y directa que se pueda concebir. Y es aquí donde comienzan a dividirse las diferencias reales. Mientras Sandro estimula reacciones históricas colectivas, ciertamente forzadas, Pirela obliga a sentimientos distintos

entre sus oyentes que producen la identificación inmediata entre ellos y su música. No es propio de este trabajo entrar en el análisis concreto de las connotaciones precisas que implica esa determinada expresión, queremos sólo limitarnos a destacar la existencia de esta situación a partir de argumentos como los que señalamos. Y en este mismo orden de ideas, no está de más destacar el hecho de que Felipe Pirela ha sido el ídolo más sólido que ha dado el país a nivel continental: es difícil encontrar una rocola que no tenga, cuando menos, uno de sus éxitos. Y esa identificación con el ídolo se debe, tal como lo anotamos, a la plena identificación que existe entre el cantante y el público que le admite, en definitiva, él es uno más de ellos, con las mismas miserias, con las mismas penas y con las mismas alegrías.

Es por eso que creemos prudente hacer la distinción entre estos dos tipos de ídolos, los falsos y los auténticos, surgidos ambos gracias a la industria, pero distanciados abiertamente en sus logros particulares.

Observemos, por otra parte, un detalle no menos importante. Cuando la música sajona se incrementa en los sectores minoritarios de las clases acomodadas, se da con la intención fundamental de que este sector elitesco se convierta en vanguardia hegemónica para los sectores restantes del panorama social. El ejemplo evidente es el del -- rock en español, derivado de aquel rock original cultivado por la minoría pero masificado ahora para la venta popular.

Es así como funcionan los casos de Tom Jones y Sandro. Pero lo popular, a pesar de esta imposición, como hemos visto, también produce lo suyo que se cultiva en un círculo amplio y mayoritario pero cerrado por cuanto no pretende extenderse hasta el otro círculo minoritario de las vanguardias sajonas. - Lo popular, entonces, tiene su propia música para el consumo interno.

Anotemos, en la misma tónica, el caso de la salsa urbana contemporánea. Willie Colón, un trombonista portorriqueño de Nueva York, es un ejemplo de cómo funciona esta música popular. El disfrute de su "salsa" implica el manejo de ciertas coordenadas sociales (circunstancias propias de la vida marginal, el lenguaje calé, por ejemplo, las diversas vivencias, etc.), para poder lograrse en la plenitud debida. Y este hecho ya lo limita en su extensión hacia otros sectores. (5) Willie Colón identifica, tan sólo, al joven común de la amplia masa marginal de cualquier gran ciudad, sea esta Nueva York, San Juan, Panamá o Caracas. Pero esa muy precisa limitación de identificar sólo la marginalidad, es el factor que determina a esta música como una alterativa real de verdadera "música popular". Es obvio que casos como el de Willie Colón se deben a muy determinadas circunstancias de la industria discográfica, pero lo importante es que a pesar de esas circunstancias su valor social no se ve limitado a la simple expresión formal que caracteriza al ídolo. No es aventurado afirmar que este tipo de manifestaciones persisten, por las características que hemos señala-

do, independientemente de sus orígenes industriales, porque es evidente que no son estos los que en realidad los justifican.

Derivamos así, inevitablemente, en la interrogante fundamental: ¿cuál es y dónde está nuestra música? ¿Qué música le pertenece en realidad a las clases populares? La respuesta, posiblemente, tenga que ubicarse dentro de esas coordenadas que hemos considerado. Lo exclusivamente "nacional" se ha demostrado inefectivo ante la avalancha de lo "internacional". La circunstancia, entonces, podría ser superada a partir del muy genérico y común factor cultural. Pero, independientemente cierto, lo popular, a pesar de las invasiones y aún inclusive de la industria, no está huérfano de una expresión propia, plenamente afectiva que bien puede servir como punto de partida para el logro total de una música popular contemporánea.

NOTAS.-

- 1) Entendemos por manifestación "no culta" aquella que no requiere de un amplio bagaje de conocimientos tanto para su interpretación como para su disfrute. En este sentido, la música que trabajamos está determinada por su característica fundamental: la espontaneidad.
- 2) Definimos por "criterio oficial" aquel que es manejado por los sectores que están en condiciones de regir desde arriba el proceso cultural. De esta forma, ese -- "criterio" lo representan por igual los órganos gubernamentales, la prensa, las emisoras radiales, etc.

- 3) Bajo el término de "música sajona" queremos representar aquella expresión popular dada desde países no latinos. Es decir, la música común que se genera desde los Estados Unidos e Inglaterra, fundamentalmente.
- 4) Un ejemplo de esto lo podría ser la manifestación del "hippismo", cuyo principal canal de difusión fue la música. Dicha postura, teóricamente rebelde, era sólo admisible desde la realidad que determina un país industrialmente desarrollado, con sus respectivas consecuencias. Es obvio que dicha postura, dado nuestro subdesarrollo económico, no es susceptible de ser repetida en las mismas condiciones en nuestro medio.
- 5) Es prudente observar el hecho de que la música de Willie Colón ha causado interés en otros sectores no precisamente marginales, pero sin embargo, dicho interés sólo se determina a partir del muy exclusivo factor "musical". Las posteriores connotaciones sociales que esta música implica no son percibidas, por las razones mencionadas, en estos sectores no marginales.

C. M. R.

EL TEATRO POPULAR

"El teatro en la calle, el "happening", el teatro de guerrilla son fenómenos de nuestro tiempo que ofrecen en la espontaneidad, en la experiencia directa, en el contacto personal, en la anarquía, en el ritual y en la sexualidad la aventura que la televisión ha negado a los consumidores de cultura. No es posible ya alejar al héroe, distanciarlo como lo intentó Brecht. El espectáculo se representa en el plano de los hechos".

(Pablo Antillano, Revista ESCENA, Nº 2)

La única discusión que sobre los problemas del teatro logra dejar hoy un cierto sobresalto en el ánimo de los protagonistas es la que promueven, desde hace algún tiempo, algunos grupos que no participan del circuito oficial o institucional del teatro venezolano. Digamos -- para precisar que llamaremos circuito institucional al formado por aquellos elencos o grupos teatrales vinculados a alguna institución oficial o privada, que cuentan con ciertos recursos materiales para su producción, que ocupan las salas tradicionales a las que asiste el público habitual -

de teatro, y cuyos montajes en una buena medida están dirigidos más a la búsqueda de valores trascendentales en los términos de una estética ideologizada y formal que a la búsqueda de valores críticos que pudieran implicar una transformación cultural.

Los grupos, sin embargo, que constituyen lo que llamaremos el circuito institucional no constituyen hoy en día un bloque homogéneo, sino que por el contrario, pueden diferenciarse tendencias diversas que deben ser objeto de un análisis más riguroso. A grandes rasgos podría individualizarse una tendencia crítica, muy politizada, que conservando ciertos patrones y convenciones del teatro tradicional, busca la impugnación de la sociedad a través de los contenidos explícitos. Podrían situarse en esta tendencia el trabajo de los teatros universitarios y de directores como Herman Lejter, Clemente Izaguirre, Rodríguez Rare y otros.

Por otro lado habría que ubicar una tendencia preocupada por los problemas de la identidad cultural, -- que utilizando la estructura convencional del espectáculo y de la relación con el receptor, se lanza a la búsqueda de -- los significados implícitos del lenguaje teatral, conquistando, algunos, notables hallazgos en lo que podría ser una tipología crítica de la venezolanidad: Román Chalbaud y José -- Ignacio Cabrujas encabezando la dramaturgia que nutre esta -- tendencia.

Otra tendencia es la constituida por aquellos

grupos y directores que hacen un teatro netamente cultural, buscando a veces espectacularidad y otras veces simple dignidad funcional, un teatro poco conflictivo y de temática variada, a ratos psicológica, otras veces histórico, algunas clásicos, o bien en la vanguardia, con autores venezolanos o extranjeros. Es un teatro inocuo, cuyo producto final no alcanza otra cosa que ser un objeto más de consumo. Por su puesto que en cuanto a la calidad esta tendencia tampoco -- puede ser considerada como un bloque, es aquí donde se resiente la intención de hacer una clasificación. Las clasificaciones siempre resultan demasiado estrechas.

Finalmente podríamos ubicar la tendencia experimental, muy extendida en años anteriores y muy reducida en la actualidad. El teatro comercial, en cambio en pleno auge, se ha salido de manos de los teatreros para ser dirigidos por productores como Enzo Morera, Bulgaria, Jorge Palacios, etc., de intención y factura lamentables pero de jugosas ganancias.

Pues bien, entre los realizadores de este teatro del circuito institucional no hay discusión de ninguna naturaleza, reina un ambiente de comodidad, de modorra reflexiva sobre el trabajo de los demás, y muy solitaria sobre el propio trabajo. Existen los resquemores habituales, el comentario mal intencionado y a veces rencillas irreconciliables, pero nunca el intercambio franco, la lucidez crítica y la confrontación. No es que la discusión sea la panacea y la solución a todo problema, pero si es imprescindible

ble por lo menos para quienes estén realmente interesados en fomentar un movimiento cultural más allá del propio gallinero.

El teatro marginal.-

El teatro de los barrios ha surgido a partir de necesidades reales de la lucha ideológica en Venezuela, - donde la dominación se ejerce brutalmente a nivel de la conciencia mediante un hiperdesarrollo de los medios de comunicación y un particular ejercicio de la ideología del consumo, y una ofensiva deliberada de transculturización. La lucha cultural es por consiguiente una tarea de primera línea.

Esta lucha cultural, a su vez, ni está, ni podrá estarlo, alejada del desarrollo general de la lucha cultural contra el capitalismo en todo el mundo. La rebelión contra la cultura excesivamente institucionalizada hizo crisis en la Revolución de Mayo y tiene sus antecedentes en el dadaísmo; y el desarrollo de la técnica y la misma evolución del capitalismo ha marcado nuevas pautas a la cultura: "La televisión -ha dicho Jean Duvignaud- al hacer presente la realidad inmediata ha acercado definitivamente lo imaginario al acontecimiento. Se ha dicho que no se podía ya morir de la misma manera en el teatro desde que se había visto en la televisión el asesinato de Ruby. No es posible ya alejar al héroe, distanciarlo, como lo intentó Brecht. El espectáculo se representa en el plano de los hechos. Nadie puede librarse de ello".

Esta escena de la frustración que las sociedades capitalistas han impuesto a los consumidores de cultura al sustituir la propia experiencia por la información televisada, ha llevado a los protagonistas de la lucha cultural a buscar "lo-aún-no-vivido" en la espontaneidad, en la experiencia directa, en el contacto personal, en la anarquía, en el ritual, en la sexualidad: en el happening y en el teatro en la calle.

En los Estados Unidos proliferaron en los últimos años los grupos de teatro de guerrilla junto a la reivindicación de Artaud; y en todas partes del mundo el teatro dio un paso decisivo fuera del vestíbulo del teatro.

En América Latina hizo explosión esta combinación entre la exasperante necesidad de la lucha por el cambio social y los hallazgos de la rebelión cultural. A las necesidades de la alfabetización política se unió la autorización para liberarse de las ataduras culturales demasiado limitantes. Los medios culturales se hicieron accesibles a grupos juveniles, estudiantes y trabajadores, aficionados... pero ya no con el carácter de "aficionados" con el que la "alta cultura" acostumbraba a tratar a los neófitos que daban sus primeros pasos en el arte; los aficionados de hoy tienen la autosuficiencia a flor de labios, la superioridad y el rango que les otorga la intencionalidad y el elevado objetivo final de su trabajo.

La reflexión nunca sobra.-

Sin embargo, después de varios años de estas experiencias en todo el mundo y particularmente en Venezuela, es necesario un balance más sereno para separar lo importante de este "teatro fuera del teatro" de lo que no es más que ilusión, pérdida de energía y confusión ideológica.

Entre las principales virtudes de este teatro se han señalado en otras oportunidades las siguientes:

Su intento por redefinir la relación entre el teatro y la comunidad: es un teatro ubicado en un contexto preciso, en una comunidad específica, es un teatro territorial.

Tendencia a negarse en cuanto producto a los mecanismos tradicionales de distribución.

Aparece como instrumento de cultura política contra el aparato institucional de la comunicación y de la producción artística.

La estética de este teatro está basada en la acción intensa, más simple, más rápida, intenta involucrar y estimular a la gente dentro de la lucha cotidiana en espacios neutros "culturalmente".

Es un teatro que propone la participación directa y la libertad sensorial, intenta recuperar el medio teatral como instrumento de comunicación real.

No busca dejar traza cultural y exige de sus miembros una integración activa a la vida política de la comunidad.

Sin embargo, no siempre o en la mayoría de los casos, estos objetivos o intenciones son logrados ni siquiera parcialmente. Muchos peligros y desviaciones han conducido a resultados ilusorios que alimentan la confusión y no pocas actitudes obcecadas. Entre esos peligros podrían señalarse:

Muchas veces grupos que trabajan en barrios o comunidades específicas no representan realmente esa forma nueva y estimulante del teatro, sino que son simple expresión del viejo diletantismo, filodramático y de búsqueda de laboratorio;

~~La espontaneidad, que es su fuerza principal, puede conducirlos, como ha ocurrido, al espontaneísmo político, en el que se excluye a la clase popular o se la intenta conducir paternalmente; en el que se sustituye la conciencia crítica por el mensaje confuso y el clisé adjetivo;~~

En muchos casos estos grupos se han conformado -- con tener su pequeño público entre los aspirantes-teatrales o pequeños grupos muy interesados en su zona de operaciones; ante la falta de una influencia mayor se contentan con un pequeño prestigio o un triunfito pequeño burgués, reproduciendo en

su sector y a pequeña escala las mismas relaciones que el teatro institucional, a otro nivel, mantiene con su público;

Es muy frecuente la terminología "para-religiosa", el vocabulario de la experiencia religiosa que aparentemente esté más cerca de alcanzar la tentativa de comunicación, los animadores o guías se convierten en una suerte de sacerdotes del acontecimiento teatral.

Finalmente habría que señalar los rasgos de irracionalidad que ha tomado la argumentación de las vanguardias de los grupos marginales contra los profesionales que intentan, dirigiéndose a otro sector del público, la búsqueda de valores críticos a través de su teatro. Cuatro grandes temas se han convertido en obstáculos para la comunicación: que el trabajo sea o no "colectivo", que los mensajes sean o no explícitamente propagandísticos y agitativos, y también cierta oposición entre el logro estético y técnico y político.

Son temas para la discusión que no intentaremos, ni por asomo, dejar resueltos en estas páginas, pero que, por supuesto, requieren una mayor carga de reflexión crítica para eludir todo desgaste estéril y para evitar la confusión que hoy impide la consolidación de un movimiento teatral coherente que actúe efectivamente en varios sectores contra el aparato ideologizador del sistema.

Pablo Antillano

LO POPULAR EN LA TELEVISION VENEZOLANA

Joselo como riesgo y alternativa

"Lo venezolano" en nuestra televisión.-

Los diversos estudios hechos sobre la programación de la televisión venezolana han arribado a la indiscutible conclusión de que dicho medio está más cerca de representar las tendencias internacionales que aquellas que en algún momento pudiésemos admitir como venezolanas. Un alto porcentaje de los programas de cualquier canal, incluyendo el 8, del Estado, lo constituyen los famosos "enlatados", series filmicas de origen extranjero, generalmente -- norteamericanas. Pero, sin embargo, la situación se agrava aún más por cuanto ese porcentaje de programación restante, completado con las producciones hechas en el país, es susceptible de profundas críticas en lo que se refiere a su condición real "venezolana".

Generalmente, el grueso de estos programas nacionales se da en las telenovelas, series por entregas en la usual tendencia folletinesca. Dichas novelas, como es -

sabido, se limitan a copiar las tradicionales fórmulas de éxito internacional, incluyéndose en esta copia las situaciones, los conflictos y, por supuesto, las soluciones. Es obvio que mal podríamos encontrar "lo venezolano" en una expresión tan mediatizada y convencional como esta de las novelas. Pero, a pesar de ello, la trampa se difunde; el criterio común es el de considerar a estas novelas como "lo nuestro", y por lo tanto, cuando se exportan a otros países, se afirma - exportarse "nuestra cultura".

Por otra parte, la producción nacional restante a partir de las novelas se distribuye indistintamente en: 1) programas de concurso, cuya "venezolanidad" mal la podríamos encontrar en la burla y mofa que constantemente se hace del público que asiste a estos programas; 2) los musicales, hechos fundamentalmente en la copia de la estereotipada fórmula internacional y donde "lo venezolano" se limita a sofisticadas coreografías poco fieles con la manifestación folklórica a la cual pretenden representar; 3) programas cómicos, que por diversas razones a ser esbozados en este trabajo bien se podrían presentar como una alternativa viable para el logro de una expresión propia; y 4) aquellos espacios dedicados a los noticieros y programas de opinión cuyas características propias fácilmente podrían excluirlos de un análisis como el que pretendemos.

Encontramos así que de la producción de televisión hecha en el país los programas cómicos serían susceptibles, en un primer momento, de representar, con suficiente -

efectividad, la manifestación popular nacional. Sin embargo, es obvio que dicha posibilidad sólo se da a medias con muy escasos logros reales. Pero la alternativa está vigente. Es así como desde esta perspectiva podríamos entender esa tentativa del canal oficial, Venezolana de Televisión, de incluir, dentro de su producción nacional, una gran cantidad de programas humorísticos como alternativa accesible de representar "lo popular". Es evidente que si bien no es esta una alternativa única las otras posibilidades han sido claramente desdeñadas o mal utilizadas por los encargados de dirigir la producción de nuestra televisión nacional.

Pero observemos dónde está esa alternativa real de los programas cómicos. El análisis en detalle de los mismos, salvo escasas excepciones, anularía el criterio de mantener este tipo de programación como una posibilidad efectiva. Pero lo cierto es que esas excepciones, que torpemente se podrían tomar como una confirmación de la regla, por su logro formal bien pueden salvar la alternativa.

Joselo como fórmula efectiva.-

El caso de Joselo quizás sea el ejemplo idóneo para este tipo de análisis. Observemos que su popularidad, a pesar de lograrse gracias a los medios y la industria, no depende exclusivamente de estos porque la misma siempre se consolida gracias al comentario directo, al chiste y al refrán en las masas receptoras. Pero es evidente que dicha consolidación posterior no se debe exclusivamente a los me-

dios, porque de ser así los numerosos programas cómicos de nuestra TV recibirían idéntico espaldarazo, privilegio del que sólo parece gozar el espacio de Joselo.

Y es precisamente esa condición privilegiada la que nos permite suponer que detrás de Joselo y su programa hay algo más que una simple enumeración de chistes. Nos inclinamos por pensar que dicho espacio es un fiel reflejo formal del espíritu popular, y de ahí su éxito. Los personajes de Joselo, en clara diferencia con el resto de programas de su estilo, son extraídos de la realidad cotidiana y su desarrollo se da en la misma medida en que estos personajes se dan en la vida real. Quizás sea esta la llave de entrada, e se muy particular factor de que el espectador común identifi que en la TV una realidad dispersa que a él le atañe diariamente. Si a estas consideraciones le agregamos el hecho de que dicha identificación se logra de manera jocosas, festiva e inclusive irónica, arribaremos así a una razón satisfactoria que justifique el éxito de tan famoso personaje.

Mientras los restantes programas cómicos se pierden en chistes convencionales fácilmente repetibles en cualquier otra circunstancia no necesariamente nacional (de hecho muchos de estos chistes son copia de unos que ya han sido utilizados por programas similares en otros países), Joselo, por el contrario, se dedica a dar una manifestación profundamente limitada en el ámbito geográfico, no susceptible de ser admitida o entendida por cualquier otra persona que no maneje los supuestos sociales que Joselo implica.

Es así como el mendigo de Joselo es el mendigo diario de las calles caraqueñas y el simple hecho de verlo, por lo tanto, nos remite directamente al patrón que le ha dado origen produciendo la risa casi inmediata del que siente que algo propio de su realidad cotidiana está siendo representado a nivel general. Cosa igual sucede con el resto de los personajes: el policía, reflejo de alguna variante del hombre común que gracias a una simple gorra siente haber ascendido hasta altísimos estratos de un poder y una autoridad ficticios; el empleado público, siempre temeroso de ser despedido por no portar el carnet partidista de los que gobiernan; el pavo común, burda copia del prototipo de la juventud internacional rebelde en estrafalarias vestimentas y en un caló novedoso; y así, en igual medida, se repiten los casos del meonero, el motorizado, el disc-jockey y aún inclusive, el perro doméstico.

Obtenemos de esta manera que a un elemental nivel formal Joselo en sus personajes es absolutamente fiel con la realidad a la cual se dirige. Podríamos considerar también que la identificación entre el público y el personaje se da a un nivel general, porque si bien en algunos casos esa identificación se podría particularizar en determinados sectores sociales, la población restante lejos estaría de sentirse aislada, todo lo contrario, los identificaría de igual manera en la misma medida en que estos personajes le afectan en la vida real. Entendemos así que sus chistes y frases, por estos mismos factores, son rápidamente a-

similados por la masa receptora, que sin mayor dificultad, - los asume como propios ("eu", "mi mmmmmoto", "el perraje"... pa' laltobú"... etc.).

Así, frente a manifestaciones tan estereotipadas como las telenovelas, los diversos show de concursos y musicales, y más aún los enlatados extranjeros, Joselo se presenta como algo propio, exclusivamente venezolano.

El reflejo mediatizado.-

Sin embargo, es evidente que dichos personajes populares son hábilmente utilizados por los que manejan los medios. Si admitimos la existencia de una cultura dominante, necesariamente distanciada de la verdadera manifestación popular, que utiliza su poderío a fin de mediatizar ideológicamente a las masas receptoras, podremos entender entonces que esa esencia popular de los personajes de Joselo no se da de manera plena y espontánea. La limitación se -- presenta drásticamente reduciendo el chiste, que por razones evidentes es sólo un medio, en un fin en sí mismo. La palpable rebeldía que filtra el chiste popular, en cualquier variante, no aparece en el Joselo televisado.

Los personajes del cómico, si bien ya hemos anotado que formalmente son fieles con la realidad, siempre son presentados como si su existencia fuera normal y hasta inclusive necesaria; en ningún momento se dejan colar comentarios o situaciones que permitan sospechar que detrás de todo ese chiste cotidiano se esconde una tragedia no menos

persistente. La trampa, en efecto, es sutil. El público de ja entrar a Joselo como un miembro más de la casa porque, co mo hemos anotado, su efectiva representación formal así lo per mite, y una vez adentro el chiste se despliega obviando la verdadera esencia de la realidad que le da origen. En de finitiva, detrás de Joselo hay toda una maraña conceptual que permite dejar aquella trampa ideológica que convenga a los que controlan los medios.

Es esta la contrapartida y el riesgo de una efectiva fórmula de representación popular: a un simple nivel formal es ciertamente inobjetable, pero su verdadero fon do temático, lo que ello obliga y a lo que se remite, no deja de ser abiertamente cuestionable. Para los que rigen los me dios el caso de Joselo quizás sea su éxito mejor logrado, -- por una parte dan una verdadera manifestación popular en lo que a formas se refiere y por la otra, sutilmente, dejan es capar toda una serie de concepciones ideológicas que tienden a garantizarlos en su privilegiada concepción rectora, con todas las consideraciones políticas y económicas que esto implica.

C. M. R.

DOCUMENTOS

EL CONFORMISMO REVOLTOSO
DE LA CANCIÓN POPULAR (1)

Quisiera empezar por describir el paso de la canción desde el arte popular hasta "la industria del disco", para situar el problema en el contexto general de la industria cultural o de la industria de la diversión, que revela ser un elemento esencial para la recuperación del contenido virtualmente subversivo de la canción desde el momento en -- que aparece, en una emisora radial o un espectáculo televisivo, por ejemplo.

Antiguamente, cuando se pensaba en "canción", se imaginaba un autor, un intérprete, un instrumento; más aún, en el más simple de los casos, se pensaba en un solo autor - que interpretaba sus propias composiciones acompañándose de un instrumento. Es decir, se trataba del arte que mejor --- prescindía de un aparato tecnológico, el arte menos caro, el

más espontáneo también, surgido del sentir y de lo imaginario colectivo. Por lo general, estos cantantes que interpretaban la veta popular, cotidiana o épica, se encontraban con su público en la esquina de las calles, en las plazas de los pueblos o, más tarde y en el marco ya de una institucionalización mayor, en las "cuevas" cuya tradición se remonta, por lo menos en Europa, a la edad medieval.

No voy a enseñar nada a nadie si digo que actualmente la canción se despojó de ese carácter espontáneo que revestía tanto el proceso de su creación como el modo de contacto que permitía entre el autor o el intérprete y el público. La canción asumió un carácter comercial, entró de lleno en el sistema económico y social y, en consecuencia, como veremos más adelante, en la trama ideológica de una sociedad determinada. Se habla con toda razón de la industria de la canción, que no es sino uno de los sectores -el dotado de la mayor expansión quizá- de la industria cultural. En los últimos años la importancia del ámbito de la canción aumentó de modo particularmente llamativo y ostentoso debido al surgimiento decisivo de una nueva categoría de consumidores en el mercado de la diversión, de la moda y de la cultura. Este fenómeno, originado en las sociedades de abundancia, colonizó rápidamente una órbita mundial, a tal punto que más allá de las diferencias entre naciones, razas y niveles de desarrollo, se ha querido establecer a la juventud o, mejor dicho, a la "juventud", como signo unificador. Se trató, pues, de elaborar este común denominador, es decir, de orientar de modo determinado los gustos de tal

público. Tanto la canción cuanto sus intérpretes tuvieron - una suerte privilegiada en esta estrategia de captación de - un nuevo público, que se propone reabsorber este poder que - se le concede y que se define como poder adquisitivo. En lo concreto, este designio se resume en la promoción artificial y con todas las artimañas de tipo publicitario y financiero de una canción y de un cantante para que logren éxito. Los cantantes alcanzan la categoría de valores de consumo. Se hallan ligados a casas editoras que los descubren o los compran a otras firmas competidoras, y los publicitan sin tregua para hacer operar el capital que invirtieron. En la historia de la canción actual del mundo abundan estos casos más o menos escandalosos de subasta de artistas que gozan de éxito y popularidad, los ídolos, cuya exclusividad se disputan los sellos comerciales.

Para dar una idea de la amplitud del fenómeno "industria de la canción" conviene hacer el inventario de los ámbitos donde su influencia se verifica directamente, es decir, enumerar los principales subproductos que derivan de la canción explotada como valor bursátil. La descripción -- completa de todos los segundos planos económicos y comerciales de la canción requeriría un libro completo. Señalemos, a manera de ejemplo, cuatro sectores donde este nexo de la canción con el ámbito de la manipulación comercial es bien claro:

1. La prensa: semanal o mensual, se ha creado toda una prensa para cultivar el mito del ídolo, mantener al

fan al tanto del menor incidente, de la más pequeña anécdota de tipo sentimental o profesional, verídica o inventada, mensajes intrascendentes por excelencia de las revistas dedicadas a informar sobre emisiones de radio y TV, y sostenidas en realidad por una plétora de noticias acerca del ámbito de los ídolos de la canción.

2. La radio, la televisión y el cine: los programas o espectáculos musicales, son, de hecho, los que más se escuchan y se ven, y los que más gustan. Sea en la radio, la TV o el cine, se aprovecha al cantante al máximo: no solamente en grabaciones, sino también en entrevistas, reportajes y filmes que publicitan al artista y la canción, y revelan ser un gran negocio para la firma o el sello que posee en exclusividad el cantante. Uno de los aspectos del problema es que las relaciones del cantante con su público están falseadas: se recurre a trucos en la grabación, a técnicas como la del play-back en la TV u otras similares a las del music-hall en el cine; es decir que la puesta en escena del cantante está basada sobre el artificio.

3. La moda: la industria del vestido se insertó, sin tardanza, en la de la canción, para asegurarse mejor la clientela juvenil de los fans clubs. En los países industrializados los cantantes dan su nombre a un sello, una marca, una moda o una tienda. En Inglaterra, por ejemplo, la industria de los objetos, vestidos, fetiches, que llevan la marca de los Beatles goza de una prosperidad extraordinaria.

En otro orden de ejemplos, pero en el mismo orden de ideas, los ritmos son exportados, son moda. Hubo - la moda rock, la ye-ye, la beat, etc., y en tanto modas, integran el circuito comercial, el del consumo basado en la novedad, la decadencia del ritmo que ya se vendió bastante para favorecer el apogeo estridente del valor nuevo, que va a permitir rehacer las existencias de discos, renovar los programas, etc., en una palabra, que "será noticia" y, por lo tanto, será negocio. Pero ya se trata de un fenómeno más ambiguo, que puede vincularse con la promoción de algo realmente nuevo en el terreno musical, una verdadera creación, que no puede ser el objeto de una acusación indiscriminada. Hemos de volver sobre este punto.

4. El último ámbito donde podemos sorprender la canción en su vinculación con el circuito comercial es el de los lugares de reunión, donde el espectáculo es de orden rítmico y musical: desde las máquinas tocadiscos automáticas -- (juke boxes) de los barrios populares hasta las discotecas - de los barrios altos, pasando por los music-halls y los festivales provinciales, nacionales o internacionales.

En suma, en torno a la canción llamada popular se establece un mercado que configura todo el complejo - comercial de la canción. Podemos prever las posibles consecuencias de esta inserción de la canción en la cadena industrial: amenazas de estandarización, impedimentos a los verdaderos artistas, amenazas de censura o, por lo menos, de bloqueo y de postergación, cuando el contenido pudiera perjudi-

car los intereses de los grupos que manejan esta industria y cuando, en el nivel de la manifestación discursiva, el mensaje ideológico emitido por el texto o la línea temática de la canción se propone demistificar la realidad social en que se inscribe y hasta pretende incitar a la rebelión abierta, como es el caso de canciones locales recogidas en el repertorio de la canción popular comprometida por intérpretes o conjuntos nacionales que no voy a nombrar pues correría el riesgo de privilegiar de modo injusto a unos en detrimento de otros.

Aquí podría surgir una objeción absolutamente pertinente que consistiría en argumentar que, después de todo, esta "industria de la canción" tiene también sus sectores privilegiados, que hasta cumplen un cometido divulgando canciones poéticas, no exentas a veces de acentos subversivos o anárquicos, es decir, mensajes que apuntan en cierta medida a separar los conceptos burgueses del arte y de la moral. Desde una perspectiva internacional, pensamos en los Joan Manuel Serrat, los Bob Dylan, los Brassens, Jacques Brel, etc., y también, y por qué no, en los Tom Jones, los Beatles, cuyo poder de invención, tanto rítmico como temático, no se relaciona con las críticas que se le pueden hacer a la industria de la canción de estar basada sobre la trivialidad, el sentimentalismo y la estandarización. Es indudable que la industria de la canción ha dado su oportunidad a creadores genuinos, a verdaderos poetas, a auténticos genios (si la palabra no es demasiado fuerte, y no lo es), y

les ha proporcionado un público insospechado hace un siglo e
trás, que por primera vez es posible gracias a esta divulga-
ción masiva que permiten el disco y la radio. No es, pues,-
a la divulgación masiva a la que hay que culpar en sí, sino
a la ideología que la manipula, y que procede de tal modo que
para un Joan Manuel Serrat haya diez Raphael y veinte Pollo
Fuentes o sucedáneos, para hacer entrar en éxtasis a un públi-
co de calcetinas.

Sería interesante hacer algunas referencias
de tipo empírico que permitan establecer que los efectos de
la canción llamada popular, en apariencia tan inocente, son
particularmente notorios en la capa inferior de la sociedad
que, una vez más, se torna sector neurálgico. Estos datos,
obtenidos mediante una encuesta a la juventud, permiten per-
filar un esquema de discriminación fundamental, en lo atinen-
te a la recepción de los contenidos de valor y las pautas de
comportamiento que estos mensajes conllevan. Si bien los jó-
venes estudiantes, los universitarios sobre todo, tienen am-
plio acceso al cine, al cine-arte especialmente, a obras lite-
rarias y a revistas de información cultural general (a veces
especializada) como a la radio, los jóvenes de capas inferio-
res, por ejemplo, los adolescentes de los medios obreros, no
tienen acceso en forma masiva a otra cosa que no sea la ra-
dio. Ahora bien: de más está decir que la radio es el medio
de comunicación que más divulga a los cantantes de moda y --
los "valores" de la canción que se desea promocionar más o me-
nos artificialmente. Por lo demás, es merced a esta abundan-

cia de programas de canciones que se mantiene en estos sectores una elevada cantidad de oyentes.

Entonces, primera discriminación: los medios populares no se benefician con este requisito que condiciona, indudablemente, el aporte feliz de la cultura divulgada por los medios tecnológicos, a saber, la necesidad de una compensación entre los distintos medios de comunicación, necesidad esta importante, primordial desde el mero punto de vista del equilibrio sensorial y psíquico. En efecto, es una teoría - generalmente admitida que un sentido hiperestimulado lleva a un estado de sopor. El efecto narcotizante, subliminal, del medio de comunicación tecnológico en sí adquiere toda su magnitud al volverse obsesivo el hábito de escuchar la radio, - por ejemplo, y al no ser complementado y equilibrado por el acceso a otra fuente de emisión de mensajes.

Séguno nivel de discriminación: el de los valores. Si los universitarios, por ejemplo, tienen acceso en el dominio de la canción a una producción pluridimensional donde los efectos hipnotizantes de la canción "rosa" se hallan compensados y, en cierta medida, anulados por el hecho de escuchar, ya sea en discos u otro medio, folklore, -- canciones de protesta (audición que está orquestada por un universo informativo cultural más rico), es fácil darse cuenta, en cambio que las clases inferiores se hallan masiva e indiscriminadamente sometidas a los ídolos. Ellos dominan su universo informativo. Sus referencias están determinadas por este culto. ¿El héroe de un obrero?: "José Alfredo Fuen

tes, porque gana mucha plata con solo cantar". ¿La heroína de una obrera? "Fresia Soto, porque es bonita y viaja mu---cho".

Estas declaraciones nos imponen detenernos - en la ideología que manipula este culto de los ídolos. No podemos olvidar que el ídolo, no existiendo sino en y a través de una cultura de masas, sirve a intereses comerciales - que participan de las estructuras de poder que orientan el - contenido de los símbolos. En esta perspectiva, el ídolo re presenta en realidad el mecanismo clave que permite a la ideología dominante aislar a la juventud en lo que llamaría la - "juventud", es decir, encerrar a los jóvenes en un espa- cio autónomo, un espacio neutro, separado de la realidad concreta, de la realidad social dada, para distraerlos mejor del derecho a incursionar en un mundo llamado peyorativamente "po- lítico". Es decir que, paralelamente al orden social, donde los adultos agitan sus intereses contingentes y trascendentes, se forma el "orden juvenil", inocente, ignorante, pre- servado, mimado por el ámbito del consumo que le proporciona diversión, ídolos, moda, música. Tal "orden" polariza los in- tereses sobre un estilo de vida, un estilo de ser joven que se da siempre como universalizador, que desconoce las discriminaciones fundamentales, las cuales desde un principio impiden, si se posee una lucidez mínima, considerar el fenómeno juvenil como un fenómeno totalizador, que cubra la gran distancia provocada por la desigualdad notoria de oportunidades y expectativas que experimentan los jóvenes.

El elemento más significativo de esta estrategia de despolitización o de mistificación de la juventud es, sin lugar a dudas, la forma de agrupación que esta ideología latente valoriza, a saber, el fan's club, privilegiado porque canaliza los instintos gregarios en una dimensión llamada "inofensiva", que no comete agresión alguna contra los valores tradicionales del orden burgués. En este sentido, es mucho más inocente que las agrupaciones de estudiantes o de obreros, y asimismo, en otro orden de ideas, los talleres donde se trata de concretar otro concepto del arte, sea en el teatro, el cine o la canción. Para quebrar la máscara de la seudorrebeldeía que suele cultivar la canción popular, que suele servirle de fachada publicitaria, conviene situar el problema en la paradoja que nos propone el título de esta charla: "El conformismo revoltoso de la canción popular". El calificativo de "revoltoso" se relacionaría con este estilo "nueva frontera" que confiere la juventud a sus actitudes, a su moda, a la manera que tiene de adornar su cuarto con los posters del Che Guevara, o con las máximas subversivas: "Sean realistas, pidan lo imposible", "la imaginación al poder", etc., que estudiantes franceses inscribieron sobre los muros de París durante la revolución de mayo, y que una vez arrancadas de su contexto de lucha callejera, de enfrentamiento ideológico, se encontraron totalmente frustradas como lemas de la praxis revolucionaria.

Los ritmos ye-ye, los ritmos go-go, no son testimonios sino de este anticonformismo epidérmico que no

sobrepasa el nivel poco comprometedor de la apariencia, y no emprende sino una lucha muy superficial contra los tabúes -- que aseguran la preservación del orden. Green manifiesta su liberación, la ruptura con las convenciones y costumbres burguesas establecidas, al conformarse con desencadenar la censura y las reacciones escandalizadas del otro polo generacional.

Basta con descifrar el segundo nivel de las revistas de ídolos, por ejemplo, y con desenmascarar la turbulencia aparente y el desorden estrafalario que presiden -- las exhibiciones de los ídolos para darse cuenta de que las distintas subestructuras que arman estos discursos o estos mensajes convergen, en realidad, hacia el conformismo. En el segundo nivel, el ídolo es un ejemplo de personalidad conforme con el orden; respeta y sacraliza los valores exclusivos de la realización sentimental y de la vida privada. (Ahora bien: es conocido el eterno valor conformista del corazón.) El ídolo valoriza un esquema de vida tranquila, individualista, que excluye toda instancia de solidaridad y de compromiso con la sociedad en que vive. Cuando se lo sorprende en su ambiente familiar, es siempre para describirlo como un -- buen hijo y un buen padre. Modelo de conducta en la esfera íntima, lo es también en la esfera de la ciudadanía. Un ejemplo: Johnny Holliday hace su servicio militar. En una época donde los jóvenes se interrogan sobre el valor de esta institución, y hacen converger sobre este tema todas sus críticas al sistema, la revista de ídolos más leída de Francia

festaja el acontecimiento con una tapa en colores donde se ve a Johnny sonriente, triunfante, en uniforme. Las virtudes familiares en coincidencia exacta con las virtudes cívicas. En suma: un ciudadano perfecto. Los ejes en torno a los cuales se afirma la normativa que se desprende de estos mensajes son, por una parte, lo frívolo, que acata las innovaciones de la moda -sea de indumentaria, sea automovilística-, y, por otra, un conformismo esencial, en lo atinente a las grandes opciones frente a la vida y al papel del joven en el mundo.

Conformismo también, disfrazado de irrisoria rebeldía en cuanto a lo que la canción popular deja percibir en su aproximación al concepto de arte. En efecto, aunque no puedo basarme en un estudio detenido de la letra de esta clase de canción popular, y he de conformarme con algunas rápidas líneas generales, con toda la injusticia que -- tal determinación implica necesariamente, no creo aventurado decir que todos los caracteres de la canción de moda están dominados y resumidos en uno: la estandarización; "ritmos estandarizados-evasión estandarizada-expresión colectiva estandarizada". Las canciones se fabrican en cadena a partir de moldes bien definidos, que son por los demás poco numerosos. La sustancia simbólica no varía sino en una proporción muy débil. Por lo general, demuestra una relación fija entre un repertorio de imágenes y un repertorio de significados amorosos. La renovación de la nomenclatura de -- los rasgos simbólicos es muy limitada. Se confiere personalidad a una canción merced a artificios de orquestación, a

efectos de puesta en escena, a cierta técnica personal que - la mayoría de los cantantes llegan a adquirir. Pero todo es tos efectos están puestos al servicio de la trivialidad estándar. Hay, quizás, excepciones. Algunas melodías pueden adjudicarse cierta pretensión poética y folklórica. Pero, - por lo general, "estas canciones se pasean por el universo - de una soledad manufacturada, que no es sino la pobre expresión de una muchedumbre que se aboca al problema real de la soledad". O bien tratan de ser la expresión eufórica de un optimismo contagioso. Crean la imagen ficticia de un mundo feliz. Son las canciones del escapismo, a las que el ritmo otorga otro poder subliminal, otra carta de narcotización.

Puesto que hablamos de ritmo, interesa quizás aludir al tema de la universalización de los ritmos. Algunos ven en dicho fenómeno la primera y esencial amenaza para que la canción local llegue a ser una expresión íntegra e integral de una realidad cultural determinada o de un sentir autóctono. Vale decir que la universalización de los ritmos sería, para los que le temen, la manifestación del avasallamiento irreversible de los valores musicales y temáticos nacionales; en otros términos, la manifestación tangible del fenómeno de dependencia o de alienación, que se percibe en el ámbito cultural en su conjunto, tanto más inquietante cuanto que viene acompañado, en el dominio particular de la canción, por este poder hipnotizante que subrayaba antes. Si bien es cierto que la juventud se identifica con ritmos exportados, con los ritmos beat o soul, por ejemplo, no se debe atribuir a esta identificación un valor forzosamente negativo.

No hay que negar la creación artística, pero siempre que -- tenga este valor un poder universalizador, que precisamente permita participar a un público muy vasto de rasgos expresivos renovados, el encuentro con una forma de recibir estímulos, de sentir el mundo, cada vez más amplia y desprejuiciada. En el momento actual, rehusarse terminantemente a adoptar estos ritmos equivaldría a caer en el oscurantismo y -- querer encerrar al espectador o al oyente en un complejo de provincianismo; más aún, sería negar al auditorio una experiencia interpretativa nueva, frustrar su encuentro con una manifestación del arte, siempre que, evidentemente (hay que apresurarse a decirlo), esta importación de ritmos extranjeros no implique, en primer término, la recepción de lo más barato, de los productos de menos valor y quizá ya añejos -- en otras latitudes, y, en segundo lugar, no signifique facilidad y apatía para los círculos interesados en promover la canción en el ámbito local. Es necesario que esta adaptación o este cultivo de los ritmos llamados modernos no se haga en detrimento de la búsqueda de los valores autóctonos o continentales. Por lo demás, en esta necesidad reside su primera garantía de porvenir y de relativa libertad. No -- obstante, el recurrir a estos ritmos "modernos" puede constituir una excelente fórmula para difundir una temática que se contraponga a los valores de sentimentalismo y trivialidad que alimentan en forma redundante la fraseología de la canción de consumo.

Es en este preciso lugar donde se realiza el encuentro sutil de la línea musical y de la línea temática

que quisiera introducir el tema de la canción de protesta.

Evidentemente, la canción de protesta, que tiene una larga tradición en cuanto intérprete de la determinación liberadora de los pueblos, invierte los términos en - que hemos planteado la canción llamada popular, o la canción de moda. A través de la emoción que procura la forma musi-- cal, esta canción de protesta pretende abrir al receptor a - la verdad, suscitar su lucha en pro de los valores de justi- cia, de solidaridad y de liberación. Sus acentos subversivos ocupan el lugar de los cantos revolucionarios y sus intérpre- tes se convierten en testigos e investigadores de la lucha so- cial. El orden los persigue y encarcela. Pero sucede tam-- bién que permite su existencia y promueve su producción por- que está confusamente convencido (y seguramente tiene razón) de que la canción de protesta, por subversiva que sea, está destinada a ser recuperada en gran medida por el intenso universo de superficialidad y de estandarización que le propor- ciona el marco de la industria cultural. Las relaciones de contigüidad que un determinado mensaje subversivo traba con los múltiples mensajes que, contribuyendo a postergar el po- sible surgimiento del sentido crítico, ensalzan y promueven el orden imperante, castran su valor de portavoz de una vi- sión demistificadora de la realidad.

No se trata en absoluto de restar valor a la canción de protesta, sino solo de interrogarse sobre su po-- der real, en cuanto arma en la lucha social. En efecto, da- das las líneas de fondo que estructuran la llamada cultura -

de masas, no es pesimista decir que la canción de protesta se resume en hacer ruido, fuera de los pequeños círculos -- donde su gravitación corresponde a una conciencia social y política más formada. Este interrogante se integra, por lo demás, al problema más amplio de la posibilidad de un arte revolucionario, cuando está destinado a influir en un sistema que no corresponde a su aspiración.

Además, creo que es traicionar la canción de protesta enfocarla únicamente en su valor de instigadora de la lucha social; es defraudar el mensaje artístico que conlleva, si se trata de una canción lograda. En efecto, todos sabemos que una canción que se caracteriza por divulgar un mensaje de naturaleza propagandística corre todos los riesgos de ser muy mala, dogmática, burdamente manipulada por una ideología que fuerza su valor de expresión.

Aquí radica, a mi juicio, el problema: en este encuentro sutil de la línea musical con la línea temática que aborda la canción en su originalidad genuina, en cuanto medio de comunicación y arte de comunicación, capaz de -interpretar constantemente la historia, y más allá de esta, la gran mitología, o si se quiere, la poesía, que en su carácter de valor universal y eterno destila -tanto en su acepción épica como en su acepción intimista- los temas permanentes de la tensión hacia el amor, la belleza, la libertad.

NOTAS.-

- 1) Esta charla fue pronunciada en el marco del Segundo Festival de la Canción, organizado por la vicerrectoría de Comunicaciones de la Universidad Católica, manifestación que testimonia el compromiso de la universidad con la orientación de la cultura popular.
En la presente versión se respetó la forma hablada y el carácter espontáneo y directo de esa charla, destinada a un público general. Quisiéramos señalar que, dada su rápida elaboración, este documento no pretende ofrecer un análisis acabado de la canción popular, sino más -- bien, delinear un esquema para guiar las reflexiones del público oyente o lector y sugerir algunos temas que sería de interés profundizar. Las referencias teóricas - fundamentales se apoyan en los planteos desarrollados - en los distintos artículos de la revista nº 3 del CEREN, "Los medios de comunicación de masas".

Michèle Mattelart

GUIA BIBLIOGRAFICA

GARATE, Gotxon
MARX Y LOS NACIONALISMOS SEPARATISTAS
S. Miguel, Bilbao, 1974

El hecho de la pluralidad cultural está íntimamente asociado al problema de las nacionalidades. Es imposible hablar de cultura nacional, en sentido arquetípico o futurista, sin referirse al modo de comprensión de la "identidad nacional".

Marxismo y nacionalismo son dos corrientes - que en su praxis de liberación nacional de los pueblos han - entrado bien en confluencia, bien en confrontación. Como -- cierto marxismo trata de reducir el problema del nacionalismo a engendro del régimen capitalista por el hecho de que la burguesía lo ha utilizado como arma ideológica, sus opositores afirman que marxismo y nacionalismo se excluyen mutuamente, ya que el marxismo niega el sentido nacional.

Ahora bien, el problema nacional en el mar--

xismo ha sufrido numerosas mediaciones o interpretaciones a través de Lenin, Stalin y Mao, por no hablar más que de las figuras representativas. Por eso las divergencias provocadas por la práctica histórica y su correspondiente teoría o bligan a buscar los puntos de coincidencia, volviendo a las fuentes comunes, y en concreto a Marx.

De los estudios que han recurrido a Marx pa ra responder a la problemática "nacional", son conocidos los de Mehring, F., Bloom, S. y Davis, H. Sin embargo, aun reconociendo que la obra de Bloom es la más profunda y significativa en esa perspectiva, ninguna de ellas cubre cabalmente la teoría y praxis marxiana.

La obra de G. Gárate trata de llenar esta laguna con un estudio globalizante de la teoría de Marx sobre el problema nacional.

En primer lugar (I Parte) trata de esbozar lo que llamaríamos la teoría del principio nacional en Marx, a partir del análisis minucioso de sus obras. En segundo lugar (II Parte) atiende a la investigación de los análisis prácticos de Marx respecto a los movimientos separatistas de su época. No se olvide que en Europa precisamente el si glo XIX en que vivió Marx fue el siglo del renacimiento nacional, en que numerosas naciones (Polonia, Irlanda, Hungría, etc.) intentaron formar Estados independientes.

Exponemos brevemente el hilo de las conclusiones a las que llega G. Gárate. Tanto Marx como Engels -

han concebido la historia de la humanidad como una lucha de clases, y según ellos antes de las formaciones nacionales la sociedad ha estado sometida a este enfrentamiento antagónico. Sin embargo, la enemistad de clases se ha bipolarizado de -- forma tan acentuada en la sociedad industrial que se puede -- hablar de la existencia de "dos naciones" dentro de las na-- ciones industriales: la nación de los propietarios y la na-- ción de los trabajadores.

La nación, pues, bien se delimite étnica, -- lingüística, geográfica o socio-políticamente según los di-- versos contextos, no es sino un momento particular de un gru-- po determinado de hombres en camino al comunismo, y al prole-- tariado corresponde reivindicar la verdad sobre lo que debe ser una nación libre.

Según Marx, el proletariado recibe el desti-- no de emancipar al hombre y liberarlo también con su praxis revolucionaria de las quimeras forjadas por el Estado, pues las formas políticas de soberanía e independencia de los Es-- tados, aunque revistan el ropaje más noble y desinteresado, se basan en último término en las relaciones entre los po-- seedores de los medios de producción y los productores inme-- diatos.

Por eso, "es totalmente necesario --explica G. Gárate-- tener en cuenta esta concepción de Marx sobre el Estado si se quiere comprender en su justo valor la oposi-- ción que demuestra a todos aquellos movimientos nacionales

que buscan como fórmula de independencia el Estado burgués, posponiendo los intereses revolucionarios" (p. 151).

Engels, a su vez, matiza esta concepción añadiendo que, a pesar de que el Estado es en sí una fuerza opresora, es a la vez el dinamómetro que mide la fuerza vital de un pueblo, la capacidad de la burguesía en una época determinada de la historia para organizar su explotación en una escala nacional.

Tanto en Marx como en Engels la función histórica de la nacionalidad queda supeditada a la revolución social.

Los pueblos que no han sido capaces de realizar la revolución burguesa tienen que ser uncidos a otros más vigorosos, "pues un pueblo que no ha sido capaz de realizar la revolución burguesa, tiene pocas probabilidades de llevar a cabo eficazmente la revolución proletaria" (p. 153).

El autor no deja de expresar sus recelos ante la dogmatización de estos principios, pero en todo caso deslinda claramente sus opiniones personales del curso de la investigación.

Por la vigencia del tema en los países que luchan por su descolonización y por el valor del aparato crítico empleado, la aportación de G. Gárate es inestimable tanto para la politicología como para las ciencias sociales.

J. M. A.

MUGGIATI, Roberto
ROCK, EL GRITO Y EL MITO
Siglo XXI, México, 1974

El libro de Roberto Muggiati trata de un análisis muy exhaustivo sobre la "música pop como forma de comunicación y contracultura". Muchos son los libros que se han escrito sobre el tema pero la mayoría de ellos no pasan de ser una lista enumerativa de los grupos y canciones que han surgido dentro de este tipo de música.

Roberto Muggiati no sólo nos dice lo que es el rock -"la palabra rock engloba una variedad de formas musicales que van desde el chillido gutural y la percusión primitiva del folklore hasta los sonidos electrónicos más depurados y abstractos"- sino que también nos habla de cómo el rock se ha introducido en la cultura de masas a través del "deslumbramiento que ha creado la tecnología de los medios de comunicación" "Pues el rock no nació con la televisión y los cassetts o las guitarras eléctricas, el rock nació de un grito, el primer grito del esclavo negro al pisar su nueva tierra, América".

Además de esta introducción y de una conclusión, el libro está formado por cinco ensayos básicos. Estos pueden leerse aisladamente y reunidos forman un mosaico de esta música, que es uno de los testimonios más importantes sobre el estado de la cultura occidental. Cada ensayo -

trata de un tema específico:

1.- Rock y revolución: música y política.

Dentro de este título del primer capítulo - del libro, ¿cómo ubicar en su verdadera dimensión la música de rock? "No es, como pretenden algunos un poco de pimienta en la cena nuclear de la televisión". Pero tampoco el rock será la revolución, como quieren otros, de la contracultura. Desarrolla la idea de que todo el panorama de la actual cultura norteamericana, y de su contracultura, conduce a la unión entre canción y revolución. Al lado de un capitán del ejército norteamericano que afirma que el rock contribuye - al consumo de drogas, está Bob Dylan que dice que el rock - es lo que fue la Marsellesa para la Revolución Francesa, el rock es la revolución.

2.- Música Blanca y Música Negra.-

No se puede pensar en rock sin evocar la imagen de aquellas infinitas máscaras negras que se puso el blanco, en el proceso evolutivo de la sociedad norteamericana. "El blanco ha sido siempre, invariablemente, atraído - por la música del negro norteamericano". El rock surge con el primer grito del negro, pero se eleva con la guitarra del blanco. Jimi Hendrix ofrece un ejemplo dramático del dilema del músico negro de hoy, "Hendrix fue el primer artista negro que se sumergió de cabeza en el rock blanco, y venció". Recuperó lo que los negros habían perdido por mucho tiempo. "Esa frontera, esa tierra de nadie, fue conquistada por la

lógica y la belleza de su música".

3.- Rock y tecnología: canción y comunicación.

El rock es el resultado de la aplicación de la tecnología del siglo XX a formas musicales originariamente sencillas, de raíces folklóricas. Pero a pesar de la "era tecnológica", en el caso del rock, una de las primeras cosas que llama la atención es la extraña persistencia del modelo folklórico original. Conjuntamente con las adaptaciones tecnológicas que sufren los instrumentos, también surgen nuevas instrumentaciones y nuevas maneras de interpretar, pero la canción de rock sigue arraigada a su matriz folklórica:

4.- Underground vs. Establishment: Canción y consumo.

Uno de los puntos más complejos en la discusión del rock -y de cualquier manifestación cultural- es de terminar en dónde termina lo "nuevo" y en dónde empieza, a través del mecanismo de la "Industria Cultural", su "dilución". Nacida de la protesta y de la rebelión, la contracultura empieza a ser absorbida por la cultura oficial, cada vez más rápidamente. El autor afirma con una ligera ingenuidad que "hay también una contrapartida: al absorber elementos de la contracultura, la cultura oficial se deja modificar, y es posible que, con este proceso de absorción, - esté firmando su propia sentencia de muerte". Nos sigue pareciendo ingenua esta afirmación.

5.- El grito y el mito: una minifenomenología del rock.

Como música, el rock sólo puede encararse en esta perspectiva de mito, o sea, sólo admite traducción en el lenguaje de la misma música, aunque se hayan realizado diversos intentos de "explicar científicamente" el fenómeno musical. "En un mundo frenéticamente empeñado en fabricar inutilidades que impiden al hombre mirarse de frente, el ex Beatle fue uno de los que llegaron a lo fundamental. Su vocabulario vital -love, mother, pain, remember, find out, tec- a- barca aquellos conceptos claves que son los únicos capaces - de englobar la experiencia existencial de nuestro tiempo (.. .). En las palabras del guitarrista Eric Clapton: "Nuestro problema es universal: cómo encontrar la paz en una sociedad hostil. Queremos expresar esta búsqueda a través de la música, ya que ella es nuestra voz más elocuente".

Al final el libro de Roberto Muggiati concluye con una pequeña bibliografía sobre rock/contracultura, una discografía y una filmografía selecta. Y termina diciendo que en materia de música, lo que realmente vale la pena es ver-oir-sentir-meditar.

Este libro de Roberto Muggiati contribuye a enriquecer y sobre todo a clarificar el panorama en que nació, creció y sigue viviendo esta música de la cultura occidental.

M. B. E.

BOAL, Augusto
TEATRO DEL OPRIMIDO Y OTRAS POETICAS POLITICAS

La Flor, Buenos Aires, 1974

Desde Aristóteles hasta nuestros días, Teatro y Política han sido dos conceptos en íntima relación puesto que todo teatro es política ya que todas las actividades del hombre son políticas y el teatro es actividad humana.

Esta es la apertura del libro de Boal y este es su resumen. Para demostrar esta idea desarrolla o mejor dicho populariza todas las ideas filosóficas en torno a la tragedia griega partiendo de Aristóteles. Evidente que son muchas las apreciaciones subjetivas del autor brasileño; lo esencial es su original estudio tratando de demostrar que -- siempre el teatro ha estado gobernando al público. Por eso concluye: "Que no quepa la menor duda: Aristóteles formuló un poderosísimo sistema purgatorio, cuya finalidad es eliminar todo lo que no sea comúnmente aceptado, incluso la revolución antes que se produzca. Su sistema aparece disimulado en la TV, en el Cine, en los circos, en los teatros. Aparece en formas y medios múltiples y variados. Pero la escuela no cambia: se trata de frenar al individuo, de adaptarlo a lo que pre-existe. Si es esto lo que queremos, este sistema sirve mejor que ningún otro; si, por el contrario, queremos estimular al espectador a transformar su sociedad, en ese caso tenemos que buscar otra Poética".

Y después de pasar revista a las formas teatrales desde la época feudal hasta nuestros días con el teatro del absurdo o del pánico, viene a desembocar en esta obra Poética, la Poética del Oprimido.

El cambio es radical y substancial. Antes - los espectadores adoctrinados con una ética social predispuesta y presentada para ser aceptada; ahora el espectador - actor, se adueña del teatro.

Surgen dos ensayos o movimientos que no se presentan como soluciones últimas y definitivas sino apenas como dos caminos transitados ya, pero que abren la puerta a otras muchas experiencias similares con tal de que posean la base fundamental.

1) Una experiencia de teatro popular en el Perú.

La experiencia se realiza por los años de - 1973 y como una de las soluciones dentro del sistema de alfabetización, inspirado en Paulo Freire.

Finalidad: Transformar el pueblo "espectador" ser pasivo, en el fenómeno teatral, en sujeto, en actor, en transformador - de la acción dramática".

Con este sustrato común se ofrecen varias opciones como pueden la del teatro periodístico donde a partir de un hecho de actualidad, unos actores transforman las noticias de diarios o de cualquier otro material no dramático en escenas teatrales.

Se realiza de diversas formas: Lectura simple

de noticia destacándola del contexto del diario, lectura cruzada de dos noticias; lectura complementaria agregando a la noticia datos e informaciones omitidos en los diarios y en fin la misma noticia, cantada reforzada con diapositivas -- etc... Toda una gama de experiencias que llevan a reforzar la finalidad propuesta.

Con esta forma del teatro periodístico se ofrecen las parecidas versiones del teatro invisible, del teatro-fotonovela, del teatro-mito, del teatro juicio.

Es evidente que a estas formas teatrales con llevan una técnica muy característica para hacer desarrollar y aprovechar al máximo las cualidades innatas del hombre de la calle.

2) Sistema Comodín.

Es indudablemente más compleja la experiencia. Nace con el teatro "arena de Sao Paulo" que se inicia por el año de 1956 pero que no culminará sino con la obra - "arena cuenta Zumbi".

Su propuesta fundamental es la destrucción de todas las convenciones teatrales. Se buscaba más contar una historia no desde la perspectiva cómica sino desde una perspectiva terrena, bien localizada en el tiempo y en el espacio: la perspectiva del teatro de Arena y de sus integrantes. La historia no era narrada como si existiese autónomamente: existía solamente referida a quien la contaba, - Zumbi. Era una obra de advertencia contra todos los males

presentes y futuros.

Precursor en su tanto de esta forma, "Historias para ser contadas" de Dragún y siguen su línea entre nosotros "Venezuela tuya" de Rajatabla.

Si en la experiencia del teatro popular del Perú se rompía la barrera entre espectadores y actores: todos deben actuar; en este teatro del Brasil se rompe la barrera entre protagonistas y coro: Todos deben ser a la vez coro o protagonistas.

Así tiene que ser la poética del Oprimido: -- la conquista de los medios de producción teatral en favor -- del pueblo, de un pueblo transformador de sus propias realidades.

I. I.

Adquiera COMUNICACION en:

CARACAS

LIBRERIA COOP-SU: Módulo 4, Planta Baja, Universidad Católica Andrés Bello, Apartado 29068, Montalbán.

LIBRERIA UCAB LIBRE: Módulo 3, Planta Baja, Universidad Católica Andrés Bello, Apartado 29068, Montalbán.

LIBRERIA SUMA: Calle Real de Sabana Grande, Nº 90. Tlf. 724449. Apartado 61346.

LIBRERIA CRUZ DEL SUR: Centro Comercial del Este, Calle El Colegio, Sabana Grande, Apartado 50222. Tlf. 715937.

LIBRERIA UNO: Calle El Colegio. Edf. Calle Real 92. Sabana Grande. Tlf. 714285.

LIBRERIA PARROQUIA UNIVERSITARIA: Universidad Central de Venezuela.

LIBRERIA DE SOCIOLOGIA: Universidad Central de Venezuela.

LIBRERIA DE COMUNICACION SOCIAL: Universidad Central de Venezuela.

LIBRERIA CENTRO: Centro Simón Bolívar, Pasaje Río Apure. Nº 196.

GALERIA DEL LIBRO: Esq. Camejo. Edf. Camejo. Local 1. Tlf. 450627.

LIBRERIA JULIO GONZALEZ: Zamuro a Dr. Díaz. Pasaje Zamuro. Nº 4.

DISTRIBUIDORA ESTUDIOS: Veroes a Jesuitas. Edf. Pas de Calais. Apartado 2885. Tlf. 811235.

suscripciones

"COMUNICACION" es un boletín bimensual sobre temas de comunicación y cultura, especialmente dirigido a investigadores de la comunicación y materias afines, profesores universitarios, estudiantes y en general, personas influyentes en el campo de la comunicación o que están interesadas en su estudio.

Está producido por el Centro de Comunicación Social "Jesús María Pellín", asociación civil sin fines de lucro, constituido fundamentalmente por profesores universitarios y especialistas de la comunicación.

Para suscribirse, favor dirigirse a:

Av. Monte Elena; Urb. El Paraíso
Apartado 20.133; Tlf. 42.40.01
Caracas, 102, Venezuela.

Precio de la Suscripción:

Para Venezuela: ₡ 25,00
Para el extranjero: USA\$ 7,00

Número suelto: ₡ 3,00



**CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL
"JESUS MARIA PELLIN"**

Apartado 20133 · Telefono 42 40 01
CARACAS (102) · VENEZUELA