

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION

Nº 48



Juventud '85

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

EQUIPO COMUNICACION

Jesús M. Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Berta Brito
Francisco Tremonti
Sebastián de la Nuez
José Martínez Terrero
Ronald T. Romero
César Miguel Rondón

ADMINISTRACION

Rosita Vásquez
Inés Sandoval
Jesús Pino

DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Nuñez M.

FOTO COMPOSICION

Ma. Eifalia de Posú

IMPRESION

Publicidad Gráfica León, S.R.L

SUBSCRIPCIONES

(4 números: 1 año)

Venezuela: Bs. 130,00 (aéreo)
América Latina: \$ 26,00 *
Estados Unidos \$ 26,00 *
Europa, Canadá: \$ 29,75 *
Africa Continental: \$ 32,00 *
Asia y Oceanía: \$ 34,00 *

* Dólares USA

NUMERO SUELTO: Bs. Bs. 30,00

Boletín COMUNICACION
CARACÁS (1020) - VENEZUELA



COMUNICACION - Depósito Legal pp 76-1331

● SUMARIO

PRESENTACION	4
---------------------------	----------

ESTUDIOS: JUVENTUD '85

● Juventud, Identidad y Medios de Comunicación	4
● La Pendiente Energética del Adolescente	12
● Manipulación Subliminal y Conciencia Crítica	18
● Crónica de una Debacle —la Juventud Venezolana de los '60 a los 80—	30
● Crónica Siniestra —Estereotipos de la Izquierda—	40
● Meta—Mensajes para la Juventud: Una Muestra de Manipulación Subliminal	49
● La Muerte en la Pequeña Venecia	59
● Haz lo que TU Quiera —Estudio Preliminar Sobre las Revistas Juveniles femeninas—	65
● Una Pedagogía Alternativa de la Comunicación para el Bienestar del Hombre	74
● Tipos Star: los Idolos Juveniles en los Medios de Comunicación	81

DOCUMENTOS

● Primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación Social ...	85
---	----

GUIA BIBLIOGRAFICA

● Cómo la Música Rock Influencia a la Juventud	90
● La Homogeneización Global de la Música Pop	93
● Discografía: Veinte Años de Pop en Venezuela (1964-1984)	95

INFORMACIONES	99
----------------------	-----------

• PRESENTACION

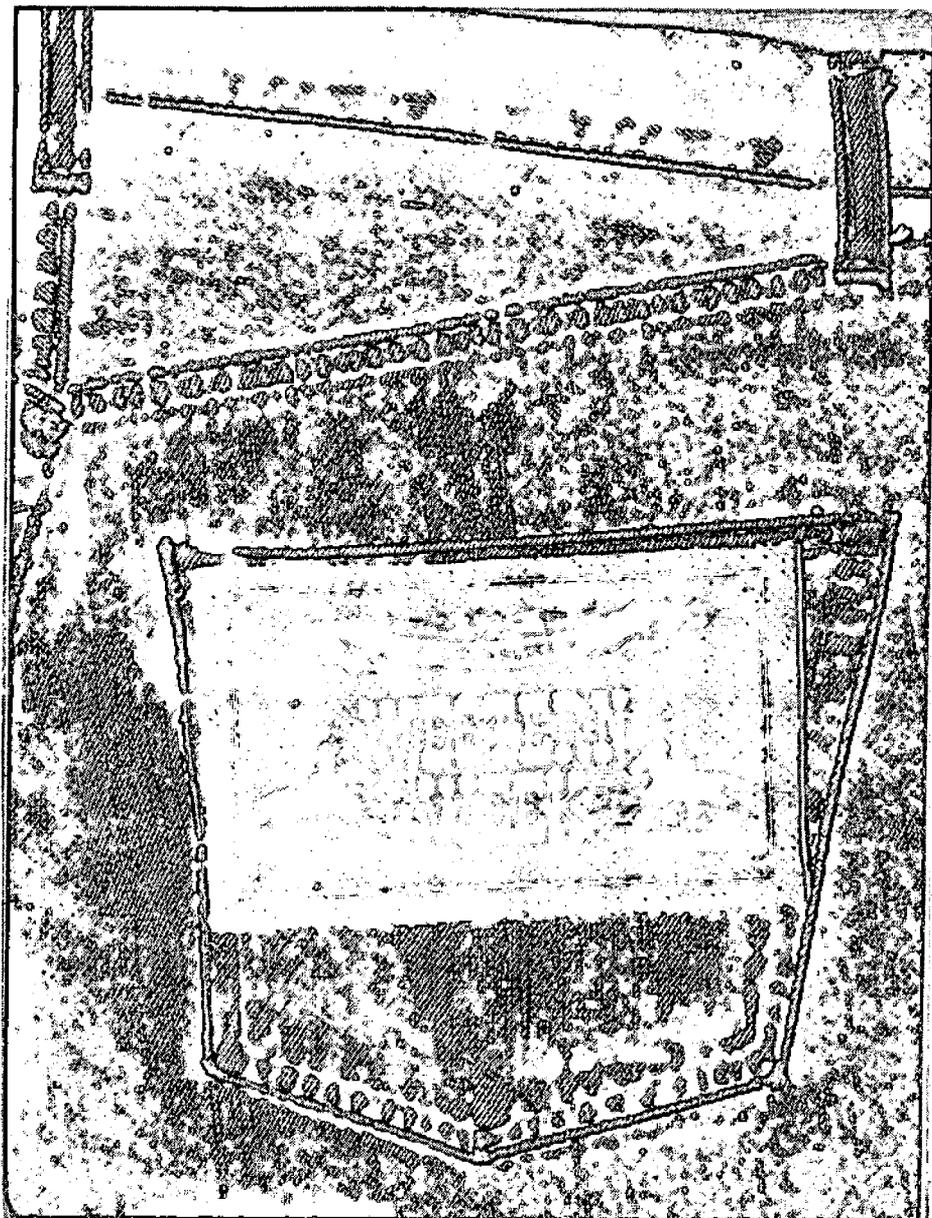
Es obvia la importancia del tema, por dos motivos fundamentales. En nuestros países los jóvenes hacen mayoría absoluta y, por lo mismo, en esta región del mundo son anchas las perspectivas de futuro. Por otra parte y en razón de los rasgos mismos que caracterizan a esa etapa de la vida humana, los jóvenes son también las víctimas preferidas de quienes al manipularlos, pretenden manipular el futuro. Desgraciadamente hay por ahí todavía demasiadas fuerzas adultas interesadas en que el futuro sea una simple prolongación del pasado.

Es evidente también que los medios de comunicación de masas han demostrado una terrible eficacia en ese arte siniestro de falsificar perspectivas y de manipular la mente y la conciencia de los jóvenes. Consumidores potenciales de objetos múltiples y de ideas. En verdad, nuestro proyecto primero era estudiar tanto el papel activo como el pasivo del joven dentro del mundo de la comunicación social. La realidad nos ha obligado a modificar parcialmente aquel proyecto original. Hemos comprobado que su papel genuinamente activo es aquí prácticamente nulo. Ello no impedirá que dejemos de formular algunas propuestas viables de actividad en este terreno.

En un número anterior (21) de nuestra revista estudiábamos los problemas comunicacionales que afectan específicamente al niño. En el presente centramos nuestra atención en quienes ya dejaron de ser niños, sin llegar a ser adultos todavía. Por cierto, como comprobará el lector, hemos considerado importante que no queden fuera los puntos de vista de los jóvenes mismos.

Existe también otra razón —coyuntural, podría llamarse— que motiva el tema elegido. Las Naciones Unidas han declarado a 1985 como el Año Internacional de la Juventud. ■

Juventud '85



• ESTUDIOS

Juventud, Identidad y Medios de Comunicación

MARUJA ARMADA

Pocas etapas de la vida han sido tan exaltadas como la juventud. Los esfuerzos por obtener el elixir de la eterna juventud y obras literarias como el retrato de Dorian Gray ejemplifican este anhelo, a veces un tanto nostálgico, del hombre occidental viviendo en una cultura signada por un profundo temor a envejecer y a la muerte. No obstante todo este halo en torno a la juventud "en abstracto", la respuesta de las sociedades hacia los jóvenes resulta a primera vista desconcertante, para inmediatamente después ponerse de manifiesto un alto contenido manipulatorio. En este sentido la lucha de los jóvenes por ser ellos mismos, por el ejercicio de un cierto grado de libertad, resulta explicable y justificada, aunque las formas que asume no siempre sean las más convenientes para ellos y para los "otros".

A los efectos de lo que a continuación expondremos, se considerará joven a todo aquel con una edad comprendida entre los quince y veintidós años, ya que es ésta una etapa preparatoria para el ingreso al mercado de trabajo, la formación de pareja y la paternidad.

Durante este período se combinan factores de índole muy diversa como anatómicos, fisiológicos, afectivos, intelectuales, sociales, culturales, económicos, entre otros, para convertirla en el continente de numerosas opciones contradictorias que dan por resultado incertidumbres, ambigüedades, avances y retrocesos, esperas ansiosas y riesgos impensados.

Margaret Mead y muchos otros antropólogos culturales y psicólogos sociales han alertado sobre la influencia de específicas configuraciones culturales y de determinadas organizaciones sociales en la producción y/o acentuación de las dificultades que la caracterizan. Se han escrito cientos, quizás miles, de libros sobre esta problemática, pero el saber que se ha venido acumulando no parece haber encontrado todavía el lugar que le corresponde en la mente de los planificadores sociales, ni tampoco en la de los políticos y otros dirigentes de la sociedad. El seguirla considerando como un tránsito le resta existencia propia. Para muchos, el hombre es inicialmente niño y después adulto. Las sociedades se planifican como si estuvieran constituídas casi exclusivamente por adultos, con un pequeño sector infantil que es tomado en cuenta fundamentalmente en lo que respecta al nivel de subsistencia. El nivel existencial es permanentemente ne-

gado en la implementación de políticas. En los grupos hacia los cuales van dirigidas, parece como si sólo existieran niños por alimentar y adultos que deben producir lo suficiente para garantizar aquellos aspectos de la subsistencia que no caen bajo la tutela del Estado. No se admite que, tanto el nivel de productividad como el efecto de la satisfacción de las necesidades de subsistencia, están íntimamente relacionados con el nivel existencial. De éste depende la posibilidad de disfrute en general, y la efectividad de la satisfacción de necesidades proporcionada desde el exterior. También de él dependen, en gran parte, la capacidad de tolerancia a la frustración, la posibilidad de expresar y recibir afecto y el aprendizaje. En la etapa juvenil el nivel existencial alcanza el máximo de conflictividad que se centra en torno a un complejo trabajo de reconstrucción de la identidad, tanto en sus aspectos más individuales como sociales.

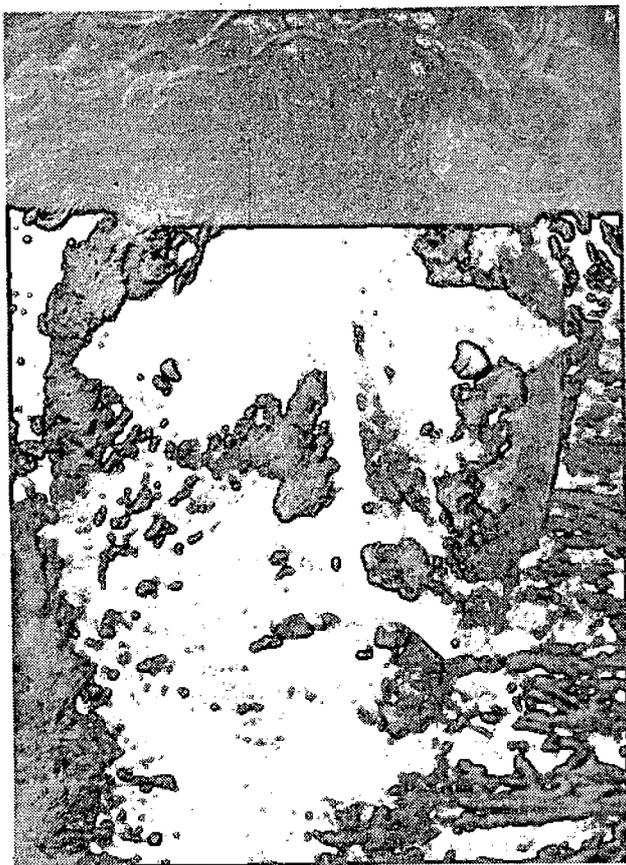
Pardójicamente en muchas de las sociedades a las que, injusta y despectivamente, se les ha denominado primitivas, se han generado respuestas a este problema que parecieran más efectivas que las que hasta ahora han intentado las llamadas modernas. En Samoa, por ejemplo, la juventud, aun con todas las alteraciones fisiológicas y antómicas, fué una época tranquila, más bien plácida. En otras se han elaborado complicados rituales de iniciación con arduas pruebas a superar que permiten cancelar definitivamente la etapa vital anterior. A esta última se le da una clara calificación social que contribuye a definir la representación del sí mismo del sujeto, en tanto miembro de una etapa que ya cubrió. Los rituales, la superación de pruebas y la instrucción durante estos ritos, dotan del conocimiento necesario acerca de las tareas a llevar a cabo en la etapa siguiente y de la preparación anímica requerida para lograrlo. Existen, además, normas definidas, recompensas, apoyo y orientación social que dan significado a la nueva etapa junto con un sentimiento de pertenencia y orgullo para el iniciado.

Cabría preguntarse ¿por qué las mal llamadas sociedades primitivas han logrado soluciones más acordes con las exigencias individuales y socio-culturales de esta etapa? ¿Qué pasa, entonces, en nuestras civilizadas y complejas sociedades modernas? y ¿por qué cada día parece más difícil ser joven y, sin embargo, quienes han dejado de serlo se empeñan en negarlo?

Explicaciones se han dado muchas. A medida que avanzó el conocimiento de los procesos de comunicación se postuló como problema central la incomunicación entre padres (adultos en general) y jóvenes. Con los numerosos y profundos cambios de los últimos veinte años, de los cuales una parte de la humanidad fué espectadora y otra autora, se conformó un mundo que contenía más cambios que todos los contenidos en la historia anterior, creándose, como consecuencia, una extensa brecha generacional en donde se ubicaron todos los problemas juveniles. Las rivalidades entre adultos y jóvenes en un mundo extremadamente competitivo y en donde la juventud es siempre una generación de reemplazo, también fueron consideradas.

Frente a las diferentes modalidades que asume la situación de la juventud en cada sociedad y en cada momento histórico, se ha mantenido como constante la problemática de la identidad. Esa búsqueda de sí mismo, ese perseguir las respuestas al conjunto de interrogantes que su situación peculiar le plantea: ¿quién realmente es?, ¿a qué pertenece?, ¿de dónde efectivamente procede?, ¿hacia dónde se dirige?

En medio de esa búsqueda e indagación, el futuro se presentó, hasta hace poco, como tentativo de las respuestas de la mayoría de los interrogantes y el vehículo de muchas de las soluciones a los problemas que estaban en la base de estos cuestionamientos. Se esperaba y deseaba que el tiempo pasara rápido. Mientras esto ocurría era necesario conseguir un lugar en la sociedad, un espacio en el cual el joven pudiera reconocerse a sí mismo sin la referencia a su pasado infantil o a su futuro adulto, sino a partir del "aquí y ahora", de lo que efectivamente era y estaba siendo. Se trataba un poco de detener el tiempo de la sociedad para reconocerse a sí mismo



o de apresurar su paso para poderse identificar con los miembros de ésta convencionalmente aceptados. Ninguna de estas alternativas parecía depender de ellos y una transacción ante el dilema lo constituyó el simple deseo de ser tomados en cuenta, de ser clasificados, no importa cuán negativamente se hiciera. A todos resulta familiar la conducta ruidosa de los jóvenes, las pandillas, su arrogancia y provocación compensatorias. Para esta época, no lejana, no sólo la solución individual se ubicaba en el futuro, sino que, a pesar de la negación que se hacía del joven en tanto miembro de su sociedad, siempre se reconoció que en este momento de la vida, incierto, ambiguo y conflictivo, se estaba gestando tanto el futuro individual como el colectivo. Hoy esta orientación del desarrollo humano con características lineales, irreversibles y, quizás, un tanto mesiánicas con respecto al tiempo, parece no poder sostenerse más. La conciencia de este cambio de orientación temporal apareció primero en el sector juvenil y, si se analiza su comportamiento social, sus manifestaciones artísticas, su artesanía e indumentaria, fácilmente pueden encontrarse indicadores del mismo desde hace casi dos décadas, lo que contrasta con la negación de su existencia de parte de los estudiosos.

Las características del mundo contemporáneo han obligado al joven a no devorar más el tiempo, sino a salirse de él. El futuro, en tanto miembro de esta sociedad, significa mercado

de trabajo sobresaturado, la dolorosa conciencia de que años de preparación y formación no encuentran oportunidad de ser aplicados ni aprovechados en forma alguna, la inminente confrontación entre naciones por motivos no siempre claros, y la posibilidad de una guerra nuclear. La juventud, que una vez luchó por un lugar dentro de la sociedad y por el reemplazo generacional oportuno, hoy parece verse empujada a la construcción de un espacio y tiempo sociales nuevos, diferentes a todo lo existente, pero que puedan albergarlos. La vida cotidiana ilustra con variadas situaciones estos intentos. Por ejemplo, los transistores con audífonos permiten compartir un espacio físico, pero no uno social ni tampoco el tiempo, así se esté en un autobús, el metro o un parque.

Los movimientos juveniles a través de sus diferentes formas de expresión, la música, la moda, especialmente el fenómeno punk, contienen intentos de creación de estos espacios y tiempos sociales diferentes y también de asegurarse la exclusión de los otros provocando desconcierto mediante el empleo de los más diversos medios de expresión de su desacuerdo con lo establecido.

Se tiene entonces que, a la constante complejidad en la conformación de la identidad del joven, se han agregado recientemente nuevos elementos que suponen un mayor grado de problematización. Los mismos están relacionados con la visión apocalíptica que pesa sobre ellos. Esta visión incide directamente en el sentimiento de mismidad o la sensación de continuar siendo el mismo, aun habiendo experimentado grandes cambios a través del tiempo. Dicho sentimiento se basa en la capacidad para integrar las representaciones pasadas del sí mismo con las actuales y con las que imagina tendrá en el futuro. Se trata de una integración que descansa sobre una concepción del tiempo como lineal e irreversible y que fué, hasta hace poco, alentada por las ideologías del progreso y modernidad. Ahora, este tiempo no parece conducir a ningún paraíso, ni a ningún fascinante espectáculo auspiciado por la revolución tecnológica, sino a un fin catastrófico, a una guerra nuclear de la cual es imposible esperar sobrevivientes.

El vínculo temporal de la identidad, que aporta el sentimiento de mismidad es, de por sí, difícil de mantener en la etapa juvenil debido a la atmósfera de transitoriedad que predomina en este lapso. Con esta calificación, a la etapa juvenil se le privó de un presente definido que sirviera de anclaje y referencia en la superación del conflicto entre pasado y futuro, individual y colectivo; conflicto en medio del cual transcurre el proceso de reconstrucción de la identidad del joven. Esta ausencia de presente facilitó la importación de ideologías juveniles extranjeras y con ello todo un estilo consumista y desarraigante que, lejos de dotar al joven de una identidad con sentido universal, lo único que pudo aportar fué una pseudo-identidad o una fachada, detrás de la cual esconderse. La universalidad pasa necesariamente por la integración y participación con lo local inmediato, lo contrario sería evasión y rechazo de la propia realidad para sumir, en su lugar, una supuesta participación en otra extraña, modificada por una aprehensión subjetiva en la que lo incomprendible y desconocido se llena con la proyección de elementos familiares y deseables.

En la propagación de ideologías juveniles importadas y generadas en las grandes potencias, surgidas como expresión de problemas diferentes a los nuestros, los medios de comunicación surgidas como expresión de problemas diferentes a los nuestros, los medios de comunicación masiva han jugado un papel preponderante. Por medio de ellos se ha comercializado y se ha estimulado las festividades juveniles que surgieron dentro de un determinado contexto y, en un momento dado, tuvieron un sentido y expresaron un mensaje, pero cuyo destino y decodificación fué rápidamente bloqueado.

Sin embargo, lo que sí parece haber perdido/transitoriedad dentro de la juventud es su carác-

ter marginal con respecto a la sociedad, debido a su necesidad de escapar de un futuro que aterrera.

La huída del futuro, como se señaló antes, tiene un efecto fragmentario en el vínculo de integración temporal de la identidad, pero se trata de un efecto diferente, totalmente nuevo, característico de la época actual. No consiste en ser eternamente niño, o joven o viejo precoz; tampoco en una integración cíclica de estos tres momentos vitales, porque no existe un tiempo social que la soporte y que permita una alternancia determinada de las representaciones del sí mismo correspondientes al pasado, presente y futuro. Se trata más bien de un sincronismo en donde se es en forma fragmentaria niño, viejo y joven al mismo tiempo. Esta situación afecta directamente al vínculo de integración espacial de la identidad, base del sentimiento de individualidad y unicidad, ya que en este caso, lejos de ser la identidad una unidad múltiple, constituida por diferentes representaciones del sí mismo, ligadas a características del sujeto y asociadas a experiencias relacionadas con ellas, lo que se tiene es un sincretismo desarticulado de diversas representaciones que puede bloquear en parte el aprendizaje y la planificación. También el vínculo social de la identidad, base del sentimiento de pertenencia, se ve afectado, ya que estas características de la identidad se manifiestan en un comportamiento extraño para los otros, bizárra, incluso.

En síntesis nos encontramos ante una nueva problemática en la conformación de la identidad del joven contemporáneo, caracterizada por serias deficiencias de los aspectos integrativos en el proceso ininterrumpido de su formación, lo cual le da un carácter sincrético y sincrónico que no sólo dificulta su propio conocimiento, sino su integración social a través de sus manifestaciones desconcertantes y su apariencia un tanto "extraterrestre" (recuérdese el aspecto de muchos jóvenes del movimiento punk). Se trata de un estilo de autosegregación de la sociedad que pretende no sólo evadir un futuro temible, sino hacerse inmunes al rechazo social cortando también todo vínculo que los perturbe.

El futuro siempre ha sido problemático para el hombre occidental, quien concibe la muerte como el fin último del hombre concreto y de toda su obra, debido al escaso sentido de trascendencia que se le da a la vida humana. Las ideologías compensaron en gran parte estas deficiencias. Ahora las ideologías políticas tradicionales, que constituían una opción más para los jóvenes, han sufrido un grave desprestigio. En su lugar, han surgido numerosos intentos, exageradamente parciales y poco elaborados, cuyos puntos de partida pueden ser determinadas formas de manifestaciones artísticas, conductuales, que se convierten en lenguajes. Entre ellas, la moda ha sido muy importante. Por ejemplo, el cambio en la orientación temporal, a que hemos hecho alusión, comienza en los años sesenta a hacerse evidente en la indumentaria. En efecto, unos lentes de anciano se combinaban con ciertos detalles de vestimenta infantil, con otros bastante formales de adulto y con toda una gesticulación y motricidad juvenil.

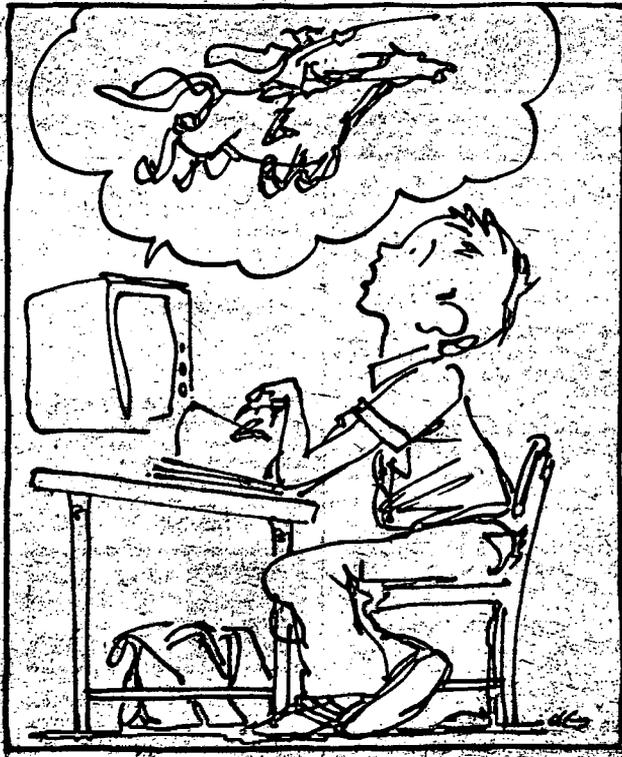
Otra forma de enfrentarse a la sociedad y evadir este futuro lo constituyen una serie de movimientos, cuyas ideologías preconizan una vuelta al pasado. Unos representan una severa crítica y reacción ante la utilización de los avances tecnológicos con ausencia de todo sentido humanístico y la orientación de sus productos hacia la construcción de un mundo en donde el hombre no tendrá cabida, si es que logra sobrevivir. Otros propugnan una total regresión al pasado en el plano de las costumbres, negando todo carácter positivo a la inventiva humana y sus logros en cuanto a ejercicio de la libertad. Tarde o temprano estos movimientos son mediatizados por ideologías que representan todo, menos la auténtica problemática juvenil. Se vuelve entonces claro el que la exaltación de la juventud, por una parte, y la creación de condiciones propicias para hacer de ella el mayor continente de conflictos e incertidumbres, convierten a esta etapa de

la vida en un objeto de fácil manipulación de parte de los grupos de poder y de las grandes potencias.

En los párrafos anteriores, hemos sostenido que la juventud contemporánea ya no lucha por ser reconocida como una etapa con existencia propia a la que se le debe dotar de un lugar en la sociedad, sino que ha aceptado activamente su exclusión de la misma, ya que el futuro que parece esperarle dentro de ella asume características catastróficas. Sus esfuerzos se dirigen hacia la creación de un espacio y tiempo social diferentes, empresa tanto más ardua que la anterior, pero que significa un reto a las capacidades creativas y al empuje juvenil.

El problema de la juventud en nuestro país, debe ser considerado, sin lugar a dudas, como el más importante, puesto que cerca del 70% de la población pertenece a este sector o está por ingresar en él. Para comprender la sociedad venezolana, sería preciso contar con una Sociología Juvenil y no con la tradicional Sociología de Adultos, surgida en contextos con distribuciones poblacionales muy diferentes, así como su historia, tradiciones y problemas.

El joven venezolano, como muchos otros, también participa en estos intentos de construir un espacio y tiempo sociales diferentes, pero esta empresa le presenta obstáculos específicos. La situación de Venezuela con una economía dependiente y muy poco diversificada, la aplicación irracional, incoherente y discontinua de modelos de desarrollo importados, la existencia de profundas diferencias sociales, han dado por resultado un espacio y tiempo sociales bastante fragmentarios, con una productividad y distribución poblacional anárquica y con una acentuada colonización cultural, especialmente en el sector juvenil. A ello se agrega una fuerte asociación entre joven y delincuente y una actitud represiva creciente ante todas sus manifestaciones, hasta el punto de que ser joven siempre conlleva riesgo. De no modificarse esta situación, y tomando en consideración el elevado número de jóvenes venezolanos, el clima de inseguridad social po-



dría adquirir una magnitud alarmante. Por cada joven, el riesgo tiene repercusiones en su grupo familiar, de allegados y de amigos, lo cual conforma la totalidad de la población.

Otro aspecto importante en esta problemática lo constituye nuestro sistema educativo con su manifiesta incapacidad para absorber la totalidad de la población en edad de escolaridad y para detener la deserción. A ello se agrega la necesidad impostergable de reformas profundas en los niveles superiores que conduzcan a una redistribución del conocimiento en agrupaciones de materias más directamente relacionadas con la problemática del hombre contemporáneo y, específicamente, del hombre venezolano.

Es también indudable el papel de los medios de comunicación masiva en esta problemática, hasta el punto de que algunos autores sostienen el surgimiento de una tipología juvenil diferente y en íntima conexión con el efecto del medio televisivo. Es este, sin embargo, un campo de estudio de difícil medición. En algunos casos se hace prácticamente imposible precisar sin los medios los que producen los problemas que presentan o si simplemente recogen los ya existentes. Creemos que ambas cosas están presentes y se refuerzan mutuamente, aunque falta mucho por conocer acerca de los efectos específicos de la influencia de los medios en los diferentes ámbitos de la actividad y en las características psicológicas de los sujetos.

Una de las formas de influencia más importantes del medio televisivo en la formación de la identidad del joven, es aportándole modelos. La necesidad de modelos en la etapa juvenil está fuera de discusión. Asumir un modelo como guía representa una salida de la incertidumbre, una solución a los conflictos que suponen elegir una opción entre varias y al temor a la originalidad solitaria.

Personalmente, durante la época en que trabajé en una institución de re-educación para jóvenes, pude constatar que el hecho de que un conocido saliera en las páginas amarillas, no era únicamente una forma de conocer de su existencia en el exterior. Para los internos significaba aumento de popularidad y respeto hacia él, y producía sentimientos de identificación y solidaridad, no muy frecuentes dentro del sitio de reclusión.

En la televisión hemos observado tres formas de presentación y utilización de los jóvenes, a saber: en las novelas, en la propaganda y en los denominados mensajes institucionales.

En las telenovelas los jóvenes, en un porcentaje considerable, son de origen desconocido por ellos y en torno a los cuales se tejen grandes engaños e intrigas. Otros son presentados con graves problemas psicológicos, a veces acompañados de una alta peligrosidad y, finalmente, están aquellos con serias dificultades para el establecimiento exitoso de pareja, en medio de un clima social en donde la lealtad, cuando se trata de este caso, está ausente. El "bueno" generalmente peca de ingenuo, mientras que el "malo" es el cerebro que manipula a todos.

En cuanto a la propaganda se puede distinguir a "grosso modo" dos tipos de presentación. En uno se suele recoger el deseo juvenil de regresar a la naturaleza y el disfrute en la participación grupal. Se trata de prácticas deportivas y recreacionales realizadas en escenarios abiertos y, por lo general, en contacto con la naturaleza, en donde se introducen productos que pertenecen a un estilo de vida totalmente diferente. El otro tipo de utilización de gente joven es para promocionar productos para gente que, no siéndolo, aspira serlo o por lo menos aparentarlo. Aquí la belleza física y el atractivo sexual juegan un papel preponderante. Finalmente nos encontramos con un conjunto de mensajes institucionales que incluyen recomendaciones, sugerencias y alertas cuya efectividad valdría la pena fuera estudiada, mejorada y aprovechada.

Por sus características, la televisión tiene lógicamente numerosas repercusiones en la formación de la identidad de los jóvenes. No sólo ha ofrecido modelos hasta ahora en su mayoría poco deseables y forjadores de pseudo-identidades, sino que puede, y de hecho lo hace, imponer



un estereotipo juvenil a la comunidad con características estigmatizantes,

Otro aspecto a considerar, dentro de esta problemática, lo constituye el tipo de comunicación de la televisión, la unidireccional recepción de los mensajes, la obligada pasividad ante los mismos, junto con una especial combinación de imágenes visuales y auditivas, que brinda pocas oportunidades para el ejercicio de la expresión verbal. Para la exteriorización del mundo interno del joven, le resta grandemente posibilidades de comunicación recíproca y directa y de despliegue enriquecedor de la imaginación en la recepción de los mensajes. Esto último en una época en la que la imaginación está destinada a desempeñar un papel importantísimo en el encuentro del joven consigo mismo y con su sociedad.

La televisión no sólo puede influir aportando contenidos y modelos a la identidad juvenil, sino en los aspectos sociales de ésta al crear determinadas condiciones para su inserción o rechazo en el medio circundante. Influye también en el despliegue de sus capacidades afectivas, intelectuales e imaginativas. Hasta ahora podemos asegurar que no lo ha hecho en una forma constructiva, pero los recursos existen.

Una profunda y objetiva revisión crítica de los programas que llegan a la población juvenil, una valiente reforma del sistema educativo, junto con una mayor intensificación en la comunicación del grupo familiar y los grupos primarios del joven, podrían contribuir a la creación de condiciones más propicias para que los esfuerzos de los jóvenes venezolanos por construir un mundo diferente y mejor no se perdieran en el vacío ■

La Pendiente Energética del Adolescente

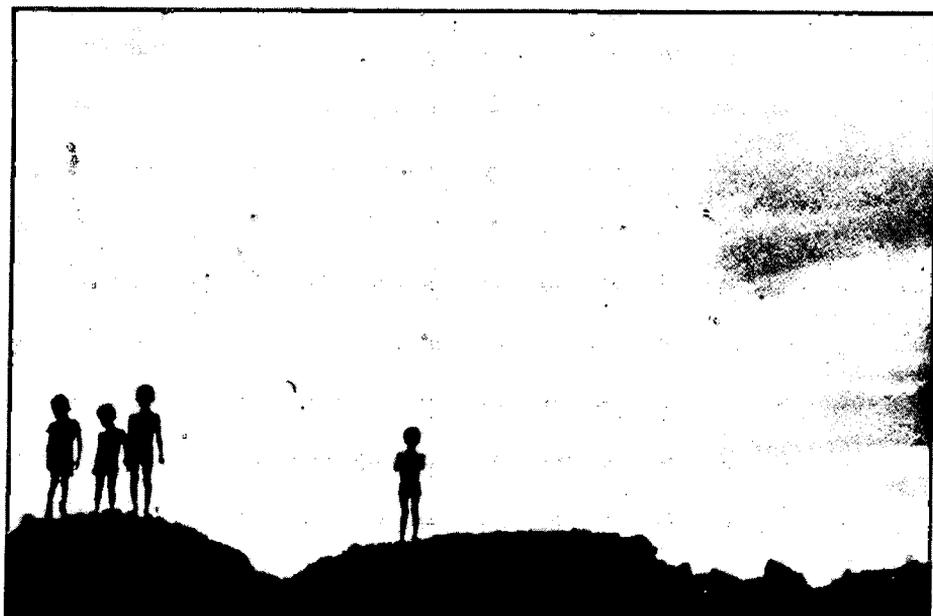
JOSE GONZALEZ MESEGUER

Si bien es verdad que la vida del ser humano se desarrolla dentro de una continua evolución, también lo es el hecho de que estos cambios operados tienen diferentes valores, diferentes magnitudes en el transcurso de la vida evolutiva. Si asemejamos esta evolución a un gráfico matemático y lo ubicamos en el plano cartesiano, observaremos que hay épocas en donde la evolución y los cambios son tan marcados que la pendiente de la curva, evolución versus tiempo, adquiere características asintóticas respecto del eje "y", si la evolución o el cambio estuvo ubicado en las ordenadas y el tiempo en las abscisas. Una de estas pendientes bien marcadas es la que corresponde a la adolescencia. Una de las características preponderantes en la adolescencia es, pues, los cambios que tanto a nivel físico como psicológico ocurren en el humano.

La experiencia de la historia de la humanidad, la Historia de la Filosofía y de las Ciencias Físicas nos indican que de los cambios surgen las energías necesarias para que la vida continúe su curso. La Entropía nos enseña que sin la cantidad de energía almacenada en el Universo la vida sería imposible. Es de los desniveles energéticos de donde surgen las grandes potencias que motivan que existan ciclos de inestabilidad atmosférica, vientos, mareas, sol y sombra. Sin la energía, sin la entropía necesarias el universo fallecería extinto de energía. Muerte está equipada aquí a ausencia de energía, del tipo que sea.

Cuando un objeto físico cae de una altura considerable, toda la energía potencial que estaba almacenada en el objeto en función de la altura con respecto a una referencia, se transforma continuamente en formas variadas y quizá infinitas de energías. La energía ni se crea ni se destruye sino que se transforma. Es de los cambios energéticos del ser humano de donde surgen las grandes transformaciones humanas que originan que la capacidad creativa, humana, psicológica, amorosa se accionen como formas energéticas semejantes a las de la caída del objeto o a la entropía física.

¿Acaso nos podemos imaginar a un Platón sin crisis o explicarnos su producción de los mitos, el Fedón, El Banquete o el Gorgias? Los niveles energéticos de Platón eran descomunales,



su entropía sumamente alta, la caída de sus objetos se realizaban desde alturas gigantescas. Y le tocó a Platón tener que edificar un mundo interno de ideas, definiciones en contraste con todo lo que derrumbaba a su alrededor. Platón supo aprovechar la energía que se desprendía de los cambios energéticos. Supo almacenarla, encauzarla, convertir el desecho energético en edificaciones del pensamiento vivo y racional.

Beethoven padece de crisis existenciales semejantes a las de Platón. El gigante energético de Boon escribe así sus conciertos y sinfonías que no tendrán comparación con nadie porque la crisis, los cataclismos, los cambios energéticos les pertenecen a cada quien. Es como el átomo. Todos son iguales, pero ligados en diferentes formas producen todas las individualidades del infinito universo. Lo mismo ocurre con la crisis emocionales de los humanos. Todas son energéticas. Combinadas en forma aleatoria en la humanidad de cada quien producen crisis con nombres y apellidos específicos.

La crisis es una función dependiente de cada humano. Si hace falta el cambio para operarse la estructuración del humano, si hacen falta las crisis energéticas para edificarse el humano, lógicamente todo esto se dará en aquellos momentos donde el cambio sea mayor. Y esto ocurre precisamente en donde la pendiente es mayor: en la adolescencia.

Los cambios en el humano —aunque parezca lo contrario— no se dan a brincos. Si se piensa que un día el joven amaneció diferente a como era ayer noche, véase su evolución con una lupa psicológica. Háganse las escisiones necesarias con un bisturí emocional y nos encontraremos con un fenómeno evolutivo cuyas razones casuísticas existen y cuya evolución fue drástica, de pendiente muy elevada, pero evolución sin saltos, sin tropezones.

Los cambios en el joven existen y son tan rápidos que él mismo no acaba de percatarse de que es él que amaneció y no otra persona extraña a él mismo. Este es uno de los sentimientos más devastadores que aquejan muchas veces al adolescente: la visión de un ser desconocido que

habita dentro de sí. Piénsese, por ejemplo, que estamos durmiendo plácidamente y de repente despertamos en una atmósfera Kafkiana, convertidos en cucaracha. La crisis que se nos presentaría sería difícil de narar. Sentimientos locos y fantasías delirantes nos embargarían y perderíamos la posibilidad de ser rectores de nuestros propios actos. Eso, o algo semejante a eso, ocurre a diario en el adolescente.

No perdamos la perspectiva de que la pendiente evolutiva del adolescente está muy empinada y que esta evolución no se detiene ni de día ni de noche. Así que al acostarse el joven es una cosa y otra al levantarse. Estos cambios energéticos operados en principio a nivel fisiológico hacen que se perturbe la parte psicológica del adolescente. Tal como el "hombre-cucaracha". El cuerpo era de cucaracha y la psique del humano. El choque fue terrible. Hay que hacer un esfuerzo de adaptación a la nueva realidad. Así ocurre con el adolescente. Cada día el adolescente se levanta diferente de como se acostó. Su psique tendrá que adaptarse a los nuevos cambios estructurales. Se desconoce al levantarse, no se entiende, se contradice, tiene que hacer esfuerzos titánicos por sobrellevarse.

San Agustín en sus Confesiones nos dice: "... levantándose nieblas y vapores del cenegal de mi concupiscencia y pubertad, anublaban y oscurecían mi corazón y espíritu de tal modo que no discernía entre la clara serenidad del amor casto y la inquietud tenebrosa del amor impuro. Uno y otro hervían confusamente en mi corazón, y entrambos arrebataban mi flaca edad, llevándola por unos precipicios de deseos desordenados, y me sumergían en un piélago de maldades". Las Confesiones de San Agustín representan una Filosofía Psicologista, introspectiva, profunda acerca de los mecanismos, psicológicos y filosóficos que mueven las energías del Ser. Aquí habla San Agustín de fuerzas internas que están en contraposición, en lucha sempiterna. Habla de sentimientos incontrolados. Todos ellos tenían cabida dentro de sí. Fuerzas, energías, luchas, todo ello enmarcado en un período evolutivo que encaja perfectamente dentro de la pendiente asintótica de la adolescencia.

El joven se desconoce día tras día y los planteamientos que se hace están marcados por fuerzas energéticas internas sobre las cuales él no tiene control. Entropía en el más puro sentido de la palabra. Energía incapaz de ser encauzada y menos aprovechada. Pero energía al fin.

Beethoven existió y los cambios energéticos están plasmados en los pentagramas. Agustín de Hipona existió y los niveles y subniveles energéticos están frescos en sus Confesiones. Platón vivió y sus cataclismos están danzando en forma de Banquetes, Belleza, Ciencia, Ser. Hace falta encauzar y almacenar esta energía para que sea productiva. De lo contrario puede ser improductiva y a veces perniciosa, enfermiza, como bien lo acusan las escenas malolientes de las noches caraqueñas repletas de adolescentes adormecidos por los "vapores del cenegal de sus concupiscencias".

La energía potencial está allí en latencia, pero en el adolescente está en forma de movimiento. La pendiente es elevada y la energía cinética puede servir para construir o para destruir. Los movimientos telúricos sirven para edificar o para derrumbar. Los terremotos destruyen y al mismo tiempo crean energía adicionales en forma de desniveles energéticos. Pues. ¿qué otra cosa es la muerte sino una ausencia completa de energía, de desniveles, de desbalance? Véase cómo los viejos se extinguen carentes de inquietudes, exhaustos de haber expedido energía, cansados de tanto caminar. La energía está en el adolescente que es algo muy importante. Energía es igual a vida. Pero, ¿qué tipo de vida? ¿los vapores del cenegal? Allí, en esta fase, en este período evolutivo está la posibilidad de evolucionar sanamente o de involucionar patológicamente.

El joven se reconoce torpe porque no ha tenido que enfrentarse a situaciones semejantes en otras oportunidades y la destreza se adquiere acentuando la torpeza hasta que ésta se vea dismi-

nuida y en el mejor de los casos desaparecida. El joven no ha tenido, cronológicamente hablando, tiempo para eliminar la torpeza. No sabe manejar su energía, ni almacenarla. Aleatoriamente se le presentan casos en los cuales su energía puede fluir, como una especie de circuito eléctrico que se cierra, que se pone en ON por las contingencias de reforzamiento del medio ambiente. No es él quien le da a la tecla del ON. Es el ambiente aleatorio quien lo pone a funcionar allí. Y también allí se cumple La Ley del Efecto de Thordicke. En la propia respuesta va implícito el reforzamiento a la propia respuesta. Se refuerzan clases de equivalencia de conductas que quizás sirvan para construir o quizás para destruir. Pero el drama llega al clímax cuando este adolescente que es víctima del medio no obtiene en su repertorio conductual las respuestas aprobatorias o no a los retos de su ambiente y simplemente actúa muchas veces para obtener el premio que le otorga su medio al actuar como uno más. La gente lo acepta y de ahora en adelante seguirá ejecutando conductas que lo llevarán a integrarse cada vez más a un ambiente que empezó siendo postizo, artificial, y que en la medida en que se fue moldeando a él le consiguió el placer existencial de sentirse "inscrito" a una organización, el placer de sentirse militante de una empresa.

Los medios que consigue el adolescente también son aleatorios. Depende de la posición socio-económica de los padres, lugar geográfico de su habitación, gentes que lo rodean, intereses culturales, hábitos sexuales, religiones, en fin, todas las posturas ante la vida del medio que alguien, inconscientemente, escogió para que el adolescente creciera.

El medio en el cual el joven crece es vital para el hecho de instalar los hábitos que quizás lo acompañen por el resto de sus días. Si queremos controlar la conducta de un humano, lo primero que tenemos que hacer es controlar los estímulos que inciden sobre él y que producen las respuestas que nosotros queremos extinguir o instalar. Este medio existe en todos los adolescentes. Hay quienes se crean su propio medio, antinatural, pero medio al fin, como es el encerramiento dentro de su cuarto entre su Atari y su TV. Este joven decidió crear su medio . . . ¿Crearlo? Simplemente escogió un medio perturbador, puesto que por irreal es dañino para su salud y sano crecimiento.

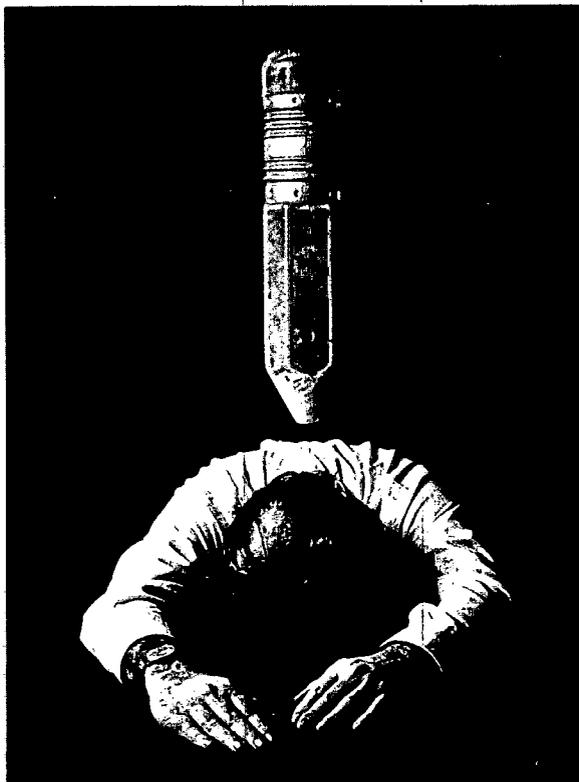
El medio vital para el sano crecimiento de los jóvenes es como el circuito eléctrico que permite, al ponerse en ON, que las energías hagan fluir sus vidas y permitan que se encienda el bombillo o que el motor empiece a dar vueltas. Esta energía ya en movimiento, capaz de convertirse en trabajo, podrá ser liberadora o encarceladora de acuerdo a las contingencias del medio. Lo cierto es que la energía o se expande o nuestro joven revienta. La pendiente es muy alta y es poco el tiempo disponible para encauzar este estado de cosas. Este es el motivo por el cual los jóvenes parecen vivir apresuradamente como si el tiempo se les fuera a acabar y, paradójicamente, es cuando tienen vida por delante.

Los viejos actúan pausadamente. Deberían hacerlo rápidamente, para terminar de hacer todo lo que deben. Los jóvenes actúan rápidamente. Deberían hacerlo lentamente porque aún tienen mucho tiempo disponible para hacerlo. Pero es que este apresuramiento no es hijo de las condiciones filosóficas creadas por el medio, sino un engendro de las condiciones psicosomáticas del adolescente. No es una voluntad decidida y actuada sino una condición genética heredada y actuada automáticamente. La energía existe y ésta tiende a expandirse tanto hacia afuera como hacia adentro. La interna hace que "reviente" en producción artística, literaria. . . La externa se expande hacia los demás porque ninguna luz se enciende para esconderse sino para alumbrarse y alumbrarse. Es aquí cuando el joven entiende que no hay posibilidad de "salvación" sino es en racimo, en pareja. Tiende, entonces, la mirada, tiende las manos hacia los otros, hacia sus congéneres, hacia sus semejantes. Los busca y los encuentra porque hay de todo en la viña del Señor. También se consiguen otros adolescentes que están en las mismas condiciones de búsqueda que

ellos, necesitados de un circuito eléctrico y de una persona que le de a la tecla de arranque, que ponga su circuito en ON. Y consigue el placer de estar con los otros.

El estar con los otros tiene un precio. Cada quien tiene su modelo, quizás inconsciente, de lo que debe ser el circuito, de cómo debe funcionar, cómo aparecer. El joven encuentra en esta etapa que debe adaptarse a las solicitudes, a las necesidades del otro para poder expandir sus energías, para no abrasarse con el fuego de sus energías. Este no querer consumirse lo lleva a adoptar características conductuales y psicológicas semejantes a las exigencias de los medios. Pero son tantos los medios como las personas que los constituyen. Algunos encuentran en tales intentos unas características tan variadas de sus caracteres que los llevan al no reconocimiento de sí mismos. Se saben energéticos, pero incapaces de definir qué tipo de energía y mucho menos para qué pueda servir.

En este orden de ideas tenemos el ejemplo de los jóvenes adolescentes hacedores empedernidos de barras. Se llegan a adorar a sí mismos. Siempre con la mirada incipiente de querer que los otros los adoren. Especies de Adonis de la mitología que intentan desesperadamente vender su imagen creada para la caricia visual, con miles de simbolismos encastrados en las fibras estriadas de sus musculaturas. Tenemos también a las chicas adoradoras de estos músculos con las que cualquier conversación empieza o finaliza preguntándole a su galán cuántas paralelas hizo en el día de hoy.





Como los adolescentes no tienen patrones rigurosos por los cuales guiarse, copian los estilos que se les ocurre, el que más fácilmente se venda. Se crean sus propios modelos inventados por la necesidad imperiosa de tenerlos. Así se encuentran con sus Dulcineas del Toboso cuando en realidad son todas las Aldonzas Lorenzos que deambulan por el mundo. No quieren aceptar la realidad tal cual está. Se niegan a aceptar que el mundo no es todo lírico, que sus energías vigorizantes no pueden encauzarse nada más que por el mundo de las ideas, los pensamientos y los deseos forzados. Carecen de peso específico porque están en transición y entre un cambio y otro lo que existe es algo amorfo, algo sin definir, algo carente de especificidad. Pregúntesele a un adolescente por qué estudiar y escuchará quizás las respuestas más disparatadas. Lo más seguro es que le responda que para ser alguien. Es que la respuesta misma está copiada miserablemente de las bocas de sus mayores porque no sabiendo qué copiar, copiaron lo bueno y lo malo, le dieron atributos humanos a los dioses en vez de darle atributos divinos a los humanos. Invirtieron el orden de sus vidas en función de una búsqueda sin planes ni proyectos.

El adolescente es vital, energético. Necesita de otros circuitos, de otras manos, de la aceptación de su medio. ¿Debemos los adultos tenderles modelos estereotipados o debemos dejarlos hacer y que ellos descubran sus propios estilos? ¿Debemos castrarlos o debemos simplemente observar por probabilidad lo que va a ocurrir con sus vidas?

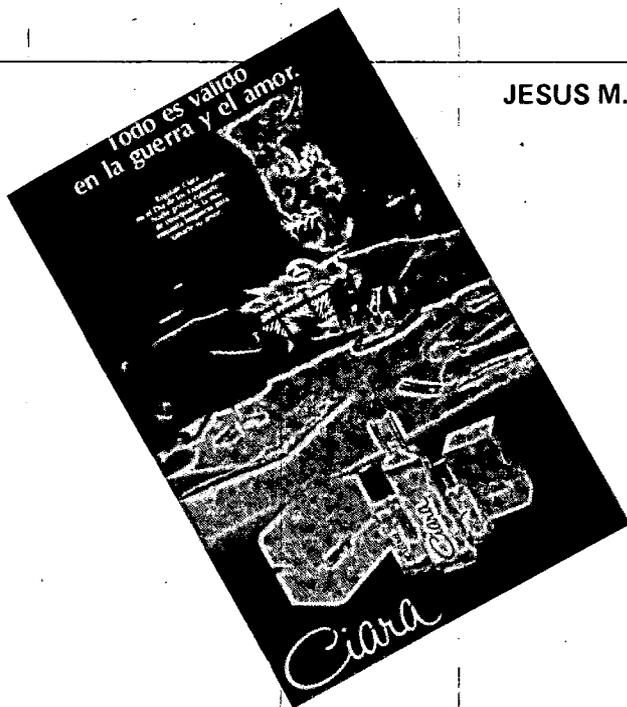
He observado unos y otros casos muy de cerca. Mi experiencia en este sentido es que lo que tenemos a nuestro cargo la responsabilidad de educar a los adolescentes debemos insistir en ciertos modelos de vida que son compatibles con los nuestros porque la experiencia y los años nos ha demostrado que son valiosos. Debemos instigar al adolescente a adoptar modelos de vida que sean auténticos. Estoy recordando a alguien que habló acerca de que si un pajarito estaba dentro de nuestras manos, si lo apretábamos mucho se moría y si lo aflojábamos se escapaba.

Aristóteles, discípulo de Platón decía que la virtud era un justo medio entre dos vicios opuestos. Los vicios, en el caso de los mayores, serían o el no dejar de hacer nada o el dejar hacerlo todo. El justo medio sería el no dejar hacer algunas cosas y el dejar hacer otras.

Corremos el peligro de castrar ciertas posibilidades potenciales energéticas, pero también podemos reencauzarlas para ser utilizadas en la construcción y no en la destrucción. Sería absurdo empezar a tratar de hacer ciencia a partir del modelo atómico del profesor John Dalton. También sería absurdo empezar a educar a nuestros adolescentes partiendo de la nada existencial como si el pensamiento humano no hubiera evolucionado y la historia de la evolución del pensamiento humano no hubiera quedado escrita en los textos.

Podemos admitir nuestra ignorancia en lo que respecta a la forma de encauzar a los adolescentes. Pero no podemos por eso perjudicar con saña a nuestros jóvenes. No podemos permanecer pasivos ante tanta energía sin intentar ayudar para hacer algo con ella. La pendiente está allí. Las Confesiones aquí. Los Diálogos de Platón más allá. Freud, Skinner, Adler, Thomas Harris . . . la infinidad de los que han dicho algo están aquí. Falta saber qué voy a hacer yo con este hecho ¿Ser avestruz? ¿Dejar hacer? ¿Castrar? ¿Todo a su respectivo tiempo? . . . "amé mi perdición, amé mi culpa; pero de tal modo, que lo que amé no era lo defectuoso sino el defecto mismo" (San Agustín: Las Confesiones) ▣

Manipulación Subliminal y Conciencia Crítica



JESUS M. AGUIRRE

“Es natural que el subconsciente sea una mezcla de bruja malvada y que ejerza un interés sobre humano en los jóvenes”. Marshall Mc Luhan

El análisis ideológico de los mensajes masivos y su influencia en el comportamiento se encuentra varado ante dos grandes escollos: a) la dificultad de procesar la carga informativa de los

mensajes paralingüísticos y analógicos, típicos de los medios audiovisuales, y b) la imposibilidad actual de controlar metódicamente los influjos subliminales.

El estado actual de la semiótica, a pesar del inmenso esfuerzo por descubrir los códigos más inconfeados y variados arroja todavía resultados provisionales, y la cuantofrenia sigue desechando aquellos métodos de análisis que no permiten la determinación de unidades discretas y medibles; mientras la seducción subliminal mantiene su soberanía inexpugnable.

Hoy la seducción representa el dominio del universo simbólico y sus estrategias de apariencia están controladas, sobre todo, por los detentores de los medios de difusión colectiva. Su "forma informal", al decir de Baudrillard, o su "masaje-mensaje", en palabras de Mc Luhan, dominan el discurso de los medios, que constituyen el instrumento de aculturación moderno más rápido, continuo y penetrante para la formación de bases históricas.

Pero la paradoja actual es que mientras la seducción continúa atormentando a la ciencia, "todos los grandes sistemas de producción y de interpretación no han cesado de excluirle del campo conceptual" (1).

A su vez, la respuesta crítica más común ha sido establecer una pedagogía de la contestación de los contenidos, sobre todo, transmitidos lingüísticamente. En otras palabras, se entrena al receptor a defenderse con argumentos lógicos contra el bombardeo más bien emotivo de los medios. Sin embargo esta pedagogía de crítica ideológica se revela cada vez más insuficiente, ya que los datos conscientes siempre son superficiales e ilusorios y no dan cuenta de las trampas manipulatorias en la que estamos inmersos.

SEDUCCION DE LOS MENSAJES SUBLIMINALES

La seducción puede ser comprendida positivamente como operación de "cautivar el ánimo del perceptor con algún atractivo físico o moral". Atengámonos, por ahora, a esta concepción dejando de lado la connotación de la "persuasión al mal con engaños o halagos", que se aproximaría más al de manipulación.

El proceso seductivo puede ser descompuesto analíticamente en diversas etapas desde la percepción primaria, pero hay que destacar que su estatuto no es del orden de la naturaleza sino del artificio. Etimológicamente seducir es llevar aparte, desviar de su vía, y tal acción de desplazamiento sígnico no pertenece al orden de la energía sino al del juego y al del ritual.

En general el seducido no acaba de explicarse las razones que lo cautivan. Apenas logra expresar su estado anímico con palabras. La conmoción emotiva se antepone a cualquier valoración racional.

Para mostrar el cuadro fascinatorio vamos a limitarnos a la fascinación visual, partiendo de la percepción primaria y a sabiendas de que la seducción opera por todos los sentidos.

En primer lugar está comprobado que en la visión humana—otro tanto habría que investigar sobre las 37 modalidades sensoriales— la fovea brinca a cien puntos locales en una pintura, excediendo por mucho los brinco que generalmente ejecuta cuando se trata de observar un comercio normal. Aun así sólo puede percibirse el diez por ciento de la información visual total. El resto de la información opera simultáneamente a un nivel subliminal, sin que nos demos cuenta de los datos que llegan al cerebro.

Tan sólo para percibir conscientemente las palabras plasmadas con técnicas subliminales en los anuncios se requieren diez segundos. Obviamente la multiplicación de canales sensoriales y la diversidad de códigos estructurados o por estructurarse acaban desbordando los umbrales de percepción consciente, sobre todo, cuando los mensajes se aceleran.

La seducción invasora intensifica la información para ofrecer el máximo significado en tiempo y espacio mínimos de modo que el impacto total escape a la conciencia. "Hace tiempo, como advierte Wilson Bryan, que la industria de la comunicación se dió cuenta de la resistencia que se desarrolla contra los anuncios captados a nivel consciente" (2).

En segundo lugar hay una congruencia de pruebas psicológicas que aseguran que los mecanismos de defensa perceptivos de la represión controlan la memoria consciente y estructuran inconscientemente los estímulos no procesados, que pudieran causar ansiedad. Los medios masivos refuerzan exitosamente estos mecanismos de defensa perceptivo, a la vez que inciden subliminalmente, colmando deseos insatisfechos.

Así los horóscopos se relacionan con las aspiraciones fantasiosas y metas idealizadas de los lectores. Las revistas femeninas apoyan las ilusiones amorosas de las mujeres. Las películas pornográficas responden a los complejos irresueltos de hombre, que requieren ser perseguidos por mujeres excitantes, pero serviles. Las estrellas ofrecen el espejo para pretensiones fascinantes. Los informativos cuentan sucesos compatibles con las predisposiciones del público. Y, por supuesto, no falta la publicidad que colma de "buenas noticias" el mosaico de mensajes catastróficos. La seducción impone su ritual en todos los medios.

Las experiencias que están en pugna con los tabúes culturales, las experiencias de neurosis o sicosis individuales o colectivas, y las experiencias adquiridas en situaciones dolorosas o causantes de ansiedad, tienden a ser reprimidas. De ahí la dificultad de inducir cambios de conciencia que impliquen la ruptura de las ilusiones, la aceptación de los límites, el distanciamiento de las fantasías, la confrontación con situaciones reales dolorosas (miseria, desempleo, complejos raciales, opresión sexual . . .), particularmente en las clases subalternas. La escotomización se hace cómplice de la seducción.

Y ésta acaba desencadenando todos los mecanismos posibles de sujeción con tal de asegurar la dependencia y la adicción. La disfunción narcotizante de los medios masivos, basada en estos mecanismos defensivos, ha sido persistentemente denunciada por los clásicos de la sociología de la comunicación como Lazarsfeld y Merton, aunque todavía esté por precisarse su extensión (3).

Las contradicciones que no pueden resolverse en la realidad, los medios las disuelven simbólicamente, y el perceptor llega a confundir el "saber" acerca de los problemas del día con el "hacer" algo al respecto.

En tercer lugar la técnica de la persuasión por estímulos subliminales afecta el comportamiento sin que la información aflore. De esta forma semejante a las sugerencias posthipnóticas, entre el medio emisor y el público se instauro una relación de confianza que sugiere órdenes e instrucciones que se desean acatar inconscientemente, aunque no se recuerden o reconozcan reflejamente.

El aura de credibilidad y seguridad que se establece entre emisor-receptor envuelve circularmente el proceso por la mutua admiración. El juego narco-narcisista tiende sus redes a las necesidades del ego, tales como el status, el dominio o el reconocimiento. Lo que seduce no es esa o aquella maña, sino el hecho de que se dirija a usted. Como explica Vincent Descombes: "la persona seducida encuentra en la otra lo que la seduce, el único objeto de su fascinación, a saber su propio ser lleno de encanto y seducción, la imagen amable de sí mismo . . .".

El juego de esta práctica interpersonal alcanza dimensiones sociales, cuando el descrédito simbólico ante el grupo amenaza tanto o más que las desgracias reales. Las pautas de testimonios publicitarios en favor de un producto, por parte de personas destacadas, ilustran perfectamente esta función otorgadora de prestigio, en que el perceptor se siente partícipe de la reputación del testigo. El embaucamiento de que uno tiene la importancia suficiente como para desta-

car entre la masa anónima, llega a ser tan ilógica como efectivo. (4)

La ilusión salva al perceptor de la realidad, que es sustituida por un cielo fabuloso. Renny Ottolina con su sonrisa, su interpelación amistosa, sus lentes que fungían de espejo para el reflejo narcisista, manejaba perfectamente este hechizo cuando anunciando productos siempre "divinos" creaba la ilusión de la propia divinización del espectador.

En esta situación cuasi-hipnótica es cuando se operan la imposición del punto de vista y la suplantación del perceptor, convencido de que hay alguien relevante que mira por sí más que uno mismo (5).

La seducción impuesta por el exceso de significación, la transmutación de la realidad y la exultación narcisista, no se deja atrapar fácilmente por la mecánica de la interpretación, que pretende —siempre insuficientemente— revelar las significaciones ocultas de los mensajes latentes y extraer la información del nivel del conocimiento inconsciente al consciente.

En el estado actual de las investigaciones semióticas, sobre todo de tipo pragmático y semántico, no queda sino reconocer la necesidad de seguir efectuando aproximaciones tentativas sobre la producción del discurso seductor. Y, aunque tales hermenéuticas puedan aún ser tildadas de impostura o intuicionismo, es evidente que la seducción funciona y puede ser objeto de la ciencia.

La limitación en la aprehensión metodológica científicamente exigible no ha de ser una excusa para descartar un fenómeno relevante de la vida cotidiana, más aún cuando la ciencia no es nunca algo definitivamente concluso (6).

ESTRATEGIA DE LA MANIPULACION SUBLIMINAL

Uno de los límites del análisis inmanentista de los mensajes es que no aborda las correlaciones que se establecen en la interacción simbólica. El teórico de la información desecha la problemática del receptor, el semántico estructuralista considera que fuera del texto no hay salvación, y el psicoanalista del lenguaje se sumerge en las relaciones entre el deseo y el significante.

La pragmática, desarrollada por Austin y Searle, promete colmar esta laguna sobre los numerosos tipos de discurso social que corresponden a objetivos y usos distintos. Convencer, persuadir, manipular, informar, emocionar, prescribir y formalizar, son los ritos simbólicos en los que se expresa nuestra socialidad. (7)

En la difusión masiva encuentran también lugar todos estos tipos de discurso, a excepción de la formalización, propia del discurso científico, cuya aureola, sin embargo, se explota. No es nuestro propósito referirnos a todos ellos. Nos circunscribiremos al campo de los discursos persuasivos y manipulatorios, objeto específico de nuestra atención.

Lo propio de los discursos persuasivos y manipulatorios es que pretenden pasar del convencimiento a la acción en una situación social de competencia entre ofertas ideológicas, normas de conducta y productos de venta. Una guerra sin cuartel y sin tregua en la que la manipulación encuentra su papel.

La manipulación como la persuasión está destinada a la influencia de la conducta humana, pero se diferencia de ella por un conjunto de razones éticas y psicológicas. Tentativamente podemos definir la manipulación como una forma de influencia simbólica que se ejerce con vigor persistente en los receptores, sin que estos se den cuenta del propósito del emisor, para afectar sus conductas en procura del beneficio del manipulador (8).

La distinción fundamental respecto a la persuasión tiende a situarse según diversos autores en la cualificación subliminal de la acción, que escapa al menos al control del receptor. De ese

rasgo de encubrimiento psicológico provendría su cuestionamiento ético.

Ahora bien, al margen de toda consideración ética, hoy se plantea, siguiendo las presuposiciones de H. Sturtevant, que en el desarrollo evolutivo del lenguaje se han creado sistemas de símbolos basados más bien en el engaño que en la información confiable, con el fin de ayudar a la supervivencia y a la adaptación. De hecho el fingimiento y el engaño parecen ser formas de comunicación exclusivas del ser humano. No es fácil precisar dónde comienza el fingimiento o ficción propia de toda simbolización —por tanto de todo mensaje masivo con cualquier tipo de referente— y dónde el engaño.

Baudrillard, glosando el "Elogio del maquillaje" de Baudelaire, se pregunta: "¿Por medio de qué aberración se puede confundir esta operación 'excesiva' con un vulgar camuflaje de la verdad?" (9)

La retórica de las exageraciones, inadmisibles para el lenguaje científico, tiene sin embargo un espacio propio en el lenguaje natural, en la literatura, en la representación teatral, y en los medios masivos. En ellos se juega a emocionar, seducir, motivar.

Antes de tildar, pues, maniqueamente de engaño manipulador a cualquier tipo de acción subliminal, se impone un discernimiento crítico y educativo para saber situar cada discurso en el lugar social que le corresponde. Cualquier otra pedagogía sólo puede remitir a la intencionalidad y sinceridad de los sujetos, que es también ambigua, pues a menudo el hombre reprime sus motivos reales y se miente a sí mismo para poder engañar efectivamente a los demás.

Por otra parte el juicio de objetividad de los mensajes se desliza hacia la estimativa de la verosimilitud, porque el perceptor no puede proceder a la falsación permanente de informaciones desde referentes inobservables. Los protocolos de verificación son sustituidos subliminalmente por el crédito al tópico común o a la autoridad (10).

El continuum de la realidad ficticia de un noticiero a la ficción realista de una telenovela no



puede ser valorado en los términos de la verdad o falsedad proposicional. Ni los grados de conciencia e inconciencia de los interlocutores pueden someterse a una medición o evaluación precisa. A menudo, ni los mismos manipuladores son capaces de explicar o desmontar los resortes de la influencia que ejercen, pues resulta más fácil poner en marcha automáticamente unos mecanismos que analizar su acción.

Estas presunciones de la ignorancia en las que nos movemos no han de servir, sin embargo, de coartada para ignorar la omnipresencia manipuladora de los discursos dominantes que pretender poner los mecanismos subliminales al servicio de la sujeción. La tarea crítica consistirá en desmontar la ambigüedad y mentira encubiertas que justifican la opresión —es decir las trampas ideológicoemotivas—, para emancipar la conciencia social de los manipulados.

TIPOS DE MANIPULACION SUBLIMINAL

La primera dificultad para una tipología estriba en la ambigüedad del mismo término que puede entenderse en un sentido muy amplio o más bien estricto.

Anteriormente hemos esbozado una definición, inspirada en H. Benesh, que recalca la influencia simbólica ejercida sin que los receptores se den cuenta del propósito del emisor. Precizando más diremos que es **una alteración libre que transforma el ámbito de la libertad del perceptor, con anterioridad al consentimiento de éste, y, por tanto limitando su libertad (11).**

La estrategia subliminal se monta con anticipación o en forma encubierta para no tener que pasar por el control de la conciencia del perceptor. Se trata de invadir al otro sin pedir su consentimiento.

En una matriz de doble entrada sobre los ejes emisor-receptor y consciente —inconsciente, podemos establecer cuatro situaciones comunicacionales:

		C	I
	E	+	—
	R	+	—

Situación (A):	E	—	consciente / R	consciente
" (B):	E	—	consciente / R	inconsciente
" (C):	E	—	inconsciente / R	consciente
" (D):	E	—	inconsciente / R	inconsciente

Estrictamente hablando la manipulación subliminal supone la situación (B) en la que el emisor es consciente de los mecanismos manipulatorios y el perceptor inconsciente. La situación (A) expresaría la situación ideal a la que se tiende, reduciendo el ámbito de la acción subliminal.

Queda todavía el problema de la manipulación sociológicamente institucionalizada, surgida de objetivaciones de una libertad previa, y, a menudo fuera de la conciencia de los mismos manipuladores. En esta situación, de tipo (C), al menos en lo que pueda respetar a las minorías conscientes de perceptores, queda representada la dinámica actual de los medios masivos que tienden a conservar la idea de la inocencia de la manipulación institucionalizada.

Desde otros puntos de vista las clasificaciones pueden basarse en criterios derivados de las

modalidades de percepción o de las facultades afectadas del receptor.

Así, por ejemplo, Wilson Bryan en su libro "Seducción subliminal" se atiene al primero de los criterios. Así tenemos que son posibles tantos tipos de manipulaciones subliminales cuantos mecanismos perceptivos de defensa existen:

- represión de percepciones que pueden producir ansiedad,
- aislamiento de asociaciones o identificaciones perturbadoras,
- regresión hacia otras etapas vitales de mayor seguridad,
- formación de fantasías sustitutivas de la realidad,
- sublimación de impulsos y emociones hacia canales más aceptables,
- rechazo de elementos turbadores por relegación o negación,
- proyección para transferir a otro los sentimientos inaceptables,
- introyección para autoresponsabilizarse o culpabilizarse.

Si bien aclara que estos mecanismos pueden interrelacionarse y superponerse, el autor mencionado subraya que el mecanismo fundamental de los medios masivos es la represión (12).

A su vez los alemanes H. Benesch y W. Schmandt establecen su clasificación a partir de los núcleos dinámicos o facultades síquicas afectadas por la manipulación:

- la manipulación mental por injerencias en el discurso lógico,
- la manipulación de las necesidades instintivas,
- la manipulación de los sentimientos inducidos,
- la manipulación de la presión unformativa,
- la manipulación de los símbolos colectivos.

La complejidad resulta abrumadora cuando observamos que un manual tan elemental como éste expone 36 trucos conceptuales solamente dentro de la clase "manipulación mental", ubicada en el mismo terreno del pensamiento o en sus operaciones preliminares. La manipulación en los otros niveles, particularmente cuando interactúan varios procesos, no cuenta aún con repertorios rigurosos, que sin duda son tan vastos, si no más.

A pesar de estos arsenales sorprendentes que se utilizan diariamente, es típico de la situación manipulatoria la infravaloración de su influjo en uno mismo. Por eso siempre será escasa la preocupación de los manipulados por asumir una conciencia más lúcida y activa en favor de la emancipación humana.

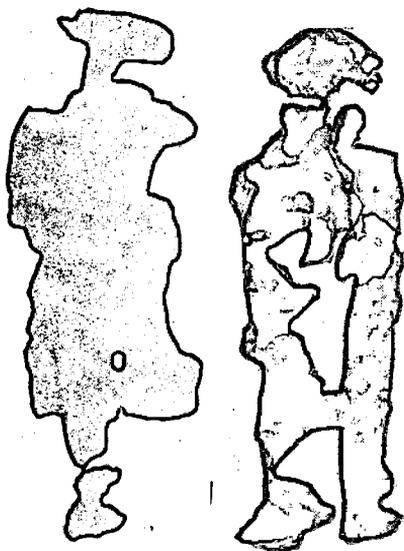
ESTRATEGIA ANTIMANIPULATORIA

Si toda manipulación entraña un desprecio del hombre, toda estrategia antimanipulatoria se basa principalmente en la confianza sobre las potencialidades de la conciencia humana.

A diferencia de los organismos estereotipados de la cibernética, el receptor humano sufre fluctuaciones constantes de niveles de atención y puede procesar selectivamente los datos. Al enfrentarse a estímulos extraños reacciona, por una parte adaptando los esquemas antiguos al nuevo objeto (acomodación) y, por otra, adaptando el nuevo hecho a los esquemas previos (asimilación).

La conciencia humana no es un receptáculo pasivo, sino un operador activo capaz de filtrar, combinar, y estructurar toda información, que pase ante su foco de atención (13).

Ahora bien, desde el punto de vista del virtual desarrollo de la conciencia no es suficiente saber las posibles reacciones de una persona o un grupo en un momento determinado (conciencia real). La cuestión crucial radica en saber cuáles son los cambios susceptibles de producirse en su



conciencia, sin que haya una modificación en la naturaleza esencial del grupo (conciencia posible).

Numerosas estrategias antimanipulatorias que no tienen en cuenta este umbral crítico de tolerancia sico-social, están automáticamente abocadas al fracaso por los mecanismos de defensa que desata inconscientemente el perceptor. ¿La antimanipulación —o si se quiere concientización— no será en definitiva según ese perceptor otra manipulación?

En el estado actual de los conocimientos sobre la seducción subliminal y la manipulación cabe retraerse, pensando que aún no están dadas las condiciones para una pedagogía óptima. Sin embargo como demuestra el éxito mismo de la manipulación, la práctica no espera las últimas explicaciones de la teoría. En comentario de J. Lacan: "una práctica no tiene necesidad de ser esclarecida para operar" (14). Más bien la misma práctica puede resolvernos los enigmas irresueltos.

Ya son numerosas las experiencias sobre la lectura crítica de los mensajes masivos, aunque no siempre destaquen los resortes subliminales de la manipulación. Más aún, a la evaluación de una práctica pedagógica y social, se están sumando pruebas positivas, científicamente verificadas. Este es el caso de la investigación de Marvin Goldberb de la Universidad Stanford sobre "La evolución de la capacidad crítica discriminante de los usuarios" (15). El experimento verificó que es posible enseñar a los niños a considerar con mayor espíritu crítico los reclamos comerciales, mostrándoles filmes educativos que explican los mecanismos a través de los cuales la publicidad comercial impulsa a la persuasión. Además los resultados tendieron a ser más notorios en aquellos de conciencia más ingenua.

Si bien la investigación no pretende desentrañar los mecanismos de la acción subliminal y sus modos de operación, demuestra que ciertos procedimientos educativos sobre las formas de manipular los mensajes pueden elevar los índices de escepticismo en torno a la publicidad en general o respecto a sus argumentos y técnicas.

Como puede verse por los esquemas de las películas, que exponemos al final, los recursos pedagógicos apenas se diferencian de los métodos empleados en numerosas experiencias latinoamericanas de lectura crítica.

En resumen, no sólo es posible sino también notablemente efectiva la lectura crítica de los mensajes masivos, sobre todo, subliminales. Respecto a la manipulación subliminal, teniendo en cuenta las investigaciones más recientes, podemos establecer cuatro áreas estratégicas para una pedagogía crítica. Dichas áreas corresponden a los cuatro planos empíricos en los que se sitúan las barreras para el desarrollo de una conciencia crítica y sirven para definir objetivos:

- a) La ignorancia del perceptor por falta de información sobre los procesos de comunicación conscientes o inconscientes;
- b) la represión sico-social impuesta por los mecanismos defensivos de percepción subliminal en el perceptor;
- c) la resistencia del perceptor a romper la sugestión, basada en la fascinación narcotizante del medio y en la mutua admiración adictiva;
- d) el miedo del perceptor a distanciarse de las ilusiones para confrontar la realidad exteriorizada;
- e) la inercia del perceptor para pasar de la situación comunicativa de recepción pasiva hacia una resistencia activa.

PROYECTO DE ACCION ANTIMANIPULATORIA

La estrategia fundamental para desarrollar la conciencia crítica posible y destruir la manipulación subliminal es aprender a transferir la información del nivel del conocimiento inconsciente al consciente.

Este proceso de transferencia conlleva un conjunto de operaciones básicas, que permiten articularse progresivamente desde los primeros ejercicios preparatorios de menor implicación hasta las prácticas de resistencia activa. (16).

Expongamos las pautas operativas, inspiradas en los objetivos estratégicos anteriormente mencionados:

a) Desmontar las operaciones técnicas de los medios para destruir los efectos de pseudo-realidad. Se trata de mostrar los artificios y efectos especiales logrados, sobre todo, por las nuevas tecnologías electrónicas:

- retención retiniana y efectos esterocinéticos;
- perspectivismo, espacialización y temporalización;
- inducción mecánica: taquistoscopio;
- variaciones lumínicas y de frecuencias de barridos;
- saturación perceptiva multicanal;
- ilusionismo y distorsión perceptiva;
- figuración superpuesta e imbuida.

b) Analizar críticamente los efectos sico-sociales basados en recursos retóricos dirigidos al perceptor. Explicar los procesos de construcción y producción textual de los discursos masivos más típicos:

- sensibilización por manejos imaginativos;
- motivación sobre necesidades primarias y secundarias;
- inducción de emociones por identificación personal;
- creación del suspense y de la curiosidad;
- construcción de la verosimilitud y pseudonaturalismo;
- estereotipación de personajes, acciones y situaciones;
- uniformación colectiva;

- impactación de símbolos arquetípicos;
 - explotación de la conflictividad humana.
- c) Neutralizar la fascinación injustificada, impidiendo la sugestión cuasi-hipnótica y seducción subliminal. Crear el distanciamiento necesario respecto al emisor y asumir una ironía crítica frente a la "narcissus narcosis":
- sospecha crítica frente a la auto-adulación;
 - proponer puntos de vista opuestos al emisor;
 - desvelar la suplantación del perceptor .
- d) Reforzar la conciencia de la propia identidad personal y social. Poner en jaque no solamente las fascinaciones personales producidas por los héroes de los medios, sino también las fascinaciones sociales de otra clase o conjunto cultural:
- autoestima reflexiva de sí mismo;
 - autoestima de la solidaridad de clase social;
 - autoestima de la identidad cultural.
- e) Organizar formas de resistencia activa frente a las manipulaciones institucionalizadas. Generar acciones de base para la transformación alternativa de los medios:
- criticar los mensajes manipuladores;
 - denunciar públicamente a los manipuladores;
 - crear talleres de educación antimanipulatoria.

Es probable que un programa de esta índole no encuentre muchos entusiastas. La promesa de la emancipación de los perceptores arroja pocos dividendos políticos y económicos a quienes buscan concentrar más poder y controlar con más eficiencia.

Según E. Bloch existen tres fenómenos que contienen potencial utópico y, por tanto, transformador: la juventud, las épocas revolucionarias y la productividad creadora. Tal vez los jóvenes con sus ansias de libertad quieren hacer retoñar proyectos que confluyan hacia un mundo emancipado en el que haya lugar para todos■

NOTAS:

- 1.- Baudrillard, Jean: *De la seducción*, Ed. Cátedra, Madrid, 1984, p.9-10.
- 2.- Bryan Key, Wilson: *Seducción subliminal*, Ed. Diana, México, 4a. ed. 1981.
- 3.- Lazarsfeld, P.F. -Merton, R.K.: *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada*, en "Sociología de la Comunicación de Masas", comp. Miquel de Moragas, Ed. Gili, 1ra. ed. pp. 146-147.
- 4.- Ibid. p. 143.
- 5.- Aguirre, Jesús Ma.: "Comunicación ideológica y formación crítica de la conciencia de clase", *COMUNICACION*, n. 29-29, Caracas, 1980, pp. 15-16.
- 6.- Castillo del Pino, Carlos: *Introducción a la hermenéutica del lenguaje*, Ed. Península, 2da. ed. Barcelona, 1974, pp. 121-122; Véase también a: Todorov Tzvetan: *Simbolismo e interpretación*, MOnTe Avila, 1981.
- 7.- Austin, J.L.: *Lenguaje y percepción*, Madrid, Ed. Tecnos, 1981; Searle, John; *Actos de habla*, Madrid, Ed. Cátedra, 1980, Berrio, Jordi: "Estudis per a una tipologia dels discursos", en *ANALISIS*, n. 7-8, marc, 1983. pp. 49-57.
- 8.- Benesch, H. y Schmandt W.: *Manual de autodefensa comunicativa*, Col. Punta y Línea, Gili, Barcelona, 1982, p. 10 ss.
- 9.- Baudrillard Jean: op. cit. p. 90-91.

- 10.- Metz Christian y otros: **Lo verosímil**, Ed. Tiempo Contemporáneo, 3ra. ed. Bs. As. 1974.
- 11.- Rahner, Karl: **Libertad y manipulación**, Ed. Dinor, Burgos, 1971, p. 25.
- 12.- Bryan Key: op. cit. pp. 75-77.
- 13.- Maletzke, G.: **Sicología de la comunicación**, Ed. Intiyan, Quito, MOles, A.: "Teoría informacional de la percepción", en **El concepto de información en la ciencia contemporánea**, Ed. Siglo XXI, 1966, Goldmann, L.: "Importancia del concepto de conciencia posible para la comunicación", *ibid*.
- 14.- Lacan, Jacques: **Psicoanálisis: radiofonía, televisión**, Ed. Anagrama, 2da. ed. 1980, p. 89.
- 15.- Goldgerb, M. y otros: "L'evoluzione della capacità critica discriminante degli utenti" en **COMUNICAZIONES DI MASSA**, Sept-Dic. 1981, Vol. III, anno II, p. 73-90.
- 16.- El desarrollo de estos contenidos puede encontrarse en las obras y manuales citados a lo largo del trabajo. **La ideología como mensaje y masaje** de Aguirre-Bisbal, Ed. Monte Avila, en su tercera parte "Contribución al análisis crítico de los mensajes masivos y de la cultura popular" trae al final de cada medio analizado un repertorio bibliográfico en lengua castellana. Todavía sigue teniendo vigencia el libro de Juan Damián. **Los medios de comunicación: ¿esclavizan o liberan?**, Ed. Bonum, Bs. As. 1972, que contiene ejercicios prácticos aplicados a cada medio.

APENDICE I

CONTENIDOS EN LOS DOS FILMES EDUCATIVOS (Goldberd, Marvin)



1) "The Six Billion Sell"

Un anunciante comenta varios trucos usados en la publicidad comercial y afirma que se mostrarán algunos.

- Venta de la estrella: uso de declaraciones de personajes famosos.
- Ahora lo ve, ahora no lo ve: exageraciones, aserciones no pertinentes, trucos de telecámara y de luces.
- Nuevo i Nuevo! i Nuevo!. uso de la palabra "nuevo" para implicar superioridad.
- Juegos de palabras: uso de palabras pseudocientíficas para simplificar superioridad.
- Lanzamiento: promoción de ofertas con premio más que del producto en sí.
- Promesas-promesas: asociación del producto a la fascinación, éxito, diversión y bienestar.
- Lealtad de marca. la promoción de la marca más que del producto en sí.

Los niños condujeron una discusión del grupo sobre la publicidad comercial en general y llegaron a la conclusión de que la gente debería hacer una elección del producto por sí mismo y prestar mucha atención a las aserciones de la publicidad comercial.

2) "Seeing Trough Commercials"

Una escena muestra la elaboración de una cuña publicitaria en la que el actor no puede sufrir el producto y se sirve del personaje para explicar que la publicidad comercial es una ficción.

Muestra cómo conjugando canciones, niños felices, juegos, etc. se puede convertir en atractiva cada producto. Examina el modo en que una telecámara puede ser usada para engrandecer las dimensiones reales del producto.

Sigue la discusión sobre tres niveles:

- efectos especiales, usados para volver excitante los productos (efectos sonoros, espectadores excitados, secuencia rápida de imágenes en diversa perspectiva).
- efectos especiales para volver bello el producto (escenario, luces dramáticas, filtros en la telecámara, música y sonido).
- mensajes implícitos: seducción del personaje, oferta-premio etc.

Por fin se analiza al término de la proyección una publicidad comercial de clausura que concentra los trucos discutidos anteriormente.

VENEZOLANA Y LATINOAMERICANA

Economía, política,
cultura, teología...

desde un compromiso por la
liberación de nuestros pueblos.

revista



Suscripción (diez números al año) por correo aéreo (en dólares): América Latina, 30.00; EE.UU. y Canadá, 37.50; España, 35.00; Europa (exc. España), 42.00; otros países, 46.50.

Edita: CENTRO GUMILLA, Apartado 40.225. Caracas 1040-A (Venezuela). Tf. 661.28.40

Crónica de una Debacle:

La Juventud Venezolana de los 60 a los 80

EWALD SCHARFENBERG E

"I've been caught inside a deep sleep
sleepwalking as I watch myself
in deep sleep.
I keep pretending that it's someone else".

DEVO, Deep sleep

La cosa va, definitivamente, mal. Sí, muy mal. Parece que nunca pasa nada en nuestro imperio tropical del **video-clip**, el **curtain wall** y la comida rápida. Nuestra anodina existencia cotidiana apenas se ve matizada por la periódica temporada de caza urbana —léase recluta militar, planes "Unión", operativos policiales—, la apertura de un nuevo expendio de **donuts** —también conocidas como **rosquillas** en ciertos medios ofuscadamente conservadores y folklorizantes— o las aventuras ideológicas del dúo dinámico de la política venezolana: Carlos Raúl, el héroe encapotado, y Jean, el joven maravilla. La desesperanza y el escepticismo se funden y dan forma al **pacman** que nos va devorando y sumando puntos a favor de las "Fuerzas Vivas" del Gran Sistema Democrático Venezolano —Marca Registrada (R) por "Betancourt, Caldera & Bros. LTD.—, que ya llevan casi 27 años jugando sin prestarle los controles del **Atari** a nadie más.

Alguien se ha referido a la juventud —usando esa frase casi como tarjeta de presentación— como "una generación cansada de esperar". Pues bien, parece que de tanto esperar nos hemos quedado dormidos en el sofá, y sin que haya quien nos sacuda para despertarnos. Entre los ronquidos de la mayoría, algún sonámbulo se levanta para defender tercamente —en cumplimiento de un sagrado deber juvenil—, desde las páginas de un diario, al **rock'n roll**, ante las desconsideradas embestidas de algún virrey del mundillo intelectual criollo, o de una misteriosa inquisidora de intimidante nombre germánico. Son como modernos Alonso Andréa de Ledesma: se enfrentan al enemigo en inferioridad numérica, y disponiendo de ridículas armas intelectuales.

"¡Pero si son tan jóvenes! ¿Cómo pueden ser escépticos?", se preguntan algunos sobrevi-

vientes de las jornadas de los años sesenta (la renovación universitaria, el poder joven, las guerrillas, y todo lo demás). "Se justifica ese desaliento en nosotros", parecen decir, "pues sufrimos una derrota histórica, y vimos frustrados todos nuestros sueños, pero ¿por qué ustedes, hijos del boom petrolero?". Las respuestas ante tal interrogante pueden variar: alguien asumirá gratuitamente la defensa de esta juventud perdida, aduciendo que los muchachos no lo tienen nada fácil en la actualidad, pues las opciones no son ahora tan claras e inequívocas como lo fueron, por ejemplo, en 1958 o 1968; algún otro calificará de "boba" a la generación "modelo-80", sin detenerse a pensar en las muestras de franca estupidez evidenciadas por pretéritas y gloriosas juventudes —basta una simple investigación de campo: asistir a ciertas "Nochas de bolero" que últimamente prestigian a tascas, restaurants, y cuanto sitio dedicado al bonche exista en esta cursal del cielo—; no faltará quien exima de responsabilidad a la juventud actual, y en un dramático *mea culpa* se lamenta de que "hemos confiado la enseñanza de nuestros hijos a los dueños de los canales 2, 4, 8, y ellos los alimentan con películas yankis, música intrascendente y falsos conceptos de la vida". Como si los medios de difusión, de información fueran omnipotentes! ¡Como si una ración reforzada de películas de Wajda y Mijaikov, de piezas de Beethoven y Bach, pudieran devolver la vida a los zombies veinteañeros!

La verdad es que yo no sé qué decir; por más que estrujo mis neuronas, hasta que parecen las mechas de un coletto viejo, sigo ignorando por qué las cosas están así. No logro dilucidar si realmente somos bobos, si la estamos pasando indiscutiblemente mal, o si nos quejamos por simple calistenia. Sin embargo, estoy en capacidad de asegurar lo siguiente: esto no lo aguanta nadie. Más posibilidades tiene un haitiano homosexual de no contraer el "cáncer gay", que un joven venezolano de lograr una vida medianamente satisfactoria; todas las salidas están bloqueadas:

* La actividad político-partidista no atrae a nadie: la izquierda laberíntica oscila entre el burocratismo, la militancia mística, y la pirotecnia verbal de cierto revisionismo (remember los "tucanes", darling); y de las logias del status (la confraternidad adeca y la hermandad copeyana), pues, ¡ini hablar!

* El Herpes lanzó efectivamente siete innings, y con un buen relevo del S.I.D.A., pintó nueve ceros al sexo, cortando así la buena racha que tenía el amor libre desde los años sesenta. La cuestión se complicó aún más, pues la cotización de la virginidad aumentó notablemente en el mercado de los agentes libres.

* No hay posibilidad de evasión, pues las drogas —tales como la "Golden Santa Marta" o la TV— ya no tienen el encanto de antaño, y son de mala calidad. En nuestros días, un shot de televisión puede derivar en un "pasón" tan terrible como el del *hazuco* más adulterado; sobran testimonios que corroboran que los efectos de una sobredosis son equivalentes a los identificandos, por ejemplo, en quienes han visto a la *Video-Jockey* pronunciando palabras en inglés.

* Ni siquiera cabe esperar una beca salvadora, que nos rescate de este infierno llevándonos a cualquiera de nuestras madres patrias (somos hijos naturales de España, adoptados por los Estados Unidos) u otra patria que no tenga parentesco con nosotros; bien es sabido que se nos acabaron los reales —pero Venezuela tiene recursos, la crisis es pasajera, ¡Vamos a trabajar!, y todo eso—, que el bolívar tiene tanta fortaleza como el Partido Comunista en Norteamérica, y que, por lo tanto, Fundayacucho lo piensa mejor antes de financiar el turismo diletante venezolano.

* Las canchas deportivas están, en general, en peores condiciones que el "juego de pelota" de Chichen-Itzá, y ciertos deportes "in" —como el bicicross, el bowling, o el surf— no pueden practicarse sin antes pedir un préstamo al "Banco Interamericano de Desarrollo", dado el alto costo de los implementos.

Más oscuro no podría ser el panorama. Sin embargo, sería deshonesto de mi parte no adver-

tir lo siguiente: realmente, y a pesar de la situación descrita anteriormente, pareciera que la mayoría de los jóvenes están disfrutando lo que hacen; he percibido la misma expresión vacía —resultado de la combinación de la más silvestre alegría con una sensualidad torpe—, cercana a la de los personajes de *Clutch Cargo*, en los rostros de los “pavos” que se contorsionan remedando burdamente el *breakdance*/norteamericano, de las “jevitas” que se exhiben en las heladerías de moda, y hasta de los estudiantes que se agolpan en los cafetines de las Universidades. Parecen felices, o por lo menos, conformes, ¡es tan difícil saberlo!. Ciertamente, somos pocos los insatisfechos, los inadaptados: la clave del asunto reside en que, desde la década pasada, la cuestión existencial se redujo a simplemente “pasarla bien, y el que se ‘enrolle’, que así se quede”; las exigencias para “pasarla bien” —por si fuera poco— disminuyeron, con el transcurrir de los años. En nuestros días, verbigracia, la participación en un concurso como “La Doble de Maritza Sayalero” o “El bombón de la sifrina” puede estar perfectamente en el campo de legítimas ambiciones de un joven venezolano (y no me meto en el campo de las ambiciones ilegítimas, pues no quiero hablar ni de política ni de negocios).

El joven venezolano de hoy actúa como si oficiara de monaguillo en el altar de la democracia pluralista; su moral casi victoriana haría parecer al Senador McCarthy como un impúdico liberal; su patriotismo, extraído de las páginas de *Tricolor*, conformaría hasta al más rudo *camisa parda*. Por ello, no debe causar asombro que en nuestro país haya grupos de rock que dedican sus discos a Dios y a sus padres, o que jóvenes universitarias recojan firmas para sancionar a los autores de un periódico estudiantil al que consideran “ofensivo e inmoral”, o también que legiones de “niños-bien” ingresen a las filas de la cruzada de “Tradición, Familia y Propiedad”. No hay rastros de irreverencia; cualquier manifestación de disenso es considerada insolente.

Entonces, ¿qué ha pasado? ¿Qué ocurrió con esa juventud narcotizada con los olores del



crudo pesado, arrullada por la melodía electrónica de los juegos de video?.

Estudiar esta cuestión, o simplemente reseñarla, me enfrenta a dos dificultades esenciales; en primer lugar, el riesgo de utilizar cierta jerga "sociológica", aparte de ahogar cualquier posibilidad de percibir realmente el fenómeno, resulta supersticiosa, y frecuentemente no es más que un andamiaje retórico que busca dar sustento a un alegato gris y vano; en segundo lugar, estoy profundamente implicado con mi objeto de estudio, y ni aún como ejercicio metodológico, puedo desligarme de él: Sí señores, formo parte de la congregación de destetados del "Viernes Negro", soy integrante de la generación del 80 (del 80% de ignofantes). Aunque me resulte penoso, confieso que mi infancia quedó marcada por la rivalidad mortal entre **Rodak** y **Goldar**, la exasperante indecisión de **Meteoro** para con la paciente **Trixie**, o la inconmesurable profundidad místico-filosófica de la clásica expresión de **Robin**: "¡Santo tal cosa!"; que en mi adolescencia, viví un apasionado romance farandulero con las "Trillizas de Oro", y que nunca perdí las esperanzas de que **Marisol** y "Pili y Mili" vinieran a Venezuela en busca de su **partner** ideal; que oportunamente asité a la correspondiente fiesta de quince años con la "Billo's Caracas Boys", y que poco después peregriné a los santos lugares del Estado de Florida; que, según la edad, tuve mi "boligoma", mi "taquititiqui", mi guante "Wilson", mi "flower", mi calculadora "Hewlett-Packard", y hasta mi auto europeo; que sufrí la angustiosa espera del listado del **CNU**, y que en la Universidad cumplí con las horas de Asamblea requeridas; que soy un **habitué** de **Tropi-burger**, y aún sigo los denodados esfuerzos que hace "Musiuuto" en televisión por parecer inteligente. En fin, no hay posibilidad de error histórico: nací en época de guerrillas, me crié con la "Gran Venezuela", y quedé "fuera de base" con el 18 de Febrero. Entonces, ¿cómo juzgar imparcialmente al joven venezolano hoy, si cada vez que hable de él estaré haciendo alguna referencia a mí mismo?.

Las coordenadas cronológicas, que permiten definir a la juventud actual permanecen más o menos claras. Pero, aún así, podría preguntarse ¿a cuál juventud se refiere este tipo? ¿A la que aparece en las campañas televisivas contra la droga, inevitablemente jugadora de **basketball** y pasajera de **Renegados**, que rechaza enérgicamente las ofertas de un dadivoso distribuidor? ¿La que cada tanto se congrega en Avenidas y Centros Comerciales, atormentando a los demás mortales mientras piden contribuciones para instituciones contra el retardo mental, hospitales infantiles o simplemente para sus comités "pro-graduación"? ¿La que, con estricto criterio empresarial, maneja sus opulentas minitecas, de nombres aborreciblemente galácticos (**Betelgeux**, **Sky Way**, **Quaser**, etc.)? ¿O acaso la que deambula por las zonas industriales de Valencia y Ciudad Guayana, en constante —y ya resignada— búsqueda de trabajo? ¿La que no se pierde ni un solo "sarao" cultural, ha asistido a cada presentación de Zapata, Britto García y compañía, escribe poemas, subraya y hace anotaciones al margen de libros de filosofía y sociología? A eso respondo: me refiero a todas y a ninguna. Todos los segmentos de la juventud venezolana tienen su "máximo común divisor": ciertas generalidades engloban perfectamente al joven de "El Valle", "Caricuao", "El Cafetal" y "Prados del Este". Las categorías actuales no son tan absolutas, por lo que es frecuente encontrar al más furibundo rockero en "Coche", y a verdaderas "marginales a la fuerza", que usan ropas hindúes y venden artesanías viviendo en el "Country Club" o "La Florida". Tendría que admitir, no obstante, que mi experiencia vital ha tenido como referente fundamental cierto sector de la clase media caraqueña, por lo que —seguramente— es la juventud de ese grupo social la más fielmente reflejada en este texto.

Ya he dicho que el escepticismo, la desesperanza, la apatía, el inmovilismo, el "pata'erroliismo", caracterizan —con las excepciones que confirman la regla— a la juventud venezolana de 1984. Para cualquier lector medianamente sagaz, el contraste con la juventud de los años sesen-

ta resultará evidente. Normalmente se le atribuye cualidades formidables al joven actor de gestas como la renovación académica, las experiencias psicotomiméticas, "Tu país está feliz", y otros episodios del anecdotario venezolano contemporáneo. Como los hijos de padres famosos, estamos a la sombra de los émulos criollos de los Beatles, Cohn-Bendit y Malcom-X; hagamos lo que hagamos, siempre nos perseguirá el precedente de esos luminosos años '60.

"¡Qué fastidio! ¿Hasta cuándo nos van a tener con la bendita gente de los sesenta?", se quejaban una joven periodista de farándula, a la salida de un foro sobre rock realizado hace algunos meses, en el que, además de la tradicional pérdida de tiempo en polémicas estériles, se presentó la también habitual discusión acerca de si los teenagers venezolanos de la década de los '80 son tan "auténticos" y "activos" como los de la generación gloriosa. Verdaderamente, ya se pasaron de la raya con la perenne evocación de Woodstock, Jimi Hendrix, el Yellow Submarine y Janis Joplin; ya es suficiente con tener que soportar algunos vestigios de esos años; tales como las capas de Alfredo Escalante y el costumbrismo tardío de Cappy Donzella. Por eso, nada más ajeno a mi ánimo que el volver a traer a colación la crónica de esa década; no obstante, una sucinta revista de lo que hizo —o dejó de hacer— esta gente se presenta como necesaria, para así poder contar con un patrón que sirva de referencia a la hora de juzgar a los jóvenes de hoy, dictarles sentencia y, de paso, establecer los honorarios de los abogados.

VENEZUELA GRAFFITI

"Por qué se fue y por qué murió
por qué, Señor,
me la quitó
se ha ido al cielo y para poder ir yo,
perdóname
para estar con mi amor"

Los 007

"¡Joven, arréchate!"

PODER JOVEN

Lo que más sorprende de los acontecimientos —si es que hubo tales— de los años sesenta, es que un circunstancial y único acierto de algún personaje le habilitaba para decir —menos que hacer— cualquier clase de tonterías, convirtiéndose con eso en líder juvenil. Bien puede decirse que el movimiento juvenil venezolano de esa época pecaba de insustancial, y que surgió como consecuencia de un malestar coyuntural sumado a los ecos de la rebelión de mods, provos, hippies, y demás ejemplares de la fauna contestataria de Europa y Estados Unidos.

Ni los hippies, ni el Poder joven, se plantearon una lucha por la transformación de la sociedad; aquellos se proponían crear "islas" de amor libre, hermandad y pelos largos dentro del marco general del establishment nativo, mientras que los segundos encamaban, más que una voluntad de cambio, una explosión de rabia que no logró ni una sola alteración realmente importante del orden, y cuyo máximo mérito reside en una que otra consigna feliz. Sus planteamientos nunca pusieron en peligro los cimientos de la sociedad, esta reaccionaba un tanto histéricamente ante algunas proposiciones "escandalosas" —el amor libre, las drogas como auxiliares de la sensibilidad, la apología de la suciedad y la melena—, pero que no trascendían el campo meramente anecdótico, por lo que finalmente —no sin ciertos sobresaltos— el poder intentó adaptarlos a su propio patrimonio, mostrando alguna tolerancia para los escasos defectos que terca-



Abel Naim

mente insistían en sus prácticas extravagantes. He de recordar, también, que los sectores juveniles más radicales, concientizados y valerosos habían sido suprimidos — término técnico que se utiliza para denotar “muerte”— o inmovilizados durante la campaña desarrollada por el Estado venezolano contra la insurgencia armada auspiciada por la izquierda; sin lugar a dudas, ese hecho restó potencialidades revolucionarias a las convulsiones urbanas de la juventud urbana de la segunda mitad de la década de los sesenta.

Quien recuerde las camisas de “bacterias”, las minifaldas (resucitadas en estos años ochenta), el *underground*, la canción de protesta, los conciertos en el “Parque del Este” y los mocasines indios, concordará conmigo en la siguiente afirmación: esta gente lo que hizo fue, simplemente, recrear, de una manera más vistosa e inusual, su propia alienación. Quizás porque la maquinaria de la industria cultural era entonces más tosca e imperfecta, había más espacio para un discurso libertario e irreverente; la liberación individual lucía entonces como una meta posible e inmediata. Para lograrla, los jóvenes de la época apelaron a muchos recursos, entre los cuales destacan las drogas, cuyo consumo tenía entonces un carácter casi ritual. A la manera de los sacerdotes de muchas culturas precolombinas, recurrían a sustancias alucinógenas como exacerbadores de la percepción. “La marihuana”, escribía Allen Ginsberg, “es un útil catalizador para específicas percepciones estéticas de tipo óptico y auditivo. Personalmente, bajo la influencia de la marihuana he entendido la estructura de algunos fragmentos de jazz y de música clásica de un modo diferente y estas revelaciones han seguido siendo válidas incluso en años de conciencia normal . . . No se trata de “alucinaciones”; se trata de percepciones profundizadas que también se podrían catalizar, no sólo con la hierba, sino con algún otro acontecimiento natural (tan natural como la hierba) que tenga el poder de modificar el estado de ánimo, como un amor intenso, una muerte familiar, un imprevisto crepúsculo sereno después de la lluvia . . .” Esa muy particular percepción auxiliada dio pie para la psicodelia, el *underground* y el esoterismo asociado a ciertas filosofías orientales.

Paradójicamente, esa búsqueda de la liberación individual acompañó a un fuerte espíritu gregario, que se manifestó, por ejemplo, en las comunas hippies y las nunca bien ponderadas patotas, que nutrieron durante algún tiempo las páginas de las secciones de sucesos de los diarios capitalinos con algunas de sus hazañas y enfrentamiento callejeros. La inclusión en un grupo —bien fuera la patota de “Chuo”, o un conjunto de rock que “fusilaba” piezas de *Moody Blues* o *Grateful Dead*— legitimaba la condición de alguien que estaba “en algo”. Esto no dejaba

de tener su importancia en una época en la que, precisamente, parecía que estaba "pasando algo".

En todo caso, para los más adormilados, alguien se encargaba de recordarles que eran parte de una generación: se trataba de la televisión. En la TV se tenía un verdadero factor de aglutinamiento de la juventud, que estaba en capacidad de conectar las más diversas esferas de la sociedad, permitiéndoles que reconocieran en ella su propia existencia; eventualmente, la cajita en cuestión crearía toda una cultura que ocuparía artificialmente el espacio de la experiencia personal más vívida, lo que contribuía a suscitar una ilusión de integración y participación. La juventud de los sesenta era, en realidad, la primera generación que había crecido amantada por las emanaciones tóxicas de los tubos de la tele: la mutación provocada con tan espantoso experimento pronto pudo constatarse en programas como "Ritmo y Juventud" —en el que hordas de "pavos y pavas", debidamente emparejados e identificados con un número, bailaban al son del *twist* y el *pata-pata*— o "El Club del Clan" —que legó a la patria excreciones tan lamentables como Nancy Ramos y Trino Mora—. Quien asistía a los estudios de las empresas televisoras, y quien seguía las distintas emisiones, participaba en una misma ceremonia, cuyo *lied* fundamental era: "¡Todos somos jóvenes, todos estamos en algo!". Claro está, que todo esto coincidió con un notable descubrimiento que estremeció a las juntas directivas de grandes empresas, y que complicó desde entonces el trabajo de las agencias publicitarias: la juventud constituye, por sí misma, un mercado de consumo, y especialmente la juventud de las clases media y alta —o A-B, para el gusto de los publicistas—, cuya capacidad de adquisición de bienes se había incrementado considerablemente. Este hecho, del que, a nivel mundial, pueden dar testimonio las inmensas fortunas reunidas por Mary Quant o Bob Dylan, confirió un nuevo matiz a la producción cultural de masas; desde entonces, el culto a la juventud es su signo.

Fue la época del *ye-ye*, de las fiestas con luces moradas; pero, sin lugar a dudas, el fenómeno músico-cultural-comercial-sociológico de ese tiempo estuvo concentrado en los cuatro chicos británicos que dieron paso a todo ese suceso que se ha dado en llamar la *beatlemania*. La presentación de los *Beatles* en el show norteamericano de Ed Sullivan fue la oficialización de un fenómeno que perduraría intacto en toda su fuerza hasta los albores de la década de los setenta, y cuyas huellas aún son detectables en 1984. En Europa, y en Inglaterra en particular, la locura de Liverpool se inició como una corriente subterránea, que pronto emergería con una violenta erupción: esporádicas informaciones en la prensa británica sobre un grupo musical que provocaba disturbios, desmayos, arrestos en los lugares en los que se presentaba, apenas sugerían lo que estaba por venir. "Muestra la incompreensión de los mayores", escribe el crítico español José Ramón Pardo, "es el rechazo con que la compañía de discos Decca respondió al envío de una primera cinta de prueba de los *Beatles*. La Decca perdió el contrato y perdió millones de libras, porque durante siete años los *Beatles* fueron la primera fuente de exportación británica". La repentina fiebre mundial —que produjo estornudos y leves escalofríos en Venezuela tomó un poco desprevenidas a las factorías de productos culturales de consumo masivo que, sin embargo, pronto se "pusieron las pilas", logrando asimilar la prodigiosa perturbación ocasionada por los cuatro melencidos ingleses. Ya los últimos discos de los *Beatles* eran verdaderos monumentos del *marketing*, verdaderas odas *pop* al *all rights reserved* que tenían como inspirador al mundo de los negocios, aun cuando conservaban cierta ambigüedad propia, por cierto, de toda la música *rock*. Sin embargo —y esto es lo importante— los *Beatles* ha sido el último fenómeno musical que ha debido ser adaptado, y no creado, por las transnacionales del vinilo (exceptuando, quizás, la explosión *punk* de 1977).

Yo no sé si los *Beatles* realmente iban dictando pauta, o por el contrario, tenían una muy



afinada intuición que les permitía captar a tiempo hacia dónde se inclinaba el barco de los gustos juveniles; lo cierto es que, en nuestro caso, los leves coletazos del huracán *beatle* que golpearon a Venezuela bastaron para marcar muy definidos rumbos a nuestra juventud: los coros de "She loves you" fueron excusa suficiente para que toda composición *made in Venezuela* contemplara la inclusión de cierta cuota de "yeahs"; acercamiento de los *Beatles* al Maharishi Manesh Yogui coincide casualmente con un creciente interés vernáculo por la cultura hindú, seguramente el matrimonio de John Lennon con Yoko Ono hizo que en nuestro país se viera con otros ojos —¿oblicuos?— a las asiáticas, y que súbitamente se renovara el culto a "La Chinita". La epidemia atacó a todo tipo de gente, desde universitarios a colegiales, desde intelectuales a *patoteros*. La pasión era el lugar común de la época: una breve observación a las carátulas de los discos que aún conservan nuestras hermanas permitirá comprobarlo, con conspicuas inscripciones como "I love you, John", o "I wanna hold your hand, Ringo".

Con todo, el —o la— fan de la época podía calificarse de ingenuo. Nadie parecía percibir la terrible ironía y parodia social de "I am the Walrus", y tuvo que llegar a un cable de una agencia internacional de noticias para que aquí se barruntara que tras letra y el título de "Lucy in the sky with Diamonds", (a) LSD, podía hallarse una alusión al consumo de alucinógenos. Esto, en cierto modo, se corresponde con el optimismo que caracterizó a los años sesenta. Más allá de una fachada de contestación e irreverencia, yacía una ciega esperanza de que el amor, la no-violencia, la música, el "pon tu mano en mi mano", podían, a la larga, cambiar las cosas; uno que otro intercambio de pedradas con la policía sirvió para disimular la carencia de un compromiso efectivo de transformación, que pudiera implicar un confrontamiento sangriento.

Por otra parte, la juventud no logró romper un esquema que ha venido funcionando en nuestra sociedad desde hace cientos de años: dentro de cierto orden, a la juventud se le asigna

un margen para actuar contraviniendo algunas reglas; son las llamadas "locuras de juventud", que los muchachos "lógicamente" cometen porque son —supuestamente— más fogosos, emotivos, inexpertos y un largo etcétera. Sin embargo, cuando se acerca a la madurez —esa cualidad tan valorada, que desplaza en nosotros lo verdaderamente vital—, el joven descarriado regresará, inexorablemente, al redil. Así, los jóvenes que en el 28 gritaban ¡Sacalapatallajá!, organizaban "Semanas del Estudiante" y eran condenados a trabajos forzados en las carreteras gomecistas, terminaron como fichas importantes —eso sí— de las "Fuerzas Vivas" de la nación, y no hablemos de la generación del 58. Pues bien, de igual forma —aunque con diferentes matices— ha sido con los muchachones del sesenta (los sobrevivientes, por supuesto): en la actualidad vegetan en ministerios, universidades, estaciones de radio, partidos de la "nueva" izquierda, refugiándose de vez en cuando en un disco de Crosby, Stills, Nash & Young y hasta en un incierto "pito" de marihuana. Les ha llegado el momento de la tregua, y lo del sesenta "no fue nada, mamá, sólo un juego"

MEMORIAS DE UN CHAMO DE LA DECADENCIA

"Ooooo, ¡Oh México!
quiero ir, quiero ir, quiero ir, quiero ir
a México"

O.J. Colina

"Gaby, eres monstra, te quiero".

Anónimo

La transformación de la juventud venezolana a lo que es hoy, no fue, de ninguna manera, un hecho repentino y sorpresivo. Diversos signos de descomposición se apreciaron durante toda la década de los '70, que nos debían indicar que algo marchaba mal. Extraña, por ejemplo, que Juan Pablo Pérez Alfonso, en una de sus célebres ruedas de prensa caseras en las que alertaba sobre la inminencia de la debacle y nuestro hundimiento en el excremento del diablo, no llamara la atención sobre asuntos tan graves como —por ejemplo— la fiebre Menudo o la influencia del kickingball sobre la salud física y mental de las adolescentes venezolanas. Citaré brevemente algunas señales de agonía juvenil de los últimos diez años:

* La música disco, *Saturday Night Fever*, y todo lo que vino con ellos: Nunca tantos hicieron tan poco por parecer personas.

* La creación de la Universidad "Simón Bolívar", especie de colegio grandote que libraba de cargos de conciencia a todo aquel joven "chévere" que consideraba los estudios en una Universidad pública como la única opción digna, pero que le tenía "cosa" al "negrero" de la UCV (ya la Universidad Católica era un caso perdido). La creciente sifrización de la Central ha terminado por poner las cosas en su lugar.

* El éxodo, y lo que es peor, el regreso de la diáspora venezolana —esto es, los becarios de Fundayacucho—. Todo tipo de lastre nos llegó de afuera: individuos poseídos por la electrónica y la computación, neo-punks, potenciales gerentes de filiales de transnacionales y, especialmente, toda una generación de eclecticismos idiomáticos. Los que dicen no parking en el estacionamiento", o "por favor, runéame ese programa".

* El juego de "La Pirámide"; ¿quién puede imaginarse a los hippies de los sesenta invirtiendo 500 bolívares para ganar 16 mil, embaucando de paso a cientos de bolsas (entre quines estoy yo)?.

* La inauguración del "Poliedro": ya no había que ir a lugares tan "chimbos" como el

“Parque del Este” y el “Nuevo Circo” para celebrar como corresponde los rituales presumiblemente juveniles.

* El Rock sinfónico, y toda esa maraña de teclados electrónicos y letras pretenciosas.

* La onda “tierna” de obsesión por lo “cuchi”: Hello Kitty, My Melody, Little twin stars, Snoopy, Pitufos, etc.

* El rock nacional, que más se dedica a la elaboración de imitaciones de “jingles” institucionales, antes que otra cosa.

* La aparición de pintas —pretendidamente filosóficas— como: “La libertad sólo existe ¡donde hay libertad!” o “A veces la vida nos da un beso . . . en la boca”. Frases como éstas, junto alguna declaración notable tipo “A mí me gusta la música de Shakespeare”, merecerían una edición de Vanidades.

* La consagración de la sifrina Laura Pérez en los Hit Parades y cuñas comerciales.

* La extendidísima prescripción de “frenillos” y demás trabajos de ortodoncia, ¡Toda una fortuna repartida entre las jóvenes dentaduras y las cuentas corrientes de los odontólogos!.

* La abrumadora imbecilidad de los disk-jockeys de las radios juveniles.

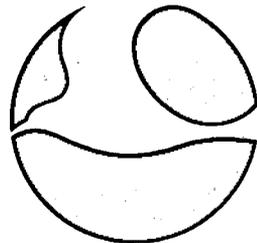
* Michael Jackson y el break-dance. Este último imita los movimientos de los robots; ¡Por lo menos algo a favor de la sinceridad!

Ciertamente, la cosa va muy mal. Ni siquiera puedo captar algo de la irreverencia y la “locura” espontáneas que ejercitaron juventudes precedentes. El escepticismo parece el único camino.

Personalmente, sólo puedo imaginar una forma de hacer frente a esta deprimente situación. Practicar la saludable —y por demás divertida— costumbre de llevar siempre “la contraria”, convertirnos en una suerte de francotirador que apunte indistintamente a todos los lados, sin respetar categorías de ningún tipo, sin atender las exhortaciones en pro de la moderación y la sindéresis que gustan de hacer algunos arrepentidos del pasado, disparando nuestras municiones argumentales contra todo lo que se mantenga en pie. Quizás todo no pase del simple gesto pero al menos es una forma más interesante y entretenida de pasar esta especie de campo minado que es el intervalo entre los 15 y los 30 años.

En fin, seamos como en los versos de Karl Kraus:

**“Allí donde ellos la vida o la mentira subyugaban
revolucionario era yo
Allí donde ellos contra natura en las leyes recalaban
revolucionario era yo
Con los vivamente afligidos me he afligido yo.
Allí donde ellos Libertad como frase utilizaban
reaccionario era yo
Allí donde ellos el Arte con su ‘poder’ ensuciaban
reaccionario era yo.
Y retrocedía hasta los orígenes”.**



Crónica Siniestra:

— Estereotipos de la Izquierda —

AQUILES ESTE

Para abordar un tema como éste —aunque todavía no preciso debidamente de qué tema se trata— echaré mano de una metodología intuitiva. Esto, por dos motivos centrales. Primero, porque no está a mi alcance ni en mi ánimo otro procedimiento. Y segundo, porque repentinamente puede ocurrir que la manera más eficiente de acercarse a esta realidad es estudiándola de acuerdo con lo que uno presente. Hecha la aclaratoria, entremos en materia, que se nos hace tarde.

El término izquierdista lo vamos a encontrar emparentado con el origen mismo de los primeros partidos políticos. El antecedente más preciso que se tiene es el de la Asamblea Nacional Francesa (1789), especie de anfiteatro desde los partidos más radicales y jacobinos, acostumbraban sentarse en la parte de arriba y hacia la mano izquierda del presidente. En el parlamento inglés, un izquierdotropismo extraño, llevó igualmente a los partidos comunista, socialista y laborista a ubicarse hacia la mano inhábil.

En Venezuela, lo que podría llamarse izquierda o derecha tiene quizás una referencia muy vaga, en lo que fue hasta comienzos de siglo la división clásica entre liberales y conservadores; una discusión que probablemente se origina con la especulación sobre las ideas centralistas de Bolívar. Es decir, cuando el proyecto de la Gran Colombia se estabiliza, lo que le queda a Bolívar es un país producto del despojo de la guerra, plagado de miseria, insurgencia, montoneras y enguerrillamiento. Entonces, Bolívar se da a la urgente tarea de centralizar y coordinar aquella nación federada y dispersa, en un poder central que se constituiría en Bogotá. Esta propuesta sonó a los oídos de algunos como resultado de tendencias hegemónicas, a su vez enfrentada a los grupos que promovían la instauración de un sistema federal, un poco al estilo norteamericano.

En todo lo que fue el proceso post-independentista, este mismo enfrentamiento se vuelve a producir al punto que culmina en la Guerra Federal. Una guerra que se plantea justamente a las banderas de la federación, en contra del centralismo. De modo que la izquierda —entendiendo por izquierda todo lo que sean ideas de transformación, de cambio o de reforma social, en cual-

quiera de sus direcciones— podía estar ubicada en ese momento con los liberales y federalistas, que insurgían en contra de los Monagas, o sea, en contra de los godos-centralistas.

Ahora, esta idea de liberal y conservador resulta una referencia tan imprecisa en lo que respecta a actitudes sociales, que son justamente los Monagas quienes decretan la libertad de los esclavos y posteriormente quienes se levantan en contra van a ser los propios generales federales, es decir, los izquierdistas a nuestro objeto.

Sin embargo, es perfectamente posible que en el caso de la federación pueda haber habido cierto soporte de conflicto social por los problemas de la tierra y el hambre de la gente. Pero la expresión organizativa de ese movimiento nunca fue más allá —salvo en muy contados casos: Zamora o el Mocho Hernández— de la visión caudillista. ¿Y qué ocurre aquí? Pues sencillamente que el móvil fundamental del caudillo es justamente eso, acaudillar. Es el deseo de poder sin profundas convicciones sociales, sin un estudio real del medio en que se vive, lo cual genera en definitiva fidelidades familiares, compadrales y regionales, que mantuvieron y mantienen, por un lado, los intereses personales y de patotas, y por otro, la invasión de ideas foráneas. La argumentación para tal desenvolvimiento puede ser indistintamente liberal-reformadora o conservadora-preservadora.

Y así, con estos saltos feroces que venimos dando, llegamos a la época de Gómez, un personaje que entendió con mucha mayor profundidad que los anteriores caudillos, la necesidad de una absoluta centralización del poder. Ahora, de Gómez no se puede decir claramente si sigue las banderas liberales o conservadoras, sino que lo que hace es adosar a ese movimiento caudillista un ideario tomado de cualquier propuesta europea.

En consecuencia, encontramos en todo este proceso una estrecha relación de dependencia cultural e ideológica que agrega fatalmente a todo movimiento de cualquier orden, un ideario advenedizo e importado. La falta de producción cultural propia, mantiene subyacente el flujo de intereses de los grupos y las patotas.

EL PRIMER IZQUIERDISTA

Ahora, ¿a qué viene todo este pajero histórico? A demostrar —de manera intuitiva, repito— que en el momento en que al país llega (hacia los años 20) el planteamiento marxista, esa disposición colonial se mantiene. Recordemos que el marxismo fue el ideario que trajeron algunos iluminados de Europa. Y digo iluminados, no porque fueran más inteligentes que el resto de la gente, sino porque provenían de familias que poseían mucho dinero, y eso había posibilitado su pasantía por Europa, sobre todo, por Europa la sabrosa, por París fundamentalmente. Es éste el caso concreto de los Machado y los Otero Silva.

Sin embargo, este izquierdista que se empieza a producir resulta ser un personaje absolutamente ascético. Se trata de un revolucionario romántico, de novia, boina, corbata negra, medallita en el pecho, terrible pasión y dispuesto a cortarse las venas en las primeras de cambio. Hablamos específicamente del izquierdista de la huelga del 36. Un sujeto preferiblemente vestido de blanco, que ya venía renunciando al sombrero de pajilla por un chapeo más tropicalizado, un poco quizás por diferenciarse de la indumentaria más propia de la onda gomecista. Encontramos igualmente una afición por el buen brandy, a saber, el Hennessy y el Martel, y por la música urbana de aquellos tiempos: el merengue. La literatura de este personaje que nos ocupa se nutría básicamente de los poemas dulcones de Rubén Darío, Neruda, aunque todavía tímidamente, y "Las Memorias" de Pocaterra.

Con estos señoritos nace en Venezuela lo que se conoce con el nombre de "círculos de estu-

dio", de los cuales saldría —aunque sin ser militante comunista— Rómulo Betancourt. Betancourt encuentra en el marxismo una propuesta y un lenguaje demasiado extraño, y se plantea de inmediato una especie de reducción pragmática de ese ideario, acompañado de una necesidad de segmentar el proceso de cambio. Es aquí cuando aparece ese modus izquierdista criollo con el que se identificaría luego Acción Democrática. Se trata de un sujeto que uno más bien asocia con el caballo, la carota negra, la "Marisela". Es el revolucionario civilizador, que trae las ideas nuevas, el respeto a los pobres, y que encarna perfectamente en la figura romántica de Santos Luzardo. No cabe duda entonces de que muchos de nuestros dirigentes de izquierda retienen en su sangre un claro influjo Luzardista, en el sentido de aparecer como personajes mesiánicos, románticos, poseedores de la verdad, necesitados de un auditorio que los entienda e interprete.

Demos nuevamente un salto. Esta vez de unos diez años, a los tiempos de Medina. Durante este período se asume sin titubeos el deseo de transitar lo menos dolorosamente posible desde el gomecismo a una democracia evolutiva paternalista.

En el izquierdismo de la época encontramos naturalmente al Partido comunista que continúa enfrascado en una onda ascética, y a Acción Democrática claramente dividido en dos tendencias: un ala romántica, creyente en un ideario reivindicador y el ala pragmática con Betancourt a la cabeza, sacando cuentas, con una intuición fabulosa, que le permitió y le permitiría siempre, ubicar con precisión los elementos de conjunción de fuerzas en cada momento concreto. Es decir, mientras los demás andaban pajareando y viviendo en su poesía y en su nota, este hombre estaba analizando las demandas del mercado y percibiendo la realidad social con una terrible agudeza.

Los comunistas se atareaban cada vez más en una organización celular, sin una preocupación clara por el problema de la formación de las bases, y manejándose mucho por clichés. Las reuniones de los camaradas se realizaban en casa, mientras la mujer del dirigente se esmeraba en atenderlos bien. La señora, no fue nunca más allá de ser una inmaculada compañera que había logrado finalmente casarse por poder con su enamorado de toda la vida. Su lucha política se limitó a lucir gala de vez en cuando, y a prestar la casa para las tenidas del marido.

Era la época en que comenzó a entrar —en nuestro carácter de eternos receptores— la moda que provenía de México y principalmente de Cuba. Aquellos pantalones abombados, de bota estrecha, que hicieron definitivamente imposible meterse los pantalones con los zapatos puestos. El zapato era el otrora calzado tipo pachuco, a dos tonos y de tacón levantado.

Los testimonios indican también que ya empezamos a entrar en un momento en el que los dirigentes se empiezan a cuidar menos de mostrar sus bienes de fortuna, al punto que muchos de ellos ya se paseaban por ahí con sus buenos carros. Se leía mucho a García Lorca y gustaba especialmente Picasso, sobre todo porque era camarada. De Dalí ni hablar.

EL GRAN PROLETARIO

Otro salto. Estamos en los años 50, en el marco de la resistencia. A raíz de la huelga petrolera comienza a producirse un incipiente movimiento juvenil comunista entre los estudiantes. La militancia es abnegada y seria, tan seria, que no oye por andar abusivamente ensimismada en su propia propuesta. El movimiento abandona en buena medida la postura intelectual, por una actitud más mística. El coqueteo intelectual de estos jóvenes no va más allá de las lecturas marxistas. Se lee a Sartre con mucha malicia, la poesía soviética de Pusckin, y Neruda era una especie de gran dios.

El izquierdista de esta época, sobre todo el izquierdista estudiante, siente debilidad por el



bolero pero no la confiesa, un poco argumentando que era música más propia de gente con una estructura emocional de derecha. Seextasía por el contrario con la música clásica romántica. Se trabaja preferencialmente con Grieg, Tchaikovski y el Beethoven Heróico. Vivaldi y esa gente hacían una música cortesana insoportablemente impenetrable. Se habría oído con mucho gusto a Wagner de no haber sido clasificado de filo-nazi por los comunistas alemanes.

El revolucionario joven del momento bebe muy mesuradamente y vodka en algunos casos. Es más, no estaba bien visto tomar aguardiente ni derraparse bailando. Es un tipo sumamente controlado en lo moral, debido a que está llamado a ser un ejemplo y ese ejemplo es el gran proletario. Un hombre ascético, respetuoso, fiel a la palabra, incapaz de delatar al compañero y tremendamente severo. Vida sexual tímida, al punto de que si dormía con una muchacha era incapaz de tocarla. Aunque sí sucedía de vez en cuando lo que sucede normalmente cuando se juntan hombres y mujeres.

Los más viejos eran un poco más vagabundones. Se permitían una libertad con las mujeres y el alcohol, un poco por haber ingresado a un PCV distinto. Los jóvenes por el contrario se inscribieron en un PCV clandestino, ingresaron a un partido más celular que nunca y autoprotegido.

Mientras tanto, los demás izquierdistas adecos, y lo que sería luego el MIR, se daban una vida bastante bohemia y liberal. Son gente que le ha llegado al marxismo desde afuera, y como producto del contacto con los comunistas militantes. No tenían además una convicción de aparato eficaz y se daban el lujo de ser embarcadores y parranderos.

HACIA EL GRAN VIRAJE

Cae Pérez Jiménez y este hecho produce que los militantes del MIR y del PC se conviertan en héroes. Los sacan en hombros de la cárcel y los llevan como dioses a la Plaza Bolívar. Algunos tienen inclusive acceso a ciertos niveles del gobierno. Es en este momento cuando el PC se descubre como una organización sin base y se lanza lo que llamarían una "línea de masas". Esto para algunos era algo así como la llegada de Sodoma, porque significaba relajar toda una disciplina interna y un profundo cambio de valorativa. Por otro lado existía esa presión social de ser famosos, reconocidos y heróicos y a muchos sedujo esa nueva actividad social y cultural, esa vida de calle hacia la cual no se tenía un instrumental para defenderse.

El izquierdista empieza a ser entonces un tipo más desenfadado, ya canta, le llega la barba

cubana (que traería Fidel a Maiquetía), empieza a leer a Marcuse y a enterarse de las primeras ideas hipiescas californianas. Se comienza a llevar una vida mundana que no pasa del aguardiente y de unos pocos deslices, que con una mínima reprimenda son de inmediato contenidos. Aquí comienza a producirse ese izquierdismo intelectualoso que algunos llaman sencillamente izquierdismo, y que me interesa ubicar en sus usos y en su actitud social.

Sin embargo, la situación guerrillera no permite el despliegue de mayor vida intelectual, además de que Caracas es una ciudad todavía muy provinciana. El sitio de mayor exhibición intelectual era la Universidad.

Aquí se nos presenta un aspecto que tuvo su importancia en ese cambio valorativo que viene operando en la izquierda y es la militancia definitiva de la mujer en la lucha política. Con esta incursión la cosa se embochina y se produce un cambio de valores, al punto que se recuerda el caso —que si bien no fue la norma— de aquel famoso dirigente que se acuesta con la mujer del compañero que lo esconde en su casa. De haber ocurrido algo similar anteriormente habría sido sancionado de inmediato como un asesinato.

De esa época se conocen igualmente las famosas fiestas de despedida que les hacían a aquellos jóvenes que se marchaban a la guerrilla. Es por estos tiempos que queda definitivamente institucionalizada la fiesta de contribución. Muchos matrimonios de aquel entonces —matrimonios por civil naturalmente— se realizaron gracias al aporte de todos (ron principalmente).

Si tuviésemos que hacer un retrato hablado del izquierdista que asistía a estos festejos habría que decir que lucía parecido a un personaje preocupado, de corbata, llevaba un paltocito viejo que no se bajaba nunca y de modos algo recatados. Empezaba a perfilarse la idea de que ser izquierdista es ser irreverente. Sin embargo, la principal pose del camarada de estos días era el discurso afirmativo. Hablaba siempre con el dedo índice extendido, aleccionado a un auditorio enmudecido.

LA APERTURA DE MERCADO

En 1965 la izquierda pierde la perspectiva guerrillera. Este repliegue provoca una profunda reflexión interna. Se cuestiona la capacidad de comprender una realidad y de generar en consecuencia una política acertada. El MIR, y sobre todo cierto sector del PC, comienzan a verse como organizaciones burocratizadas y poco intuitivas.

¿Qué provoca esta discusión?, Una pérdida de la brújula, un vacío de propuesta hasta ese momento cubierto por el ideario marxista. Se abre entonces la necesidad de asumir una nueva proposición, pero la nueva proposición no surge de la propia circunstancia, de la propia realidad. La avidez intelectual y juvenil va a buscar las respuestas otra vez afuera, y es aquí donde se vuelve a repetir el mismo ciclo que hemos estado describiendo.

La apertura de mercado habría podido cuajar en la creación de un lenguaje y método de análisis propios, pero esto no ocurrió. La industria marxista perdió crédito y dejó de satisfacer este mercado. Las miradas fueron a parar otra vez a Europa y los Estados Unidos. Allí consiguieron rápidamente a la Escuela de Franckfurt, al marcusanismo, al hipismo, al Maoísmo, a los Beatles y al blue jean.

De este modo, el mundo comenzó a abrirse en infinidad de matices. Ya no se veía a los Estados Unidos como el gran monstruo que había que derrotar a como diera lugar, sino como un país interesante y complejo. Se empieza a pensar que los gringos no son tan malos, que se trata de un pueblo que a la luz del hipismo y de Vietnam también está jodido. Hoy la izquierda ha comprendido que todos votan de igual forma por Reagan. El mundo dejó súbitamente de estar

dividido en dos bandos, y en un mundo así resulta más difícil orientarse y en consecuencia, hay pauta para una gran matización.

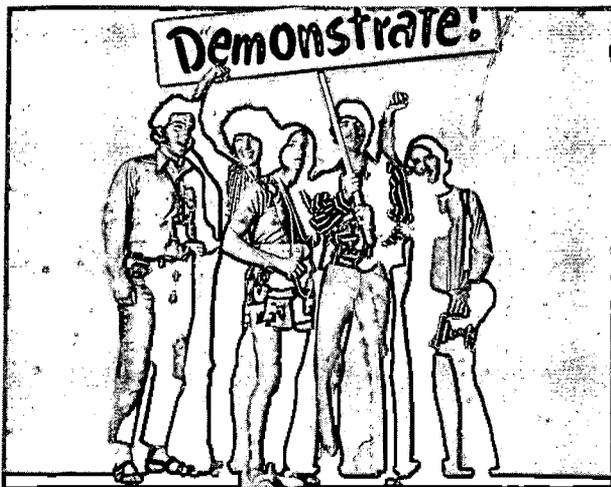
Asistimos ahora a un nuevo tipo de contestación que es la de ser anti-sistema. ¿Qué sistema? no importa. Insurge entonces un personaje buscón, irreverente, no comprometido, poco definido y empieza a abonarse el terreno para el establecimiento de lo que es hoy el modus cínico-es-céptico.

En este momento Caldera entiende —como no lo habría hecho Rómulo— que la mejor manera de acabar con la insurgencia es integrada al sistema. El gobierno aprovecha esa difuminación que viene padeciendo el izquierdista y la utiliza para acabar con el revolucionario como referencia. En tal sentido, pacifica a Venezuela y crea el Inciba, hoy CONAC. Allí se agolparon los irreverentes, seducidos por una chamba que le ofrecían a repartirse premios de arte entre ellos mismos. En Inciba terminó sirviendo entonces de gran aparato de digestión de izquierdistas.

Hacia finales de la década la nota hipiesca entra con furor por toda la calle del medio. Las características que esta nueva importación adquiere en nuestro medio son harto conocidas, pero las mencionaremos para reforzar la memoria. Cultura de la marihuana, pies sucios metidos en sandalia sureña, valoración de la sencillez (aunque fueron los seres más enrollados del mundo), negación de un industrialismo que aquí no existía, utilización de los hijos como elemento decorativo, pose de drogado, migración a Mérida, búsqueda del helenismo, alimentación vegetariana y demás hierbas.

LA LLEGADA DEL BETAMAX

El surgimiento del MAS coincide con una tremenda atomización del resto de los partidos de izquierda. Es justo reconocer que en lo que va de democracia, el MAS ha sido uno de los movimientos que mayores expectativas ha generado entre los jóvenes venezolanos. Sobre todo porque fue un movimiento que se abrió paso entre una izquierda que, pese a las transformaciones que se han producido, todavía lucía ante muchos como encerrada y dogmática. La oferta política que se proponía se conformaba a muy grandes rasgos de los siguientes elementos: ruptura



con el "bloque histórico", renuncia a la teoría soviética, necesidad de cambio en base a una propuesta venezolana, constitución antiburocrática.

El MAS va a simpatizar a muchos jóvenes contestatarios porque les ofrece un terreno de discusión y de lucha que no exige muchos sacrificios. Algunos se acercaron también porque veían en el "Movimiento" un cierto alo medio anarcoide, y otros sencillamente porque de este modo, podían exhibir su "sensibilidad social y su irreverencia" sin mezclarse mucho con "el perraje".

El "Movimiento" se conformó rápidamente como un partido de estricta clase media y de muy escaso trabajo de masas. Se propuso crear a como diera lugar una maquinaria electoral que terminó suprimiendo el perfil ideológico del partido, interesante y renovador en sus comienzos. El esfuerzo electoral jamás se tradujo en votos.

El izquierdista descubre entonces a Nueva York, aunque en un comienzo lo hace para presenciar la explotación del puertorriqueño. Se realizan los primeros viajes a Disney World y se lanza en una desenfadada búsqueda de experiencias y vainas raras.

Ahora ¿por qué menciono al MAS en particular?. Porque a partir de él apareció la versión más diluída del izquierdista, porque coincide con su nacimiento la insurgencia de un personaje que no sólo se conformaría ahora con el consumo de cosas, sino con el consumo de ideas.

Se empieza a leer a Gramsci, Althusser, Mao y en cuanto a literatura refiere, las preferencias se orientan hacia el "boom latinoamericano", a saber: Paz, Cortazar, García Márquez, Vargas Llosa, Fuentes. Eran los comienzos de la Nueva Trova Cubana.

En alguna medida no resulta arriesgado observar que el izquierdismo se deja incluso seducir por la idea de la Gran Venezuela. Son los tiempos del joven de 17 a 23 años que viaja a comprar modas y tan pronto éstas se vulgarizan aquí, vuelve a viajar a buscar más trapos.

El MAS viene de sufrir su segunda gran derrota electoral, las causas ya las hemos esbozado tímidamente, pero sistematicemos aunque sea por un momento. El "Movimiento" se termina de constituir en una organización desclasada, se pretende hacer del obrero una especie de intelectual de segunda. Paralelamente a lo que viene sucediendo en el izquierdismo europeo, el MAS se propone: reivindicar la sexualidad liberada, valorizar artificialmente las universidades convulsionadas, denunciar el parlamentarismo ambiguo, acercarse a la esfera de lo subjetivo, pero ¿qué ocurre? Que no hay arraigo popular ni obrero, y para colmo, la gente no puede olvidar su participación en las guerrillas ni su fama de "come niñitos".

Empieza la desesperación. Y montan la olla electoral que tendería a identificarlos cada vez más con AD. De la noche a la mañana se convierten en intérpretes del "sentir popular", se edulcora todo lo que de agresivo puedan tener o pueda identificarlos con la guerrilla. Aparece la figura del programa, que es lo mismo que decir: "voten por mi programa que ése es el mejor". Las masas se convierten ahora en el objeto mágico que les conferirá la gloria.

A la sombra de este derrumbamiento surge la figura del izquierdista que anda por ahí en su carro de doble tracción o en su modelo europeo. La palabra pueblo le produce horror (prefiere la palabra gente). Y no es un tipo precisamente criollo, porque identifica lo criollo con lo populista y no descubre que en lo criollo hay algo más allá de lo folklórico. Cuando percibe sensibilidad por lo nacional lo intelectualiza para poder disfrutarlo. (Caso Un Solo Pueblo).

El mejor ejemplo de esta "evolución" lo encontramos precisamente en el desenvolvimiento de los hijos de los dirigentes. El hijo del cabecilla es el primero que no cree ni ve muy clara la propuesta del padre. El padre no se preocupa por hacer proselitismo con él, lo respeta y ese mismo respeto permite que el hijo sea disidente. La tendencia general es hacia el sifrinato, es un joven enrollado y comprador, sin una propuesta que compita con la propuesta de la compra. A todo esto se suma finalmente una tremenda voracidad por el consumo de ideas, por comer cosas

raras, por ser original, por cargar la camisa rota cuando todo el mundo la carga entera, barba cuando todos están lampiños, votar con la minoría. Es un personaje que se para en medio de una reunión y cuando todo el mundo está a punto de ponerse de acuerdo exclama "eso que ustedes están diciendo es una cagada".

La mujer del dirigente, a diferencia de la mujer gris adeca, es una persona conflictuada. Pelea mucho con el marido, se precia de su independencia, renuncia al sostén, cuestiona la fidelidad, no se mete en política y no usa zapatos de tacón.

Mientras tanto el dirigente anda por allí en su carro regulado. Viste palto sin corbata. Un poco por aquello del hombre que tiene que estar preparado para cualquier eventualidad. A ratos se mete un tabaquito de mariguana y le enrolla la cocaína. Escucha la música del "boom brasileño", el bolero y naturalmente la salsa. Renuncia al rock y en su lugar abraza la ópera, los clásicos y el jazz. Respeto al homosexual, es mujeriego, sabe de cocina y no lava un plato.

En este marco de aptitudes todo está preparado para que se produzca la fase decadente del consumismo intelectual. El terreno está propicio para que insurja en su esplendor lo que en estos días ya es pasión de muchos: el escepticismo y el cinismo.

EL DESCOCO

El cinismo y el escepticismo no son en modo alguno códigos ni respuestas nuevas. Fue la herramienta de Balzac, de Nietzsche, de los impresionistas, del movimiento surrealista. En Venezuela aparece como la más reciente adquisición de una intelectualidad insurgente empeñada en demostrar su frustración y su incapacidad para generar propuestas edificantes, transformadoras y genuinas.

El vocero más claro y consciente de la novel insurgencia encarna en el Magazine "Feriado" del diario **EL NACIONAL**. Los preceptos generales de esta postura los podemos resumir así: imperio de la frivolidad (se puede matar a la madre con tal de ser frívolo), irreverencia como norma, manierismo asexuado, tremendismo exquisito, fetichismo, bolerismo, pose intelectual, necrofilia y erotismo facistoide. La excusa que fundamenta este desenvolvimiento es la razón cínica, la premisa de que todo es una mierda, luego puedo ser mierda y chapotear allí con tranquilidad.

Un buen sector de la juventud de clase media, a la cual yo pertenezco, se ha visto de inmediato seducido por la potencia colonizadora y abobante de estos productos. La propuesta encaja en una crisis general del país, en la ruptura de unas expectativas de consumo de peroles, compensada ahora con un nuevo consumo de ideas. Y es aquí donde este intelectual de nuevo cuño encuentra oportunidad para diferenciarse del sifrino, que es más un personaje que sólo consume cosas y que por tanto, no tiene la posibilidad de explicarse a sí mismo.

La crisis de este modelo despierta definitivamente con la llegada del dólar libre, porque toda mi generación de compradores se encuentra repentinamente obligada a renunciar a los viajes, a enfrentar la escasez de empleo, a comprar venezolano, a no encontrar más mariguana, a estudiar donde se pueda (demos de momento una mirada a la generación de frustrados que se están graduando en colegios universitarios e institutos similares). La crisis reventó y es aquí donde me quiero detener porque se ha abierto nuevamente la oportunidad para iniciar un movimiento y edificar una propuesta.

Yo presiento que en cierto sector de la población universitaria se ha iniciado una discusión y un movimiento —que aunque todavía no tiene forma definida— empieza a entender que el camino hacia la formulación de una propuesta y de una acción es entender justamente que no existe

una propuesta clara. Que la propuesta hay que buscarla en la propia circunstancia, con un lenguaje y un método de acción propios. La crisis de Tazón aglutinó repentinamente un buen número de vanguardias que permanecían activas pero sin voz. El movimiento que comienza a configurarse está interpretando el momento desde una óptica distinta. Renuncia a la partidización, la burocratización y al verticalismo, tiende a vincularse con la gente en la calle, comprende la necesidad de revocar las instituciones inoperantes y no representativas.

De cualquier modo, es todavía muy temprano para adelantar algo consistente sobre una discusión que apenas se está generando, pero que sea como sea estamos llamados a impulsar. No quiero cerrar la historia sin antes comprometerme, de no hacerlo, terminaría igualmente chapoteando en un cinismo angustioso que a ninguna parte conduce. El llamado es a pluralizar la discusión, a sumar al inconforme, que como joven, intuyo que somos muchos. Es posible que me equivoque en ese presentimiento, la búsqueda de una alternativa propia y toda esta cotorra puede culminar sencillamente en una mascarada ideal para no hacer nada, para evadir nuevamente el compromiso mientras alguien —que no se sabe quién— inventa el camino. Pero algo puede ocurrir, lo presiento. ■

Cultura Popular Revista Latinoamericana de Educación Popular

AMERICA LATINA, ASIA Y AFRICA

Instituciones, organismos, universidades US\$ 20.00

Educadores populares US\$ 15.00

EUROPA, CANADA y E.U. en general US\$ 24.00

Favor enviar cheque a nombre de:

CELADEC

General Garzón 2267

Lima 11, Perú



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

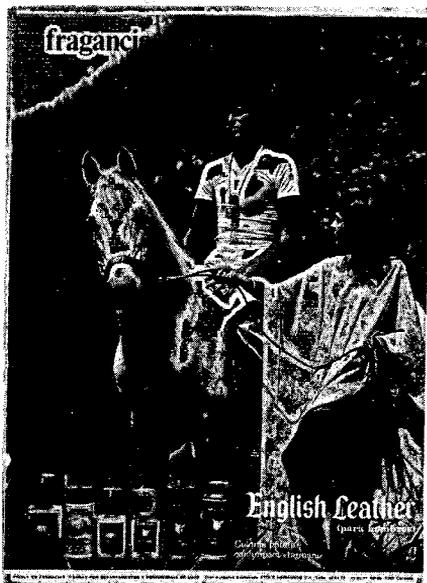
Por un Nuevo Orden Informativo — Comunicación Alternativa — Nuevas Corrientes Teóricas de la Comunicación — Temas Desarrollados por los Analistas más Representativos de la Comunicación de América Latina y el Mundo — Innovaciones Tecnológicas y Pedagógicas — Democratización de los Sistemas de Información.

SUSCRIPCION: Anual (4 números): Latinoamérica: US\$ 10; Estados Unidos, Europa y Asia: US\$ 20.

Enviar cheque a CIESPAL. Apartado 584, Quito—Ecuador.

Meta-Mensajes para la Juventud: Una Muestra de Manipulación Subliminal

"SEX-TO SENTIDO"



BOLSA DE VALORES JUVENILES



"Por lo general se necesitan diez segundos para que alguien perciba conscientemente las palabras plasmadas subliminalmente en los anuncios".

"Los medios de comunicación han probado con claridad por sí mismos ser socialmente irresponsables y engañados sin remedio por su propia avaricia".

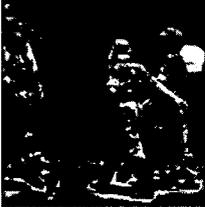
Sedución subliminal: *Bryan Key*

Sedución subliminal: *Bryan Key*

**DESPUES DE LA DERROTA
- CREST**

LA VERDADERA RELIGION

Después de la derrota en Angola, los EE. UU. no están dispuestos a intervenir en Africa.



Se asesinan en una calle en Estambul

En un momento de la historia del pueblo de América se dice que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Algunos de los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

Los Estados Unidos de América se dicen que el mundo se dividirá en la parte de los Estados Unidos y la parte de los Estados Unidos.

La planificación familiar es una responsabilidad de todos



... porque cada pareja tiene que cuidar que sus hijos no sean producto de la casualidad, sino de un hecho feliz y permanente, cuidadosamente planificado... amablemente deseado...

PROFILACTICOS CREST es la solución moderna.

CREST significa seguridad. Seguridad por higiene. Seguridad ante el grave peligro que representan actualmente las enfermedades venéreas.

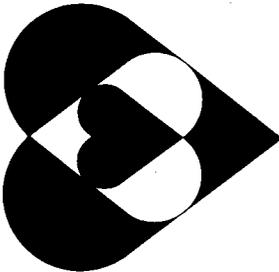
PROFILACTICOS CREST es la solución segura.

Escoga entre nuestros diferentes tipos. Todos científicamente probados:



"Estas formas de sexo y violencia son complementarias e inseparables . . . Por decirlo así: Es mejor añadir ahora un poco de malas noticias para acabar con el embrujo de toda esa tranquilidad".

Sedución subliminal: Marshall Mc Luhan (prólogo)



Sacerdote acusa al gobierno sandinista de querer destruir la Iglesia en Nicaragua

Caracas, Oct. 18 (UPI). Uno de los sacerdotes expulsados de Nicaragua, el padre Benito Pittio, denunció aquí que la Junta Sandinista tiene como alta prioridad la destrucción de la Iglesia en ese país. Pittio es uno de los 10 sacerdotes católicos que fueron expulsados de Nicaragua por el gobierno en julio pasado, acusados de realizar actividades contra-revolucionarias. En una entrevista publicada hoy en el diario "El

Universal", el religioso advierte que hay "un ambiente de terror" en Nicaragua y que el propósito de su visita a Venezuela es "hacer conocer al mundo que el pueblo de Nicaragua sufre, es oprimido y también cómo la teocracia". "No sólo la teocracia, sino las "demás" iglesias. Todo el que cree en Cristo es perseguido", agregó. Añadió que "el gobierno de Nicaragua persigue no sólo a la Iglesia, sino a sus

miembros, al pueblo entero al que quiere aniquilar". "Antes de la revolución de la libertad de cultos y de expresión, a nosotros nos a todo el mundo. Queremos tratar a las personas no como personas sino como cosas, como objetos", aseguró. Pittio expresó dudas de que las elecciones puedan ser "más justas", y agregó que "Hoy mismo hay candidatos para votar

"Las malas noticias han sido atribuidas durante mucho tiempo a la prensa, las cuales son indispensable para la propagación total de las buenas noticias, que forman la publicidad".

Sedución subliminal: Marshall Mc Luhan (prólogo)

VALORES AN "TANGA" NICOS

Fuera
El Bloque DEARMAS
en la Misión Nacional
Unidos en la fe de un pueblo católico, convencer a los de que los valores morales constituyen los pilares con los que se construyen las grandes naciones. El Bloque de Publicaciones DEARMAS y, en este caso, "Meridiano", han querido presentar por sugerencia de nuestro amigo Don Armando de Armas, aspectos de la Misión Nacional que se lleva a cabo en Venezuela ante la venida de su Santidad Juan Pablo II al país. Es un llamado al "Renueva tu fe" que al fin y al cabo constituye el mejor sendero para llegar a la edificación de un gran país como el nuestro.
(MERIDIANO, 31-10-84)

Maritza Pineda Perdió el control

Joven: Meridiano te invita a unirse a la Misión Nacional
Renueva Tu Fe
Coordinador: **Alf Romeo Mirreña**

¡Más Tanga!
La foto se muestra concurrido al tiempo se hacen cada día más en todo el mundo y es que desde cualquier ángulo al tanga hace más sexy a las mujeres.

Meridiano
El diario Semanario de Venezuela
CARACAS SABADO, 12
DE JULIO DE 1975

"Tenemos un desarrollo cultural a lo Penélope. Deshacemos en las horas de ocio lo que tejemos en las escuelas (y en las iglesias)". "Tejemos y destejemos".

El Nacional: *Joffre Dumazedier.*

Sheraton wins on style

SER COMO
PELE



"It's been said that I'm one of the most exciting soccer stars ever. Through practice and dedication I developed my own unique style, a winning style. And I admire others who have the dedication to develop a winning style of their own."

Pelé

And like frequent guest Pelé, we're sure it won't take you long to see how Sheraton wins on style.

From the moment you walk into our lobbies you'll see why. From traditional to modern, every Sheraton Hotel says comfort and style in its own special way. From breakfast in your room, to dinner in one of our fine restaurants, Sheraton caters to your every need.

So wherever your next trip may take you, make sure you come to Sheraton, and see for yourself how Sheraton wins on style.

"La operación de esta función otorgadora de prestigio puede ser presenciada con la mayor viveza en la pauta de testimonios publicitarios en favor de un producto, por parte de personas destacadas. En amplios círculos de la población (aunque no en ciertas capas sociales selectas), estos testimonios no sólo realzan el nombre del producto sino que además reflejan prestigio sobre la persona que facilita el testimonio (. . .) Las actividades de esta sociedad de mutua admiración pueden llegar a ser tan ilógicas como efectivas"

Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada: Lazarsfeld y Merton.

LOS NUEVOS ARISTOCRATAS

"Principalmente el ídolo es un modelo de éxito fulgurante (. . .) Festejado, adulado, escoltado por su fans, que se prosternan ante él y cometerían todas las bellaquerías para obtener una sonrisa o un autógrafo, puede ser desdeñoso, desenvuelto, altivo, buen chico, condescendiente, violento o amable: todo revertirá en su favor, pues encarna todas las esperanzas de sus humildes vasallos. Es la viva demostración de que la juventud puede obtenerlo todo de golpe, sin esperar y sin trabajar"

La sociedad de la ubicuidad:

Jean Cazeneuve



ARMA BRUTALMENTE VIRIL



3 armas BRUT-almente viriles después del baño

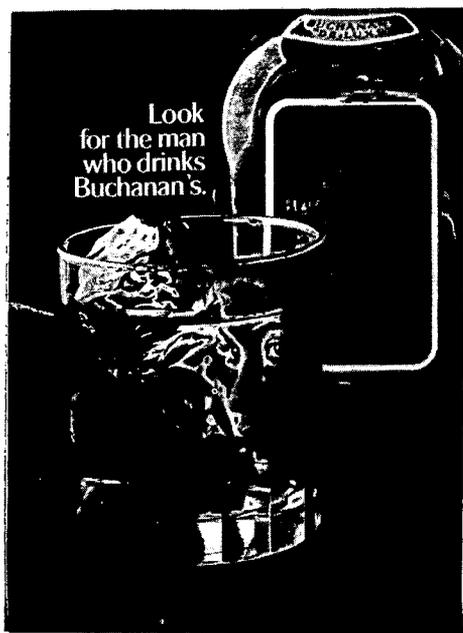
COLONIA BRUT-almente viril de elegante presentación en diferentes tamaños.
BALSAMO AFTER SHAVE hidratante y refrescante con la fragancia BRUT-almente viril.
DISCOCHANTE BRUT-almente viril y detergente, le protege todo el día sin irritar.



COMPRADO EN FARMACIAS TIENOR Y/O DEPARTAMENTOS, REPUBLICA DE VENEZUELA
Distribuidor Exclusivo: STOLA HERMANOS, C.A. Tel. (52) 9-118171, 946-336. C.A. 1000

"La mayor parte de las fotografías implican un antes y un después: ¿qué está pasando en la fotografía?"

Sedución subliminal: Bryan Key.



LA CELESTINA MECANICA



"Justamente una de las trampas tendidas por la industria cultural que se ha convertido en la esencia ideológica de estos medios, consiste en remitir la liberación de la mujer, a lo que yo llamo un simulacro erótico: una mujer sexy, rodeada de mercancías y siempre lista a la conquista del varón".

El Nacional: Marta Colomina de Rivera.

EN ESPERA DEL PRINCIPE AZUL

"Las mujeres no incorporadas en la vida de la producción, sumergidas en la vida de la reproducción están siempre a la espera de algo: del matrimonio, de la fortuna de los hijos, en suma siempre a la espera de algo exterior a ellas, pero muy vinculado con su subjetividad".

Comunicación, n. 47: Michelle Mattelart.

ENTRE A LA DINASTIA:
TOME A LA REINA

Publicidad

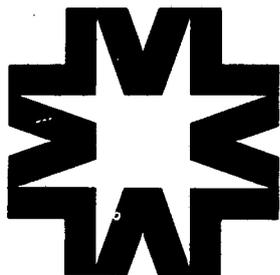
Entre a la **DINASTIA**
de gente decidida
que sabe seleccionar

DINASTIA
Selección de Ligo

Solo o mezclado... Sabor único!

"Somos una cultura de la eyaculación precoz: cualquier seducción, cualquier forma de seducción que es un proceso enormemente ritualizado, se borra cada vez más tras el imperativo sexual naturalizado".

De la seducción: Jean Baudrillard



VISION
BIONICA CRIOLLA

Venezuela
GRAFICA

Nury Flores
afirma:

**MI HIJA
ESTA CASADA
CON UN
DUENDE**

**ARTISTAS
SE REFUGIAN EN
ESPIRITISMO PARA
PURIFICARSE.**

"La dimensión de lo real es abolida por el efecto de zoom anatómico, la distancia de la mirada deja paso a una representación instantánea y exacerbada: la del sexo en estado puro, despojada no sólo de seducción, sino incluso de la virtualidad de su imagen —sexo tan próximo que se confunde con su propia presentación: fin del espacio perspectivo, que también es el de lo imaginario y el del fantasma — fin de la escena, fin de la ilusión".

De la seducción: Jean Baudrillard

APRENDIENDO A IDENTIFICARSE



Los vapores del incienso, los ahogos estragados, algunos hermanos machos en actitud de divo, de rey Torón... Volvieron, los que pintados de negro pero sin su rito en él que Era traidor seguramente su parte.



Antes de lo demás —nos— sin estruendo del alhambra se echó de aporrecer. Hicieron resaca a los santos profetas. Aquí, un Nehéi constrictos de bella céntrica beliziano encambrado —a un examen de cecelón— el élasi secretario del Señor de la saliva cuya postura, invención, escarce en ahondura de mas simplicidad que pedimentos repasar en un hombre de. In activo, así Euro-Lord Gontolake.



“El niño, y no sólo él, experimenta la necesidad de escaparse de sí mismo, de transformarse en otro, de tomar distancia de su mundo interno y externo. Su inferioridad ante el adulto lo lleva a desear ser mayor y a identificarse con los héroes de los cuentos, historias y programas de televisión . . .”

Comunicación y Cultura, n.10 : Margarita Zires

ESTRELLA FUGAZ



"La star no tiene nada de ser ideal o sublime: es artificial. No debe ser más que una actriz en el sentido psicológico del término: su casa no es el reflejo de su alma ni de su sensibilidad: no tiene. Al contrario está ahí para desbaratar cualquier sensibilidad, cualquier expresión con la mera fascinación ritual del vacío, con su mirada estática y la nulidad de su sonrisa. Ahí es donde alcanza su mito, y el rito colectivo de adulación propia del sacrificio . . . Fascina por lo repentino de su aparición y la inminencia de su desaparición".

De la seducción: Jean Baudrillard



ES EL QUIEN ME CONVENCE



"Los Godfrey, Pumarejos, Pickerings, Ottolinas, Brizuela Méndez descubrieron la TV antes de que fuera descubierta, como realmente empieza ahora a serlo. Comprendieron —y se anticiparon— que las personalidades agudas son negativas en TV. Intuyeron que en este medio es más efectivo tener una personalidad imperfecta, inacabada, que obligue a los televidentes a concentrarse más en ellos y a tratar de completarles las partes sin terminar o pulirle las imperfecciones. . . . Por su función el locutor es un líder, pues de otra manera no se concibe que tanta gente le preste atención y haga lo que él les dice . . . Y, como líder tiene que ser muy sensible para percibir los deseos y las necesidades inesperadas de los televidentes, ya que su propia popularidad depende de lo bien que pueda él entender y representar a su televidencia y complacerla".

Psicoanálisis del comercial de TV.: Martín Velilla.

LOS DEMAS NO SON "GENTE"

— Edición dominical —

GEN-TE

Todo el gran mundo de Caracas, en una expresión polifacética y distinguida. Moda, arte, decoración, cultura gastronómica, personajes, publicidad

Para sus anuncios publicitarios comuníquese con:
El Diario de Caracas
Departamento de Publicidad
229.86.65 • 219.60.76
229.87.85 • 779.60.11

Para suscripciones y suscripciones comuníquese con:
El Diario de Caracas
Departamento de Suscripciones
229.86.65 • 219.60.76
229.87.85 • 779.60.11

"Sólo encontramos como grupos efectivamente incompatibles entre sí los grupos de sexo y de edad (en tanto que forman realmente grupos: las castas hereditarias, las minorías étnicas y, ante todo, las clases sociales) . . . Las minorías étnicas se asimilan y se disuelven a menudo; se hacen gradualmente compatibles al mestizaje. Los grupos de edad no siempre constituyen unidades colectivas reales y, aun cuando adquieran este carácter, su estructuración y su incompatibilidad se encuentran fuertemente limitadas por la circulación de las generaciones. De esta forma, las clases sociales son prácticamente las únicas que encarnan de una forma espontánea e inmanente la incompatibilidad radical y permanente entre los grupos no cerrados . . . Resulta imposible participar simultáneamente en dos o más clases sociales".

Teoría de las clases sociales: Georges Gurvitch.

CULTURA SIN ESFUERZO ESFUERZO SIN CULTURA

"El mismo mecanismo psicológico que bloquea y rechaza a los noticieros de la TV es el que bloquea a los llamados programas culturales. El programa cultural, y ese nombre por sí solo provoca una actitud defensiva, exige del televidente una cierta cantidad de esfuerzo. Y ese es el origen de que se le bloquee. El televidente compra su aparato receptor para no hacer esfuerzos . . . El televidente quiere —muy razonablemente(?)— que una vez instalado el receptor en la casa, sea el aparato —las emisoras, los cómicos, los artistas, los músicos, los bailarines, los locutores, los anunciantes, los publicitarios, etc. quien se esfuerce en divertirlo, entretenerlo, obsequiarlo, tranquilizarlo y servirlo".

Psicoanálisis del comercial de televisión:
Martín Velilla.

LA APARENTE LIBERTAD



“La presentación rápida y fragmentada de los mensajes, aparentemente fortuitos, en los que no se reconocen las interrelaciones, presentan un mundo mosaico de conocimientos inco nexos . . . Los mensajes mosaicos, sin embargo, son normativos, aunque nadie percibe sus valores. Su carácter abigarrado y no explícito oculta un modelo de orden bajo el aparente azar . . . De ahí deriva precisamente su funcionalidad ideológica, pues crea una especie de democracia de los hechos. La aparente independencia de los mensajes en el sistema comunicativo refuerza la hipótesis de la concepción individualista y liberal de la sociedad. La variedad, el desgaste y la obsolescencia acelerada de los mensajes atomizados complementan connotativamente la ilusión de la libertad, la pluralidad y la novedad en los mensajes”.

Comunicación, n.28-29: Jesús María Aguirre

La Muerte en la (Pequeña) Venecia

LUIS BRITTO GARCIA

1.— ¿Es usted uno de los que lo dejan para el último momento?

El señor cuya cara aparece en el anuncio de la Ilustración 1, tiene razón para estar compungido. Quiere vender algo, pero no puede decir qué. De allí, las sucesivas elusiones del texto: . . . "el último momento" . . . "Jardín Familiar" . . . "parcela" . . . Para arribar, en fin, a la mención del producto vendido: Cementerio. A partir de allí, sabemos qué significan las menciones sucesivas: . . . "Previsión Familiar" . . . "Realidades de la Vida" . . . "Solución (¿Final?) más inteligente y económica" . . . El aviso apareció, en modestos formatos, en varios órganos de prensa capitalina durante el año 1981. Pude verificar, en una encuesta informal, que lo recordaba mucho más gente de lo que era dable esperar, habida cuenta de su patético tema y su presentación discreta.

Lo que más permanecía en la memoria de mis encuestados era la compungida faz del señor de la ilustración. Si la examinamos atentamente, veremos en ella más de una peculiaridad: la extraña asimetría de los ojos, la *tiesura* innatural de un rostro que, al igual que los retratos-robot o el cuerpo de Osiris, parece haber sido recosido con fragmentos disímiles . . . La docena de personas que consulté coincidió en afirmar que era la imagen de un **muerto**. Una muchacha, de origen italiano, la comparó a los daguerrotipos que sus compatriotas colocan sobre las lápidas. Ninguno me pudo dar la razón concreta de su impresión.

Quizá la causa de todo está en la propia imagen. Contéplela cuidadosamente. Fije la mirada en la punta de esa curiosa nariz, y en el innatural hoyuelo sobre el labio superior . . . Déle vuelta lentamente, si es preciso varias veces . . . A estas alturas, la totalidad de mis encuestados advirtieron una nueva imagen, hasta entonces escondida, pero desde ese momento, imborrable. Una persona incluso arrojó lejos de sí el recorte del anuncio. Sí. En el diseño aparentemente torpe y desproporcionado de la nariz, está la figuración de un cráneo cadavérico: en el hoyuelo irregular, las fosas nasales del cráneo, y quizá, también, la insinuación del extremo de un hueso o de unas tibias cruzadas. El inconsciente de los encuestados había captado el mensaje icónico antes de que su mente consciente leyera el texto eufemístico.

ES UD' UNO DE LOS QUE LO DEJAN PARA EL ÚLTIMO MOMENTO?

Por qué, si es tan FACIL hacerlo AHORA.

Miles de hogares en Caracas ya adquirieron un Jardín Familiar en el Cementerio del Este. Ellos actuaron inteligente y responsablemente ante las realidades de la vida... y Ud.

HOY "EL PLAN DE PREVISIÓN FAMILIAR"

le brinda la oportunidad de adquirir su Jardín (parcela) en condiciones realmente excepcionales.

- a) Sin gastos y mínimo precio
- b) Costo alto inicial
- c) Más plazo efectuado a su conveniencia
- d) Cobertura del sepelio en protección a su familia
- e) Descuento especial de presente.

Resalte la vitalidad de nuestra Cobertura e solicite mayor información ahora mismo.

Compañía Orla S.A.
(Agencia exclusiva de ventas).

OFICINAS DE VENTAS:

• B&E, Esso, P.B. Av. Francisco de Miranda, Caracas.

Teléfono: 32.02.81

• Cementerio del Este, La Duesilla
Solicite las direcciones 30 por los teléfonos: 987.25.21 - 987.88.87, 987.11.75 - 987.48.78.



El Plan de Previsión Familiar del Cementerio del Este.

A partir de esta verificación de la ambigüedad o doble sentido de la ilustración, es fácil advertir otros contenidos. El labio superior, demasiado neto, con sus dos comisuras exageradamente retocadas, sugiere la imagen de un hueso. El conjunto de la nariz excesivamente larga y las cejas asimétricas, podría referir a un ángel que emprende el vuelo desde la desecada cadavera. La meta de ese ángel es el curioso mechón blanco del nacimiento de los cabellos. He visto muchos mechones de canas en mi vida, pero ninguno, como el de la ilustración, tiene una base en forma de media luna acostada; o, (sí, ha adivinado el lector), de góndola o canoa, en la cual parece haber varias figuras de pie. Si el lector esfuerza la atención, puede advertir que una de estas siluetas erguidas parece asir un remo o un timón, otra parece cargar un niño, y otra, estilizada, parece proteger tres pequeños vástagos, en explícito ejemplo del "Plan de Previsión Familiar" elogiado en el texto.

Algunos de los consultados me hicieron notar imágenes que yo no había inicialmente advertido. Armando José Sequera, por ejemplo, señaló que el sector de cabellos que parte de la oreja izquierda del hombre y culmina en el mechón blanco, tiene una extraña forma de serpiente negra con la boca abierta. En el grabado original se puede advertir, en efecto, algo así como un párpado cerrado en el ápice de la cabeza, y unas rayas blancas en las fauces frente a la proa de la barca, rayas que sugieren unas branquias o, posiblemente, las letras S.E.X. La ilustración refiere, de tal manera, a la imagen arquetípica de la **Boca de los Infiernos**, tan trabajada pictóricamente por Bosch y Brueghel: ningún destino más apropiado para una barca fantasmal hacia la cual se dirige un ángel que parte de una calavera. ¿Se muerde la cola esa serpiente negra, apresando, no sólo la barca, sino su propia prolongación, que resurge por la sien derecha del rostro? ¿Insinúa así una promesa de resurrección o de eternidad, o al menos de exaltación, como parece prometerlo la mancha blanca ascendente, caballo al galope o ala de arcángel, que sale de la oreja izquierda? Una explicación alternativa podría postular que los consultados, como en el test de las manchas de tinta, proyectan formas sobre borrones casuales. Pero en el test Rorschach las respuestas tienden a diferir, mientras que ni uno sólo de los encuestados dejó de advertir, una vez dirigida su atención sobre el sitio específico, el descarnado cráneo y la fantasmal embarcación que pregonan la inminencia del "último momento" . . . El lector puede realizar sus propias encuestas, y formarse su propio juicio.

2.— Una decisión que no se puede demorar

La contristada imagen anterior no tardó en ser sustituida, quizá porque su carácter solitario aludía — a pesar de la abarrotada barca de Caronte — a una muerte individualista, aislada y poco sociable, contraria al verdadero espíritu de la campaña: la familia que muere unida, permanece unida. En este sentido, la prensa e incluso panfletos distribuidos de puerta en puerta difundieron el anuncio que aparece en la Ilustración 2. El texto insiste en los mismos temas: . . . **“Decisión que no se puede demorar”** . . . **“Jardín Familiar”** . . . **“responsabilidad”**.

La imagen representa, de manera aparentemente torpe, de nuevo **tiesa**, a una familia que no disimula su alegría ante lo inevitable de la decisión que no se puede demorar. El descuido en la ejecución esconde una compleja arquitectura. Como en la anterior, nada en esta imagen es casual.

Para muestra; basta el botón del esquema de la Figura 3. Una serpenteante espiral logarítmica, construida de acuerdo a lo que los estetas llaman Sección Aurea, parte de la mano izquierda del Padre (A), y une geométricamente y sucesivamente a ésta con el rostro de la Niña (B), la mano izquierda de la Madre (C), la mano derecha del Padre (D), la mano izquierda de la anciana (E), y el rostro de los progenitores (E y G). (Seguir línea de rayas en el esquema). De la mano izquierda del padre a la curiosa zanja en la tierra que aparece entre la niña y la anciana, parte una línea (A-H-I) que está dividida periódicamente en los intervalos de una Serie de Fibonacci. Los desmañados manchones de la blusa y, la falda de la Anciana siguen implacablemente estas orientaciones. Guías atentos dirigen el curso de nuestra mirada. ¡Hum! A la luz de tal rigor en la composición, pueden parecer menos **casuales** otras de las imágenes sugeridas por el dibujo. Quizá usted pueda captar algunas, observándolo atentamente.

Una decisión que no se puede demorar.

¿Por qué debe adquirir un Jardín Familiar en el CEMENTERIO DEL ESTE, hoy mismo?

Para evitar problemas de último momento.
La actual escasez de sitios se agravará.
La inflación aumentará los costos.
Lo inevitable de su necesidad.
En un gasto de Responsabilidad.

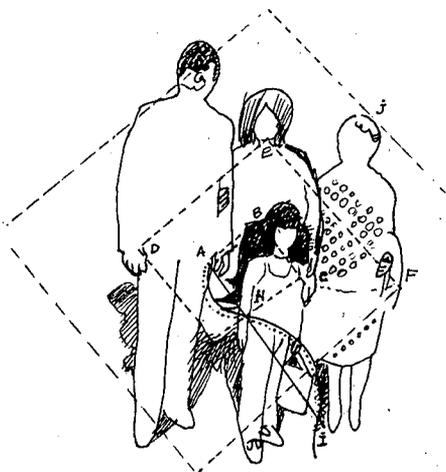
No lo demore más, ahora es fácil... después será tarde.



La visita de nuestro **Consejero Autorizado** es la solución...
¡recíbalos o llámelo hoy mismo a:

Corporación Onix C.A.
Agentes exclusivos de venta
Teléfonos: 91.88.82-31.12.88
Av. Francisco de Miranda, Edificio EASO
Piso 3 O.G. - Chicacho - Caracas
Compañía "Royal Libertad" - Desde 1926

LA SOLUCIÓN MAS INTELIGENTE Y ECONOMICA PARA LOS JEFES DE FAMILIA RESPONSABLES



Por ejemplo, la mano de la Anciana (G), cubierta parcialmente por un trapo sugiere el rostro de un encapuchado. Los pies del Padre, de la Niña y probablemente los de la Madre, están pisando la sombra de una ominosa mariposa negra, cuyo significado es obvio en nuestra cultura. La falda de la madre y un oportuno festón de vegetación parecen dotar a la niña de unas curiosas alitas negras (B): de la mariposa negra llegamos al Angelito negro, y éste, en su rostro, tiene unas ojeras o bolsas bajo los ojos que, por momentos, parecen párpados cerrados. Si el lector tapa la mitad izquierda del peinado de la Anciana (J) y contempla la otra mitad, comprenderá en seguida el motivo del júbilo senil que la anima. Invierta el rostro del Padre (G), y escrútelo minuciosamente, poniendo especial cuidado en los labios, que parecen delinear unas cejas oscuras . . . De inmediato advertirá que se forma la semblanza de un profeta bigotudo y barbudo (¿quizá, la del mismo Cristo?) que tiene la carrera de su peinado definida por el hoyuelo en la mandíbula del Padre, y la puntiaguda barba, delimitada por la nariz. La zanja cercana a los pies de la Anciana (I) tiene una sugerencia de hendidura vaginal. El cuello de la Madre (E) adopta la forma del tronco del árbol ramificado, que sostiene una cabellera-hojarasca . . . De hecho, todo el dibujo está minado de formas insólitas. Sugerimos al lector que localice un original y las aisle por sí mismo.

Este envolvente recorrido en espiral serpenteante nos permite llegar al tema central del anuncio . . . Aléjelo un poco . . . Concentre su mirada en la cara de la Niña (B), especie de ojo de una órbita inmensa . . . Siga el borde de esa órbita y del cráneo, oportunamente trazados por el brazo y el torso de la madre . . . (E - C) Allí está. La Familia está Unida en la forma de una Cadavera, que nos atisba desde la inocencia del Angelito Negro . . . La Solución (final) ha llegado bajo la forma de un acto de consumo: el último, que, lamentablemente, ninguna fuerza humana puede demorar.

3. Comparte suavidad

De panoramas tan sombríos nos aleja el orgiástico anuncio reproducido (sin colores, lamentablemente) en la Ilustración 4. En apariencia, es una invitación a la vida, que reúne el lenguaje de los cuatro elementos: Agua, Aire, Tierra y el implícito Fuego del sol, que dora los cuerpos y enciende los deseos. Los cigarrillos están supuestamente fuera de la acción representada; los modelos no fuman: chapalean en el líquido espumoso. Pero tienen todos la boca abierta, en inconfundible invitación al placer oral. El salvavidas sugiere otra boca, enorme, abierta e incitante.

Paseemos la mira por estas bocas. Detengámonos en la del modelo a la izquierda. Abiertos hasta la exageración, sus labios parecen aprisionar un volumen. Un oportuno retoque añadido a la imagen de su hombro, le presta corporeidad, morbidez, una rosácea convexidad de seno. En el punto que toca los labios, otro retoque, anaranjado (si es posible, verifique con una versión en colores del anuncio) insinúa un pezón. Parece como si el modelo realizara simbólicamente, con su hombro, el deseo de succionar algunas de las adorables tetas que se broncean al sol.

Sigamos el examen de las otras bocas. Hay una —la más importante, por estar situada casi en el centro de la composición— que está, curiosamente, escondida. La muchacha rubia que ladea la cabeza hacia el salvavidas tiene la cara cubierta por el cabello. Si lo examinamos detenidamente, veremos que las hebras rubias que cubren el rostro son producto de un retoque. Cubra a su vez con un papel la parte superior del salvavidas y las otras caras, y observe de nuevo el oculto rostro de la rubia. Las hebras retocadas prestan un insospechado volumen a lo que debería ser un plano retazo de piel. ¡Guao! Quizá ahora es obvio que, a pesar de tener la boca oculta, la modelo rubia, por la magia de los retoques, participa de la succión oral y de la "Suavidad . . ." que es el tema del anuncio. Por si quedará alguna duda, observe la mano de la modelo. Toca el vientre del muchacho de la camiseta, pero la sombra, en lugar de unirse a la mano, acaricia —también por, la magia del retoque— cierta región del

Comparte su suavidad...



Calidad Bloott 

pantalón del joven. ¡De nuevo Guao! Succiones y caricias parecen conducir al inevitable clímax espumeante del estallido de la ola.

Inspeccionemos el torbellino blanco cerca de la pierna del modelo que se chupa el hombro. Al poco rato se nos harán evidentes dos sombras circulares, dos órbitas, dos pómulos. Parecería que la espuma representa la cabeza de un hombre sumamente viejo. ¿Juegos de las burbujas? Es improbable que el azar de las combinaciones del aire y del agua produzcan repetidamente estructuras simétricas al estilo de cuencas orbitarias, pómulos y cráneos, como las que resaltan en el original coloreado bajo las piernas de los modelos. Si lo duda, trate de lograr una parecida simetría arro-

jando al suelo puñados de papelillo. Se nos dirá que es difícil distinguir retoques en una materia que, como la de la espuma, parece hecha "del tejido de los sueños". Otros añadidos son visibles en zonas menos evanescente, del anuncio. El modelo que se asoma por el salvavidas luce en su frente un inaudito brillo en forma de trébol o de triskelió, swástica trinaria, que ninguna frente normal presenta. Kubala, el modelo que ostenta su descarnada sonrisa a la derecha, muestra a su vez en la frente otro reflejo verdaderamente singular, ovalado, con una neta forma de cráneo. Bajo el mismo, dos rayas blancas se cruzan como los brazos de una X, o como dos tibias. Hemos visto personalmente a Kubala, y certificamos que su rostro no devuelve reflejos en forma de calavera con tibias cruzadas.

Cada constelación simbólica encuentra, así, su justo sitio. El aire, el agua, la tibia arena de los juegos infantiles, nos retrotraen a una espumeante succión: el ardor del sol arroja doquiera blanquecinos emblemas de muerte. El anillo del salvavidas, nueva serpiente que se muerde la cola ¡y qué cola! enlaza las polaridades de la succión infantil y la muerte inhalada en una promesa de eternidad o de contínuo retorno. Porque toda alegría —diríamos, parafraseando a Nietzsche— quiere profunda, profunda suavidad.

Entre las personas a quienes mostré estas insospechadas ambivalencias de la imagen, está Pedro León Zapata. Me preguntó que por qué le atribuía yo tanta inteligencia a los creadores de tales avisos. Transmito el indirecto elogio: nuestros publicistas tienen suficiente ingenio como para aplicar a la venta de la muerte las técnicas de ambigüedad icónica desarrolladas por un Bosch, un Brueghel, un Leonardo, un Miguel Angel, un tintoretto, un Holbein y un Dalí para celebrar el vértigo místico o la belleza. Sus anuncios moldean nuestra conducta más que el Sermón de la Montaña o que la áspera Ética nicomaquea. En una época en que nadie pone la otra mejilla, infinitos consumidores, contra toda lógica, persisten en la succión gloriosa que les trae simbólicamente el blanco de la espuma orgásmica y del hueso ■



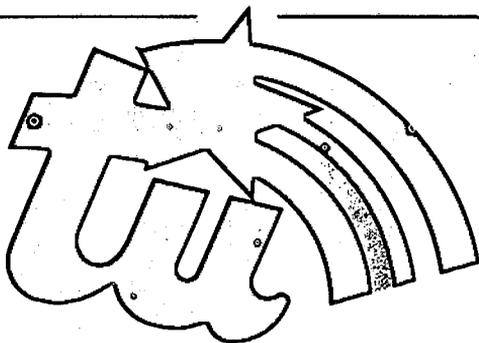
• Instituto Metodista de Ensino Superior
CAVE — Centro Audio-Visual Evangélico
Caixa Postal 5002
09720 — São Bernardo

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE

Revista semestral de estudos de comunicação, editada pela Comissão de Pós-Graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior. Publica trabalhos científicos voltados para a problemática da comunicação social.

do Campo, — SP — Brasil
• Imprensa Metodista
Av. Senador Vergueiro,
1301
09700 — São Bernardo
do Campo — SP — Brasil

Haz lo que
Quiera



-Estudio Preliminar sobre las Revistas Juveniles Femeninas-

MARLENIS CASTELLANOS
AMARELIS VASQUEZ SALAZAR

En julio de 1984, aparecía en Venezuela una revista especialmente concebida para los adolescentes. Ya las jovencitas, ese público femenino potencialmente comprador, tenían para sí una revista que les hablaría —sistemáticamente— de la moda joven, la belleza juvenil, las clases, el cine, las conflictivas relaciones con sus padres . . . en fin, de los problemas ya comunes a una juventud a la que día a día se le desdibuja un horizonte preciso.

El Bloque De Armas, esa potencia que se reserva para sí el casi total monopolio de revistas femeninas en América Latina, puso en circulación una revista mensual especialmente concebida y dirigida para un público capaz de comprar todos los artículos que el mercado lance: los jóvenes.

La revista **Tú**, con ese nombre que le permite al emisor acercarse —y tutear— a sus lectoras y entablar una conversación con ellas casi tan íntima como las que sostienen las más entrañables amigas, tiene ya tres años en circulación. Y a simple vista, con sólo repasar una a una sus páginas, se encuentra el lector (la lectora) con una publicación que le imprime deseos de sentirse joven, audaz y atrevida.

Durante sus tres años de vida, **Tú** ha permanecido casi inalterable en cuanto a la presentación de secciones se refiere. En una muestra tomada al azar (12 números), encontramos que diez temas, consecuentemente, han estado presentes en la revista: 1.- **Suplemento**: en esta sección se encuentran los más diversos tópicos que le permiten a las jóvenes mantenerse al día en chismes de la farándula internacional, cine y libros (generalmente bestsellers). También puede encontrar nuestra joven lectora secciones que le ayudarán a resolver problemas inherentes a la juventud: tu médico, tus problemas, ¿qué estudio?, entre tú y yo, y el infaltable horóscopo (esa especie de varita mágica que se encarga de dirigir los pasos a seguir para ser feliz en el amor, la casa y la escuela).

2.- **Hazlo tú misma:** sección donde cada lectora podrá comprobar que con desechos se puede vivir cómodamente sin que su habitación se convierta por eso en una especie de basurero municipal.

3.- **Belleza:** ¿Cómo podía faltar esta sección? ¿Cómo ser feliz si no se es bella? ¿Cómo relacionarte con tus compañeros de estudio si no te pareces a Brooke Shields? Tú resuelve este grave problema de las menos agraciadas. Agrega, además, una serie de valores y actitudes que serán estudiadas más adelante.

4.- **Modas:** El triunfo, las amistades y hasta las buenas notas dependen de un buen traje. La revista está allí para ayudar a nuestras jovencitas en la tan difícil tarea de estar "in".

5.- **Decoración:** Gracias a esta sección cada chica Tú tendrá la posibilidad de tener aunque sea un rinconcito propio que le permita hasta programar sus sueños.

6.- **Celebridades:** las jóvenes estrellas del cine internacional (y otras no tan jóvenes) desfilan por esta sección. Así las lectoras de tú podrán enterarse de las últimas andadas de las estrellas del jet set y hasta del Pato Donald.

7.- **Artículos:** éstos varían en cada revista y pueden contemplar temas que van desde estrategias para rescatar novios infieles, consejos para no ahogarse en una decepción amorosa, escapar de las garras de un "pulpo" y saber qué hacer cuando un chico te invita al cine por primera vez, hasta qué va a pasar con los **Menudos** o cómo formar parte de sus fans.

8.- **Cocina:** ¿Se puede concebir una revista femenina sin la ya clásica sección de cocina? ¿Acaso nuestras jóvenes no se forman para complacer al hombre en todo? La cocina es pues, parte fundamental de una revista que pretende enseñar a las jóvenes a comportarse ante la vida (¿Acaso el amor no entra por la cocina?)

9.- **Tú Test:** finalmente, casi todas las revistas presentan tests que le permiten a las lectoras conocerse mejor y saber cómo reaccionarán ante las circunstancias más extrañas y disímiles.

La revista Tú, a simple vista inofensiva, lleva consigo un mensaje concebido para influir el comportamiento y las actitudes de las que mañana serán las mujeres de América. Las risueñas jóvenes de Tú, serán las atrevidas hembras de **Cosmopolitan** o las felices amas de casa de **Buenhogar**. Y desde ya los mensajes dirigidas a las intrépidas adolescentes que aún no resuelven problemas como el acné, presentan una línea que se conecta, directamente, con los mensajes dirigidos a la mujer feliz trabajadora —ama de casa—. El cómo hacer con un chico que te invita al cine se interconecta con el cómo hacer con el galán que te invita a cenar. El cómo aprender a hacer un helado en pocos minutos se relaciona con el cómo preparar una comida para que su hombre se sienta feliz. Y el cómo decorar un rinconcito de tu casa podría compararse con el cómo hacer de tu casa un nido de amor donde él se sienta cómodo. La casi totalidad de los mensajes de Tú se concatenan con la visión de la mujer viviendo en función del hombre, de la mujer en función de ama de casa ocasionalmente trabajadora (es decir, la mujer como cumplidora de la doble jornada sin que el hombre participe de **ninguna** manera en los trabajos domésticos).

Si tomamos en cuenta el estudio realizado por Advertising to Women Inc donde se comprobó que "el 60% de todas las decisiones sobre vacaciones, el 50% de las compras de televisores a color, más del 46% de las marcas de los vinos y licores, y el 30% de las adquisiciones de automóviles nuevos son tomados por mujeres" (1), no resulta extraño, entonces, la cantidad de literatura femenina que intenta dirigir las actitudes de éstas así como tampoco debe causar asombro que ya desde jóvenes se les moldeen las opiniones o las formas de conducta a esas potenciales compradoras. (Los roles que, hasta el momento, han sido asignados a las mujeres, se ven dibujados claramente en estas revistas).



LA PUBLICIDAD: UNA MAQUINARIA EN MOVIMIENTO

¿Cómo separar los mensajes emitidos por la revista y los de la publicidad que en ella se encuentra? ¿Quién refuerza a quién? ¿Cuál de los dos mensajes es más fuerte? ¿Cuál el prioritario? A pesar de que en la revista **Tú** no abunda la publicidad (de un total de 826 páginas sólo 60 eran de publicidad: es decir el 7,26%), encontramos que la poca que existe va dirigida, aunque a veces no lo parezca, a un público juvenil. Así de las 60 páginas (completas y a full color casi todas) 19 estaban dedicadas a la belleza, 18 a otros medios de comunicación, 7 a cigarrillos, 5 a comestibles, 4 a modas y joyas, 3 a automóviles, 2 a limpieza y dos a lapiceros.

Con respecto a la belleza, ¿cómo asombrarse de que la mayoría de las páginas publicitarias sean sobre belleza? ¿Cómo negar el peso de la imagen visual de esa modelo standard y transnacional que, al pie de un decapotable le dice a la juventud que Charlie es la fragancia joven y sexi que le ayudará a vivir a millón? (Dic. 1983) ¿Cómo escapar de esa connotación que trae la imagen de unas piernas afeitadas con prestobarba? (Oct. 1984) ¿Qué joven se resiste a verse como la modelo del anuncio de pinturas de labios? ¿Cómo no dejarse tentar por la posibilidad de "acercarse al mundo con unos labios que despiertan admiración"? ¿Cómo no despertar los labios "A la húmeda tentación"? (Oct. 1984).

La publicidad no sólo le muestra a la joven un mundo que ya es muy común encontrarlo en las revistas para mujeres adultas, sino que la prepara para afrontar la vida con cánones de belleza preconcebidos, con modos de vida foráneos y útiles para una sociedad de consumo como la nuestra. Es así como no resulta extraño encontrar publicidades como las de Pond's que le dice a las jóvenes no dejar morir de sed su cutis "dependen de tí y del tipo de crema adecuada que lo humecte de verdad, porque el cuidado de la piel comienza en la adolescencia, o la de MonReve que afirma que "cuanto antes comience a limpiar su cutis, tantos años lo mantendrá joven" (Oct. 84).

Entonces, con la ayuda de la publicidad, **Tú** le dice a las jóvenes cómo ser una chica de hoy, cuáles deben ser sus actitudes ante la vida, la pareja, el trabajo, el país... Veámos:



Entra en el mundo de **Tú** y . . . que ruende el statu quo

No es casual que una revista como **Tú** circule entre las adolescentes latinoamericanas, dictándoles pautas de conducta, fabricándoles ídolos y creándoles la ilusión de pertenecer a un mundo en el que la solución a todos sus problemas está en saber escoger un buen vestido, llevar el maquillaje apropiado y conquistar al hombre "ideal". **Tú** es, en el mundo de las revistas comerciales, una especie de libro **Mantilla** —salvando las distancias, claro— con el que reciben sus primeras lecciones de "comportamiento en sociedad" las jóvenes que en el futuro encarnarán el papel

de mujeres receptoras pasivas-consumidoras irreflexivas, protagonistas estelarísimas del modelo femenino orquestado por el orden transnacional.

El orden transnacional, omnipresente y todopoderoso, concibe a la mujer latinoamericana como una especie de crisol capaz de asimilar y reaccionar positivamente ante cualquier estímulo que implique el consumo masivo de los productos que el sistema fabrica. Ese orden tiene en los editores de revistas femeninas una especie de aliados incondicionales —e interesados, por supuesto— que se valen de sus publicaciones para promocionar al máximo “las bondades” que ofrece el sistema establecido, de cuya consolidación y mantenimiento dependen sus nada despreciables ganancias. Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo, apuntan en su *Cosmopolitan*: “A través de las pautas que conducen y orquestan los distintos ámbitos de su vida, las revistas le van indicando a la mujer la manera cómo debe percibirse a sí misma y a su entorno; le crean satisfacciones y le dan ‘recetas’ de cómo satisfacerlas y, recurriendo a bien elaboradas fantasías, hasta le proporcionan eficaces métodos de evasión” (2).

La improvisación, como vemos, no es de ninguna manera una de las debilidades de los detentores del establishment. Es por eso que ellos saben a cabalidad que la mujer latinoamericana está apta para cumplir con el rol de consumidora desenfrenada, porque carga sobre sí una serie de estigmas, que vale la pena enumerar —o citar, mejor—:

• Funcionalidad de la mujer con respecto al sistema

- Como consumidora (es la responsable del 75% al 85% de las decisiones privadas de consumo).
- Como eje y sostenedora fundamental del núcleo familiar (donde se realiza el consumo).
- Como contingente productivo de reserva y como mano de obra barata (lleva a cabo los trabajos más indeseables y los peor remunerados).
- Como la receptora más vulnerable de la ideología transmitida a través de los medios de comunicación y la publicidad y, a la vez, como agente transmisor de la misma (educación de los hijos, etcétera).
- Convertida en objeto es un poderoso señuelo capaz de acrecentar el consumo de otros objetos.
- Como contingente político de reserva, activado en los momentos en que peligra el orden establecido (3).

Es cierto que las lectoras de *Tú* no están capacitadas para ejercer las funciones enumeradas anteriormente. Sin embargo, es necesario prepararlas para el rol que les tocará asumir en el futuro: las jóvenes lectoras de *Tú* serán, pues, esas mujeres bien vestidas y maquilladas, que armadas con un buen arsenal de consejos prácticos (para la belleza, el hogar, las relaciones de pareja) saldrán a la caza de ese hombre ideal, combinación perfecta de Fernando Allende, Mark Hamill y, por qué no, José Luis Rodríguez.

Es así como los editores de revistas femeninas —el indigente *De Armas*, entre ellos— ponen a la disposición de las mujeres latinoamericanas — para las del otro lado, hay otras— unas publicaciones cuyo fin último, y primero, es vender a gran escala. Ese también es el objetivo de revistas juveniles como *Tú*. “Las revistas juveniles comerciales son el componente de un amplio sistema de comunicación internacional cuyos símbolos y contenidos pueden considerarse idénticos. La individualidad de cada revista en particular se desdibuja tras una demanda idéntica, el interés del lector por los productos de la industria del consumo también garantiza la existencia a sus mediadores” (4).

Las pautas de conducta, los consejos de belleza y del corazón y las recetas de cocina, no son más que las trampas de que se valen estas revistas para atraer compradores potenciales. **Tú, Buenhogar, Vanidades, Cosmopolitan** y las demás publicaciones de este corte, cumplen en sí mismas, una función publicitaria múltiple. Su contenido (artículos, reportajes, entrevistas, secciones fijas y anuncios) no sólo sirve para ofrecer determinados productos, sino para promocionar las "virtudes" del sistema comunicacional vigente, del cual ellas, por supuesto, forman parte. Las revistas comerciales femeninas —juveniles y adultas— son algo así como el talonario de una rifa, en la que todos los números están reservados a un ganador: el orden establecido y sus detentores. De allí, que no resulte extraño encontrar en **Tú**, revista editada y distribuida por el Bloque de Armas y Distribuidora Continental, avisos publicitarios de **Hombre de Mundo, Almanaque Mundial, Best-Sellers, Buenhogar, Cosmopolitan** u otras publicaciones, que forman parte de la producción de la misma empresa editora.

Así como para Charles Revson, publicista de la Revlon, el secreto del éxito de sus productos se resumía en una regla: "en la fábrica hacemos cosméticos, en las tiendas vendemos ilusiones" (5), para los editores de las revistas femeninas el logro de ganancias, al parecer, reside en aplicar una variación de la misma regla, fabricar ilusiones, para vender algo más que cosméticos. De tal manera que la adolescente **Tú**, que más tarde será la mujer **Buenhogar, Vanidades, Cosmopolitan** o **Fascinación**, forma parte de un mundo concebido, al decir de Juan Somavía (6), para la mujer de clase media urbana, en el que se aconseja que para ser bella es necesario comprar los cosméticos que anuncian las revistas, para estar al día hay que leer los best-sellers que distribuye la misma editorial y en el que se insinúa, que es preciso ir a ver la última película de su actriz o actor preferida —cuestión de tomar ejemplo, se entiende— y adquirir para el hogar los muebles y accesorios de última moda.

Las características de publicación comercial femenina y juvenil que hemos esbozado hasta aquí, las cumple, casi sin variaciones, la revista **Tú**, valiéndose del uso —y abuso— de sonidos onomatopéyicos, abundancia de colores y de una ágil diagramación. Por eso, para abordar un análisis, más o menos sistemático —que no exhaustivo de los valores que transmite, manejaremos 5 ítems similares —aunque no idénticos— a los utilizados por Adriana Santa Cruz y Viviana Eraso, en su ya citado libro **Cosmopolitan**.

1.- El modelo físico

La belleza y la juventud son los requisitos indispensables que deben llenar o tratar de llenar las chicas **Tu**. En este aspecto no tiene mayor relevancia —aunque parezca paradójico— el poseer un agraciado físico legado de la naturaleza. Vale más, por el contrario, el mantenerlo en forma o, en caso de ser fea, luchar por mejorarlo, mediante el uso —no faltaba más— de cuanta crema, sombra y lápiz labial, aparezca en el mercado. En cuanto a la juventud, por supuesto que es necesario empezar a cultivarla desde temprana edad. Las maduras no tienen cabida en **Tú**, ni en las revistas para mujeres adultas. Las adolescentes **Tú** tildan de "viejas verdes" a las mayores de 40.

"¡Espera el 82 con una imagen divina!!! Sí, fabricate un rostro sensacional, mientras disfrutas de tus vacaciones de alta mar" (Subrayado nuestro). "Aprovecha el sol, haz deportes, corre, salta, vive al máximo . . . ¡y embellécete aún más! Lleva en tu equipaje toooooodos tus accesorios de belleza . . . pero, que sean a prueba de agua, ¡por favorrrrr!". No dejes las cremas en casa: ¡son indispensables!!!. Tu pelo sufre con el cloro y con el sol ¡Cuidalo! Un champú y un buen acondicionador son indispensables . . .".

Estos ejemplos tomados de la edición de diciembre de 1983, son apenas muestras de cómo la revista Tú, a través de sus "prácticos" y "bien intencionados" consejos de belleza, induce al consumo de los cosméticos que lanza el mercado. Ese modelo físico que está llamado a proporcionar notoriedad, prestigio —"por tu bien cuidada belleza"—, que provocará la envidia de quienes lo rodean y ayudará en la conquista del hombre ideal, no es más que una buena combinación del champú y acondicionador de Revlon, el lápiz labial de Avon, la sombra Max Factor, el rubor de Clinique y la colonia de Estée Lauder.

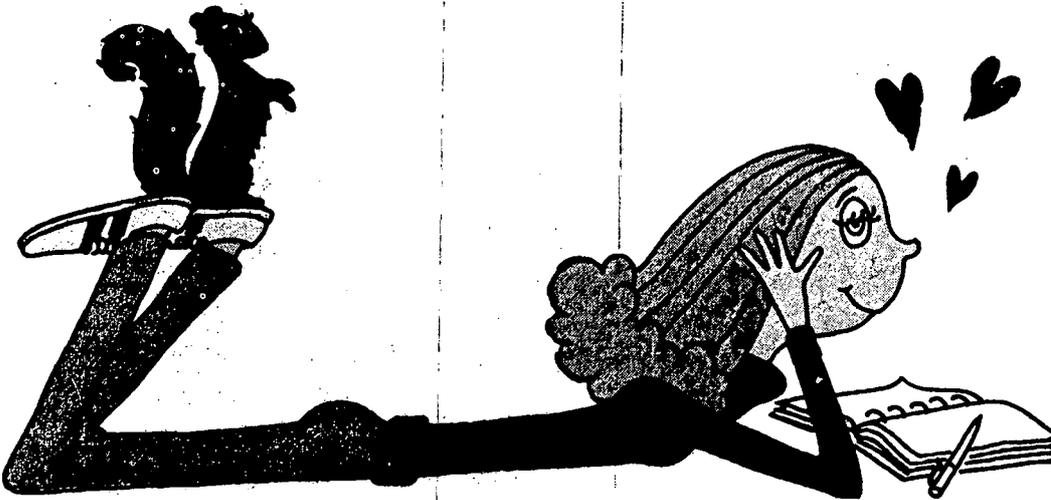
"Aprende (¡YA!) los trucos para el maquillaje 82" BELLEZA BOMBARDEO: "Después de una semana de estudio o trabajo, ¡es ESENCIAL que sigas un plan de reconstrucción! ¡Reconstrúyete en 48 horas con este plan de ataque".

El plan de ataque servirá, en última instancia, para conquistar al hombre que convertido en esposo brindará "la seguridad y el apoyo" que toda mujer necesita. La sumisión, el sacrificio por el ser amado y la vida en función del hombre son los valores que Tú, transmite a las futuras mujeres. Para conquistar ese "mañana prometedor" no hay que soslayar la dieta balanceada y los ejercicios corporales continuos, que permitirán mantener la figura "en forma" y llevar con soltura "ese traje" elegante.

"¿Crees que para proyectar una imagen joven y dinámica, tienes que sacrificar la elegancia? ¡Estás equivocada! Con colores sobrios y accesorios fabuloso, también se puede crear una verdadera fantasía. Aquí tienes la prueba".

2.- La relación con el sexo opuesto

La conquista de un hombre que brinda apoyo y protección es una premisa que se debe ir inculcando desde temprano a las mujeres: —hoy adolescentes— Cosmopolitan, Buenhogar y Vani-



dades. La chica Tú debe vivir en función de él, así que "si no te convence su físico no le aconsejes que lo mejore, cámbiaselo tú misma". La liberación entendida como equiparación de la mujer con respecto al hombre en la sociedad no es asimilada por los promotores de las revistas femeninas. Para ellos existe el "libertinaje" y se censura, porque la mujer "debe aspirar amar a un hombre, casarse con él y tener hijos". El abuso de diversiones y los intentos por gozar de cierta independencia no son bien vistos por la sociedad".

La revista Tú, sin embargo, le permite ciertas veleidades a sus lectoras. Las jóvenes Tú se pueden dar el lujo de vivir ciertas aventurillas —zanahorias, claro— que le permitan conocer los defectos y virtudes de distintos tipos de hombres antes de decidirse por quien será finalmente el hombre "de su vida". Esta parece ser la aplicación transnacional del adagio popular "en la variedad está el gusto". Pero eso sí, sin exceso. La mujer, pues, debe ser virtuosa.

"¿Qué tipo de novia eres . . . ? ¿Cómo serás como esposa? Todos esos pequeños defectos puedes ir arreglándolos desde ahora".

"Tú, como todas tus amigas, aspiras seguramente a casarte con tu príncipe azul. Es natural, y lo extraño sería que no soñaras idespierta! con un futuro maravilloso". "Cómo alentar a tres enamorados . . . mientras te decides por el mejor . . . ¿Quieres conseguirte un novio a prueba de bombas? Tienes tres candidatos y no sabes por cuál decidirte ¡Aquí te decimos como mantenerlos en remojo (sin que se te arruguen y sin que se te ahoguen), mientras le tiras el salvavidas al que más te conviene!"

3.- Desarrollo Intelectual

El desarrollo intelectual de sus lectoras no es preocupación que se desprenda luego de una lectura precavida de Tú. De esto dan cuenta también los ítems anteriores. La superficialidad —la sabiduría, puede derivar en subversión— la preocupación por un mundo de ensueños, donde la felicidad y el prestigio sean la cúspide de una bien cuidada disciplina de belleza, es lo que importa en última instancia. Basta con leer la sección de libros Tú para comprender que lo que le interesa a sus editores es la chica best-sellers, que compre, por supuesto, todos los que su empresa distribuye. De no ser best-sellers hacen de los libros algo banal, donde nada importa la calidad del autor, ni el mensaje que desea transmitir. He aquí la reseña del *Arte de amar* de Erich Fromm:

"Según lo indica a gritos su título, el libro analiza el amor (Mmmmmm!) en sus distintas manifestaciones: el amor de los padres, a los semejantes, a la vida, el amor entre la pareja"

"¡Es divino! Está lleno de conceptos bellísimos (una amiga mía llenó todo un cuaderno con frases de este libro) y de cosas nuevas, a pesar de haber sido escrito hace ya algún tiempo".

"El arte de amar te espera . . . ¿quieres convertirte en una experta? ¡No te pierdas este fabuloso best-seller!"

La orientación vocacional que aparece en Tú, a través de la columna fija *¿Qué estudio?*, es igualmente una muestra de como hacer del deseo de superación profesional un arma en la carrera desenfundada hacia el prestigio, el confort, una posición social ventajosa y un marido. El hecho de adquirir una profesión no es concebida de ningún modo como un intento de la mujer por independizarse, por el contrario, constituye un nuevo incentivo, para que obligada por la circunstancia de tener que trabajar en la calle, se preocupe un poco más por su figura y su presentación personal. Así todos los ímpetus aventureros y liberadores desaparecerán, seguramen-

te, cuando la odontóloga, periodista, artista gráfica, logre consolidar un hogar, o en el mejor de los casos —o peor— se convierta en precursora de la “doble jornada”.

“No, no hay que tenerle miedo a los dentistas: ¡hay que ser uno de ellos! La odontología es en verdad una carrera apasionante, super-útil a la sociedad, y con un futuro magnífico. ¡Conócela y decídetelo!”

“¡Entra de lleno al mundo editorial! Estudia esta carrera que tiene más (mucho más) que ofrecerte que las carreras tradicionales. Aprende a diseñar revistas, libros, y piezas editoriales ¡Todo un futuro por delante!”

“¿Quieres una carrera corta, ideal para tí y muyuuuy prometedora? ¡Estudia computación! Esas maquinitas te ofrecen un futuro brillante ¡Conócelas! ¡Descubre todas las maravillas que las computadoras son capaces de hacer! ¿Su mejor ventaja? ¡Están en todas partes y hay mucha demanda para las chicas que sepan operarlas! ¡Decídetelo ya!!!”

4.- Modelos a imitar

Es aquí donde Brooke Shields y Mark Hamil, por ejemplo, cobran singular importancia. Ella como modelo de la muchacha de hoy —dinámica, decidida, arrojada— y él con su dulce cara de hombre ideal. Las hijas de los cantantes y actrices —o actores— famosos sirven también para estos propósitos de crear modelos dignos de imitación o de seducción. La vida de los artistas es el ejemplo a seguir. Ellos han alcanzado ese mundo maravilloso —Hollywood, el jet set internacional— que la chica Tú, lucha por conquistar. Sus fracasos —los de los artistas, claro— son entendidos como pequeñas frustraciones y traspies que éstos logran sortear siempre con éxito. Por eso hay que ver sus películas y comprar toda revista que sistemáticamente haga un recorrido por su trayectoria “Nuestras espías en Inglaterra nos cuentan las peleas entre Lady Diana y la princesa Ana”.

“Un príncipe que está loquito por atrapar una plebeya . . . Alberto de Mónaco”.

“Espía con nosotros lo que pasa entre Ringo y Bárbara, Bo y John, Farrah y Ryan (y otros!) cuando nadie los ve” “Esta es Chabeli, la hija de Julio Iglesias, la única mujer que lo controla”

“Se está cumpliendo mi mejor sueño: ¡triumfar a niveles internacionales! Y demostrar que . . . ¡los latinos tenemos éxito en todos los campos!”, dice con entusiasmo arrollador Fernando Allende, el muñeco latino que deslumbra los norteamericanos”.

5.- Banalización de la realidad

Como bien dirían Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo las revistas femeninas se valen de bien elaboradas fantasías para que la mujer evada la realidad. A esta premisa no escapa Tú. Después de leerla con ojo avizor se llega a la conclusión de que el mundo está hecho de artistas, príncipes y reinas, del cine, del jet set internacional y de muchachas relamiéndose de gusto ante cualquier estímulo, por tonto que sea, que le brinde ese mundo en que vive. Al parecer no ocurren en la tierra hechos trascendentales y de ocurrir son todos reducidos a su expresión más banal. Así pues, el mundo de Tú está (Mmmmm) para chuparse los dedos.

“El chisme del mes: El clan Kennedy trata de impedir otro matrimonio . . . ¿Lo lograrán?” “Meryl Streep sube como la espuma”. “Lo de Carolina es en serio, y otra vez se enamora de un plebeyo”.

Ese mundo **Tú** donde cada adolescente puede ser la plebeya de quien se enamora el codiciado príncipe de Mónaco, no es más que cristalización gráfica de una contraposición entre lo bueno representado por el sistema y lo malo encarnado por los que se opongan a él. Las columnas de recetas, de consejos, los artículos en las que "ellos" definen la mujer que les gustaría tener para toda la vida, son, ya lo hemos dicho, meras excusas para vender las producciones del sistema y perpetuarlo "Lo que los anuncios prometen, lo que sugieren las imágenes, lo que refuerzan las stars, lo insinúan también los géneros ficticios de la novela y la story: se premia la virtud, se castiga la desviación. Pues la virtud exigida es la subordinación irreflexiva a lo existente" (7). Eso existente que las improvisadas —otrora lectoras confesas de Vanidades que se atreven a criticar a **Tú**, quisieran ver rodando, pero no ¡sobre ruedas!, sino cuesta abajo. ▣

NOTAS

- 1.- Datos tomados en SANTA CRUZ, Adriana y Viviana ERAZO: **Compropolitán** (un estudio de las revistas femeninas en América Latina) Editorial Nueva Imagen —ILET, México 1980, p. 65.
- 2.- Ob. cit, p. 149.
- 3.- Ibidem, p. 148.
- 4.- BAACKE, Dieter: **El triste rostro de la felicidad** (Sobre el género de las revistas juveniles comerciales) En: EHMER, H.K et al.: **Miseria de la comunicación visual** (Elementos para una crítica de la industria de la conciencia), Editorial Gustavo Gilly., Colección Comunicación Visual, Barcelona 1977, p. 242.
- 5.- Citado por SANTA CRUZ, Adriana y Viviana ERAZO: loc. cit., en (1) p. 16.
- 6.- SOMAVIA, Juan: Prólogo de **Compropolitán**, loc. cit, en (1)
- 7.- Loc. cit. en (4), p. 254.

Las citas y gráficas tomadas de la revista **Tú** corresponden a números escogidos al azar de su colección que abarca desde julio de 1981 a octubre de 1984.

diálogosocial

Revista Mensual Centroamericana fundada en 1967.

Una aproximación científica y periodística a los sucesos que conmueven la realidad latinoamericana y en especial a centroamérica, en la óptica del proyecto histórico de nuestros pueblos.

Un intento de pasar revista a los acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales con el ojo clínico e incisivo que ayuda a encontrar la verdad.



Edita:



Centro de Capacitación Social

Suscríbase por correo aéreo al
Apartado 9A - 192
Calle 66 Ae.
Panamá, R.P.
Teléfono: 26-6971

Costo para Latinoamérica y España
US\$25; EE. UU., Europa y Canadá US\$35;
Africa, Asia y Oceanía US\$40.

Una Pedagogía Alternativa de la Comunicación para el bienestar del Hombre

ANA ROSA HERNANDEZ



El estudio de la comunicación supone un interés por el desarrollo social. Por ende, la transformación de la humanidad para poder ser cada vez más.

Para ello, es requisito ineludible el compromiso político consigo mismo y con la "polis", nacional y universal dentro de parámetros previamente identificados con valores que nos son propios (conciencia política).

Esta afirmación o manera de razonar es compatible con otra: aquella que sostiene que la educación como colaboradora del hombre en la organización reflexiva de su pensamiento tiene el compromiso obligante de crear situaciones desafiantes que permitan la reflexión y la acción. Así en la búsqueda de la superación y transformación permanentes, estas acciones conducirán a una praxis creadora.

Los centros docentes, deben asimilar las innovaciones técnicas y modernas formas de comunicación, para tener acceso a la información, pero al mismo tiempo permitiendo el debate sobre las modalidades y condiciones de utilización. Estas son requisitos para los métodos, los tratamientos, que permitirán no sólo el acceso, sino la participación, condiciones de toda comunicación verdadera. En este juego de ideas, y en la búsqueda de la transformación de la sociedad, acogiéndonos al marco indicador transformación igual desarrollo, la interacción comunicación-educación debe proveer una asimilación Piagetiana para la transformación de estructuras en espiral.

No es por casualidad, entonces por ejemplo, que el aparato cultural y los procesos informativos (Industria del conocimiento) tenga que analizarse desde la perspectiva de las relaciones Comunicación-Información-Educación-Instrucción.

No en vano, el diseño comunicacional, así como el instruccional tiene un interés fundamental en el análisis de las categorías de tareas de aprendizaje en su relación con los objetivos a lograr según las taxonomías, generalizantes o discriminadoras.

En efecto, puede también decirse, que los tipos de aprendizaje están en relación con las formas de tratamiento de los mensajes y no sólo con sus contenidos. En consecuencia, hay que estudiar los efectos de la comunicación también, como resultados del aprendizaje obtenido —por ejemplo— por los modelos educativos o estructuras de conocimiento impuestas por la "Cultura de Masas".

• Capacitación para la Comunicación

Como creo que no se puede enfrentar la técnica ni a los numerosos medios de difusión de la información y del conocimiento con hostilidad, sino que es necesario ponerlos al servicio de las exigencias trascendentales del hombre, hay que transformarse y transformarlos progresivamente para que sean forjadores de progreso.

Un primer elemento es que capacitar al hombre para la comunicación, supone asumir una responsabilidad social y política en el proceso educativo. En consecuencia, es función de los aparatos educativos, en cierto modo epistemológica, enseñar a comprender los diversos lenguajes existentes. Se aboga por una educación crítica, que pueda liberar al individuo de una visión mítica en relación a lo técnico, así capaz de poner de manifiesto su potencial comunicativo. A este respecto, han afirmado sean Mac Bride y otros:

"Así pues, la educación es a la vez más y menos que la comunicación. Cuando no existe, como es el caso del analfabetismo, la capacidad de comunicación queda menguada. Si se desarrolla, amplía la base de comunicación". (1)

En este sentido, conviene tener presente, que el formar al hombre para el diálogo crítico implica educarlo, formar conciencia para dar respuestas comprometidas, es decir, responsables. Paulo Freire denomina a este tipo de comunicación: horizontal, por cuanto desde su punto de vista:

“Es una relación horizontal que nace del conocimiento crítico de una problemática” (2)

En este autoperfeccionamiento de la función educativa por participación, es necesario examinar los rasgos necesarios para que el acceso y la participación popular lleguen a ser una realidad: eliminar el analfabetismo en la comunicación. A este respecto, parece cierta la afirmación del Informe UNESCO anteriormente citado, según la cual:

“ . . . para que la participación popular llegue a ser una realidad, en este campo, es preciso que el potencial educativo y formador de la comunicación sea mejor comprendido por quienes están destinados a desempeñar un mayor papel en la organización de la comunicación, como participantes, consumidores, administradores o responsables, en todos los campos y en todos los niveles” (3)

Desde esta perspectiva, esta interrelación entre la educación y la comunicación es lo que orienta al análisis sobre las formas y contenidos de la comunicación. Es decir, este es un problema de Pedagogía de la Comunicación.

En líneas anteriores, se destacó que en las formas y contenidos de la comunicación se insertan modelos pedagógicos para la gestión de los conocimientos cuya asimilación puede sea adaptativa o transformadora.

Ciertamente el hecho de que la educación prosiga objetivos ideológicos, obliga a una reflexión sobre la Práctica pedagógica en la comunicación.

¿Cómo aprendemos?

La capacitación para la comunicación es lógicamente referida al **¿Para qué aprendemos?**

Es decir, práctica comunicacional y fines de la educación deben trabajar juntos dentro de un mismo sistema conceptual. En consecuencia, no son ajenas a la investigación las diversas formas de transmisión de información y organización de la memoria colectiva de la sociedad, como tampoco le puede ser extraña a la pedagogía dentro de sistemas socio-políticos existentes.

¿El qué aprendemos? o contenidos de aprendizaje son igualmente seleccionados y tratados para dar una funcionalidad determinada a las potencialidades racionales y comunicativas.

En el análisis sobre el **cómo aprendemos** al que hicimos mención en líneas anteriores, y tomando en consideración por una parte, el valor educativo de la información y comunicación, ya que promueve o ejercen influencia en las actitudes, valores, conocimientos de los individuos, y por otra parte, la omnipresencia de los medios con su “facultad acumulativa”, en su función social, hace necesario preguntarse también: **¿Cuales son los parámetros para que la comunicación sea un agente de cambio social?**

Nuestra reflexión se orienta en la afirmación del planteamiento previo: que es necesario desarrollar las capacidades de comunicación porque son “las fuerzas sociales”, quienes mediante una “conciencia transitiva crítica” pueden argumentar, dialogar, inquirir y participar en la toma

de decisiones.

Esto asume una política de democratización de la gestión pedagógica. Debe haber autonomía de la acción educativa. Su función-gestionaria debe quedar garantizada para que tenga significación dentro de un proceso comunicacional para la educación permanente.

- **Educación “Informal”, Comunicación y Tiempo Libre.**

Así por ejemplo, en esta búsqueda de sentido, la interpretación de la acción educativa mal llamada “no formal”, debería conducir al aprovechamiento del tiempo libre. Hay que reaccionar de modo crítico seleccionando en función de exigencias cualitativas, las actividades y **condiciones de utilización** de los diversos medios de comunicación. Esto es así, porque si “la experiencia y el lenguaje son, pues, las condiciones previas de todo acto de comunicación” (4), también se plantea una correlación-entre las formas y contenidos difundidos por los medios y “las formas de aprovechamiento del tiempo libre”, especialmente por el uso que se hace de la televisión.

- **Por qué es necesaria una Pedagogía alternativa de la Comunicación?**

Se dice que el instrumento principal de la macro-pedagogía es la planificación integral dentro de un proyecto educativo de los fines educativos, los métodos, los contenidos curriculares (escolarizados o no), los costos etc. Entonces, definidos los objetivos de transformación social, éstos y los individuales, dan sentido a los métodos de enseñanza (formales o no). Pese, a que en algunos casos, se intenta presentar los objetivos del aprendizaje como independientes de los sistemas socio-políticos existentes, la investigación y planificación pedagógica deben apuntar hacia una función prospectiva, es decir, el compromiso con la educación del futuro permite el confrontamiento con la pedagogía adaptativa “burguesa”. Una pedagogía activa es alternativa en este caso, cuando aprovecha el “patrimonio social” denominado mundo de las comunicaciones, y al ampliar sus capacidades naturales, concientiza al hombre hacia las diversas formas de aprendizaje en una educación continua y permanente.

- **¿Por qué es necesario una pedagogía de la Comunicación Alternativa?**

Basados en las premisas anteriores, reconvengamos en un planteamiento previo cuando apuntábamos que la educación tiene una función ideológica . ¿Acaso el aparato educativo del sistema capitalista ha sido alguna vez dirigido a trascender el género de vida de las clases desposeídas? .

Consecuentemente:

“la cadena de producción elabora un producto uniforme, cuyo humilde fin no es ni siquiera divertir, porque eso supone vida, y por lo tanto esfuerzo. Nada de eso; lo único que se propone es distraer”. (5)

Y cabe preguntarse ¿qué tipo de distracción es ofrecida en el tiempo libre?

Por una parte, podría argumentarse que el sistema productivo ofrece múltiples productos para motivar a la gente en beneficio del mercado, pero siempre se mantiene la esencia ideológica común, ante una fragmentación aparente. En otra dirección, también se debe apuntar al tipo de

distracción que se recibe por los medios de difusión, especialmente la televisión.

El investigador González Llaca al respecto, expresa:

“... En el ocio se gasta el dinero que se recibe a cambio del trabajo” (6).

Los medios de difusión, en especial la televisión utilizan espacios y técnicas destinadas a lograr un aprendizaje para el consumo. Existe una Pedagogía sistematizada para el logro de estos objetivos dentro de lo que se ha dado por llamar Educación Informal, término con el cual disiento.

Los tratamientos bien dirigidos están conducidos y controlados para poner a los perceptores en contacto con la variedad de productos existentes en el mercado. La consecuencia de este aprendizaje “informal”, pero sistemáticamente dirigido, es que de acuerdo en un todo con González Llaca:

“El hombre del ocio es absorbido por el hombre del consumo” (7).

Se ha producido un acceso a la información presentada por la comunicación dominante. Hay así, acceso a mensajes cuyos contenidos y formas difunden lo que se ha denominado “una cultura de la posesión (...) de la competencia insana”.

Puede correlacionarse entonces, entretenimiento con aprendizaje para el consumo. De ahí que los medios de difusión utilicen espacios y técnicas destinadas a poner al hombre en contacto con la variedad de productos existentes. La consecuencia es que “El hombre del ocio es absorbido por el hombre del consumo”.

En este sistema utilitario y consumista, la variable participación es sinónimo de oferta de productos variables no necesarios, que el hombre es orientado a adquirir. Es esta una participación mercantil.

Imposible satisfacerse con denunciar males ya bastantes veces expuestos. Es preciso señalar vías para tratar de corregir. En este sentido, la Pedagogía Prospectiva como responsable del proceso formador tiene que asumir la acción de formar cuadros para la transformación.

Se propone, entonces, una pedagogía alternativa rehabilitadora, prospectiva, que enseñe a aprender para una auto-educación en un proceso continuo de educación permanente, en donde educación formal e informal se complementen al ser ejercicios de un mismo proceso en el que “cada fin es un comienzo y cada cierre una apertura”, en el campo de la política educativa para sí mismo. En esta política, el hombre se va auto-educando en cada uno de sus pasos, hacia un nuevo tipo de hombre: el hombre consigo mismo y con el mundo externo, en nuevas conductas que propicien y a la vez, sean producto de un nuevo tipo de acceso y de participación.

En el caso de las actividades recreativas y/o de entretenimiento, el tiempo libre debe permitir libertad de elección por actividades liberadoras: formación y actualización, educación continua en sus diversas modalidades, artísticas, creativas, etc. Un acceso al auto-aprendizaje por aprender a descifrar y criticar los diversos tipos de lenguajes que se nos presentan, especialmente a través de las innovaciones técnicas.

Para el logro de esta práctica social, y, desde la perspectiva de este enfoque, es propicia la oportunidad para reclamar mejores condiciones educativas. Desde estas perspectivas una política social nacional, amplia y liberadora, serviría para denunciar todos los intentos de monopolio de las estructuras comunicacionales.

Los elementos que permitirían específicamente esta función son, entre otros:

- a) Un análisis permanente de Teorías Políticas, Modelos y Procesos de Comunicación.
 - b) Crítica a los Modelos Educativos de la comunicación industrializada, en donde el emisor social constituye barrera al desarrollo del talento creativo.
 - c) Estudio de las infra-estructuras organizacionales y técnicas de Unidades de Recursos de Aprendizaje y Comunicación.
 - d) Estudio de los sistemas de comunicación-información como agentes de cambio, con una intención política para promover políticas de comunicación en función del desarrollo de una auto-educación por una educación continua y permanente.
 - e) Investigaciones tendientes a evidenciar las manipulaciones de los medios de difusión por los sectores de poder.
 - f) Esta práctica debe crear instrumentos alternativos a la dominación mental impuesta por el sector dominante mediada a través de materiales y mensajes educativos de diversa índole que sirven como agentes de dominación ideológica. Es decir, estudiar el fenómeno comunicativo como factor de rendimiento analizando las prácticas pedagógicas dominantes centradas y orientadas a la mera recepción y adaptación de información.
 - g) La formación de equipos inter y multidisciplinarios para el estudio de las comunicaciones en general, y/o de procesos particulares.
- Finalizó estas ideas con una reflexión: ¿será el estudio de la comunicación un problema por el bienestar del hombre? ■

NOTAS

- 1.- Sean Mac Bride y Otros. Un Sólo Mundo, Voces Múltiples. F.C.E. México, 1980, p. 31.
 - 2.- Paulo Freire. Educación y Acción Cultural. Ed. Zero, Madrid, 1979, p.11.
 - 3.- Op. cit. p. 63.
 - 4.- Sean Mac Bride y otros. Op. cit. p.60
 - 5.- Dwight Mac Donald, Industria Cultural y Sociedad de Masas, Monte Avila, Caracas, 1974, p. 65.
 - 6.- González Llaca, E., Alternativas del Ocio, F.C.E., México, 1975, p. 66.
 - 7.- Op. cit. p. 67.
-

EL SEÑOR VIZOSO

Juan Manuel Vizoso, el señor Vizoso, como le dice su maestra, tiene siete años. Acaba de completar sus dos primeras semanas de Segundo grado en una escuela de San Antonio de Los Altos. Su precocidad, como la de todos los niños de esta era tecnocrática, ha sido desbordada por la explosión televisiva. Se ampara en el disfrute del medio en la resolución que dice que tal programa está destinado para personas de cualquiera edad. Cuando hay cine de terror —agrega— pide permiso a su mamá para verlo. El sabe de rock ácido y baila break-dance. Me dijo que Bob George, el cama-camaleón del "Cultural Club" no es "maluco", sino que como su papá era maquillador, el aprendió esa maña.

El libro de lecturas de Segundo grado, lo ha leído todo, y eso le fastidia, porque parece que fuera para niños gafos. Infante Juan Manuel le digo, en la primera lección se recomienda algo. —Sí, responde: Estás en segundo grado. Tienes maestra nueva . . . Pero al salón sólo han ido tres

suplentes a cuidarnos y no revisan tareas, porque no están autorizadas para hacerlo.

Mientras se cambia para hacer deportes en el patio del edificio, le digo que tenga cuidado, no vaya apresar el "piripicho" con el cierre del short. Me responde que eso se llama pene. Así se lo explicó la señorita de primer grado en la clase de educación sexual. —¿Y tú sabes cómo se llama la "conejita" de ella? —No, porque cuando le pregunté, ella me dijo que todo a su debido tiempo.

Por la muestra, se impone la revisión y el enriquecimiento de los manuales de lectura de los escolares para que no se adapten solamente a las exigencias del programa, sino a la galopante realidad que vivimos. ■

JESUS ROSAS MARCANO

RETAZOS: OTRO PROGRAMA JUVENIL DE TV. FRUSTRADO

En la televisión venezolana no faltan algunos programas educativos o de entrenamiento para niños, quienes en el peor de los casos son el público semi-cautivo de los dibujos animados. Sin embargo apenas existen programas creativos para adolescentes y jóvenes, bombardeados últimamente por programas de video-music. De ahí que nos parece importante recoger un testimonio directo de uno de los creadores y colaboradores de "Retazos" **Carola Gigante** para dejar constancia de los avatares de un programa juvenil: "El programa se creó para llenar un vacío a nivel de la juventud. La pretensión era tener un espacio donde se dieran a conocer todos los jóvenes venezolanos que realizaban una actividad, además de brindarles la posibilidad de participar y comunicar sus preocupaciones e intereses. Además esto contribuía a la promoción de diferentes talentos en diversas áreas, es decir, en el deporte, en la música, en la cultura, en el urbanismo etc. La idea del programa surgió de tres productoras: Beatriz Oropeza, Jacqueline Raskin y Alejandra de Montiel. Beatriz es directora de T.V. con larga experiencia; Jackeline es comunicadora, egresada de la UCAB y Alejandra, educadora y psicóloga. Para mí, trabajar en "Retazos" fue una gran experiencia que desgraciadamente tan sólo duró cuatro meses, pues era lo que toda la vida había soñado hacer. Personalmente realizaba la tarea de animadora, función que siempre me ha gustado hacer porque siempre he tenido la idea de ser la conductora de un programa, y "Retazos" tenía la oportunidad de compartir. A nivel de trabajo era increíble porque conocí muchísimas actividades que se realizan en Caracas y en sus afueras de las que no se sabe nada; conocí muchísima gente encantadora, que igualmente habría pasado desapercibida si no es por el programa; aprendí un poco acerca de la producción de un programa. Las productoras nos daban total libertad para traer invitados y plantear temas que posteriormente eran discutidos entre los cuatro animadores y las tres productoras. Podíamos dar ideas y decir lo que muchas veces amigos nuestros nos decían que era interesante sacar en TV. Nuestros amigos eran como unos agentes multiplicadores que a su vez nos informaban de otros jóvenes que hacían cosas provechosas y tenían interés en difundir o promocionar. Respecto a las posibilidades y obstáculos de un programa juvenil, pienso que depende de muchos factores: si nos encontramos en la televisora del Estado, se requiere que seamos de la misma ideología política, y así, indiscutiblemente y desgraciadamente, resultan mejor las cosas; sin embargo, pienso que si la idea es buena no deberían de prevalecer los factores políticos; también se necesitan contactos con publicidades para sostener financieramente el programa con cuñas. Con respecto a "Retazos" hay que decir que en todo momento recibimos del canal la ayuda y colaboración deseada, aunque en los últimos momentos por el cambio en la Gerencia de Producción las cosas se complicaron hasta acabar con el programa. Todavía sinceramente no sabemos las causas reales

CAROLA GIGANTE

Tipos Star:

Los Idolos Juveniles en los Medios de Comunicación

LUIS BRITO GARCIA



■ LA MUERTE DE LOS MALOS

¿Qué se hicieron los chicos malos? Tuvieron, sin excepción, el mal fin que sus desafíos al sistema hacían prever, James Dean terminó su *Rebelde sin Causa* entre el amasijo retorcido de hierros de un automóvil deportivo, Elvis Presley abandonó su inquietante meneo de caderas al parecer, fofo, repulsivo e hinchado de drogas en un palacete estilo Hollywood. John Lennon fue muerto a tiros por un hombre que se hacía llamar John Lennon. Jimmy Hendrix y Janis Joplin se quemaron en los fulgores de la iluminación química. Por una simetría inquietante, la realidad (¿la realidad?) infligió a estos contestarios el castigo que en los libretos del show bussines se reserva a los disidentes: degradación, violencia, muerte.

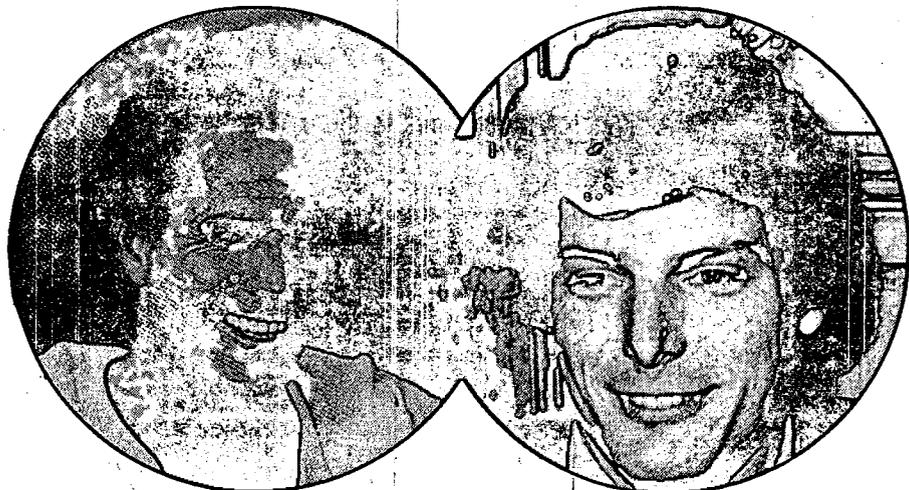
• LA RESURRECCION DE LOS BUENOS

¿De dónde salen ahora tancos chicos buenos? Del mismo lugar que engendró a los chicos malos: de los barrios pobres, del extranjero, de la provincia, de la marginalidad. ¿Qué los hace tan buenos? El hecho de que aceptan automáticamente las reglas del juego, unas reglas de alta formalidad. ¿Quién descubre que son buenos? El show business, la misma máquina creadora de ficciones que un día endiosó a los chicos malos, para abandonarlos luego a sus folletinescas aniquilaciones. Travolta, Superman, Luke Skywalker, la chica de Flashdance, los chicos de Breakdance, Michael Jackson, Brooke Shields, el Grupo Menudo y Guillermo Dávila, por no citar más que algunos modelos propuestos a los jóvenes por los medios de comunicación extranjeros y nacionales, comparten más de un rasgo: de hecho, ilustran una sola historia mítica: la de la recuperación del marginado por la maquinaria del espectáculo. Oído al tambor, jóvenes en espera de redención.

• TRAVOLTA

Tony Manuro —el personaje a quien encarna Travolta, quien en realidad se encarna bastante a sí mismo— es un joven sin destino. Pobre, habitante de un barrio marginal, sin estudios y para colmo miembro de una minoría discriminada (italonorteamericano), su futuro debería oscilar entre el pandillismo, la mediocridad y la cárcel.

Pero la fábrica de ilusiones no tolera ya estas feas palabras. Travolta escapará a todas las marginaciones mencionadas, mediante la adopción de un ritual de alta formalidad (el disco) de un uniforme (impecable traje blanco) y de una competencia reglada (el mundo del espectáculo). Este sometimiento depara sus recompensas: ascenso social, mediante el amor de una mujer mejor situada, admiración colectiva, recompensa pública (trofeo). La conciencia de que el trofeo es concedido a través de una injusta manipulación, apenas desata una crisis pasajera: sabemos que Travolta continuará travolteando, idolatrado por millones de adolescentes sin destino, hasta que lo borre una muerte peor que el balazo destinado a Lennon o el ácido tragado por Hendrix: la fugacidad banal, la fría intercambiabilidad de todos los estereotipos propuestos a los jóvenes en los últimos años.



• SUPERMAN

Supermán es también marginado: extranjero (planeta Krypton), provinciano (Smalville), tímido. Lo redimirán de estas marginaciones el rutilante uniforme azul-rôjo, el implacable código moral de soporte a lo estatuido: a la propiedad privada, a la autoridad. El opaco provinciano Clark Kent adquiere así el derecho a las atenciones de Louise Lane, una mujer independiente, brillante, audaz y autónoma. Mientras reviste su disfraz escénico, Supermán es invulnerable, invencible, insuperable: al volver al casimir gris, cae en el abismo de la miopía, la ineptitud y el menosprecio, es decir, cae en la realidad. Todos leímos esta patética fábula sobre la personalidad escindida y los sueños de poder cuando éramos apenas niños. Ahora regresa, en pantalla panorámica, y, digámoslo con justicia, a veces relativizada gracias al corrosivo humor de Richard Lester, para edificación de nuestros adolescentes ¿Cuál uniforme vestirán? ¿Cuál más hueco, más deplorable que el otro? ¿Cuál oculta mejor la angustiada, remota, lacerada personalidad de Supermán, sobre la cual, en casi medio siglo de explotación comercial, hubo apenas un inteligente episodio de unas veinte páginas, firmado por Jack Kirby? Evidentemente, no es un pájaro . . . no es un avión. Es el conformista completamente alienado, todos sus superpoderes creativos rebañados a la custodia perenne de la convencionadidad.

• LUKE SKYWALKER

Tres sobredimensionados episodios arrastra ya la trabajosa saga épica del marginado Luke Skywalker. Granjero, provinciano, es llamado para participar en una lucha para defender el Bien, en la cual todas las reglas están claramente establecidas. Desde el uniforme (blanco y luego negro) hasta los milagrosos asistentes espirituales que guiarán su cursillo de perfeccionamiento espiritual (Obi Ben y el Yoda), hasta la infaltable mujer de status superior (la princesa Leia Organa), con la cual, ay, el romance fracasa debido a la castración simbólica de la mano mutilada y al tabú del incesto. No importa, pues todo está preestablecido: con Luke Skywalker, los adolescentes aprenden que La Fuerza los sacará con bien del vientre de la Estrella Negra, de la persecución del siniestro padre Dart Vader, y, quizá, de las barriadas del Bronx, siempre y cuando no pierda la calma, y esperen el próximo episodio de la serie, que será ¡Fabuloso!

• LOS CHICOS Y CHICAS DE LA DANZA

Flashdance, Breakdance, Dinamite . . . Los mitos tejidos alrededor de cada uno de estos bailes, aparte de repetir los patrones de integración por el sometimiento a la rigurosa disciplina y de la redención por el mundo del espectáculo, enfatizan el riguroso anonimato de la estrella. La chica de Flashdance es un ingenioso zurcido fabricado con una actriz, una bailarina y una cantante distintas, que la magia del trucaje funde en una. A través de la danza, redimirá su condición de obrera, logrará el reconocimiento, y la atención de un varón de status superior (hijo del dueño de la fábrica). Idéntica historia sucede con los bailarines marginales de Breakdance, que consiguen integrarse en el gran mundo de la farándula mediante la amistad con una bailarina profesional. Rostro y gestos prefabricados para el olvido, porque lo que importa es su capacidad de asimilarse a rutinas corporales de una dificultad casi acrobática . . .

La apoteosis de la neutralidad es Michael Jackson. Ni adolescente, ni adulto, ni masculino, ni femenino, ni moreno, ni blanco, pero eso sí, rigurosamente integrado: sus públicas apoteosis de necrofilia y gestos lascivos son compensados rigurosamente por también públicas confesiones de

abstención de cigarrillo, alcohol, drogas y sexo, por su beatería religiosa, por la adoración del ingreso . . . Todas las ambigüedades de Michael Jackson le hubieran representado duras marginaciones en el mundo real, donde adolescentes, epícuras y mulátos son agriamente discriminados. Basta la representación santificada de tales ambigüedades en un escenario, para que se conviertan en estigmas de divinidad.

Michael Jackson es el digno cortejante oficial de una Brooke Shields cuya entrada al cine, en "Pretty Baby", fue en el papel de una niña vendida al mejor postor en un lenocinio, y que ahora representa el papel de la virginidad cuidada por chaperonas y agentes de relaciones públicas: la mercancía femenina, y la frigidez provocativa en un solo paquete de acciones (o de inacciones, pues Brooke no sabe bailar, cantar ni actuar).

• EL PATIO LATINO: MENUDO Y RICARDO DAVILA

Con la anterior exhibición de estereotipos, se comprenderá ya cuáles son los modelos que deben seguir los productores de modelos para los adolescentes latinoamericanos. En el Grupo Menudo se repite la misma vieja historia: fama, riqueza y adoración femenina a través del manejo de la disciplina rigurosa de la danza y el canto regimentados. También, anonimato, intercambiabilidad y sustituibilidad perfectas: los miembros del Grupo son despedidos uno por uno, a medida que cumplen dieciséis años, y cambiados por otro Menudo de repuesto (se supone que debe haber abundantes colas).

La imagen mítica creada para Guillermo Dávila es como un gran resumen de las temáticas expuestas. En "Ligia Helena", Guillermo-Nacho es el marginal que supera su pobreza a través del estrellato. La ascensión social sólo se confirmará por el sello de aprobación de la infaltable mujer de status socioeconómico superior, la burguesita Ligia Helena. Siguen los malentendidos y las fricciones de rigor: el grato olor del éxito y el amor terminarán arreglándolo todo. El talento personal de Dávila, y más aún, del libretista César Miguel Rondón, no pueden ir más allá de estas reglas del juego, que están como hemos visto, rígidamente fijadas de antemano:

1) Las juventudes del sistema sufren de marginación, carencias sociales, económicas y sexuales, falta de identidad y destino. 2) Un héroe, que en su etapa de formación comparte tales carencias, debe ser redimido por su religiosa adscripción a una disciplina integradora, 3) La más inocua, al mismo tiempo la más eficaz de estas disciplinas, es la del show-Business. 4) El mundo del espectáculo cuenta cada vez más una única historia: la del propio mundo del espectáculo. Se hace, como dirían los semiólogos, auto-referente. Esta auto-referencia es rigurosamente falsa: nunca se explora en profundidad la mecánica corrupta y demolidora de la fábrica de ilusiones. 6) Aparte de destruir a los verdaderos talentos, individuales, rebeldes, contestatarios, indómitos (Dean, Lennon, Joplin, Hendrix), la fábrica de ilusiones se constituye en única realidad, en única vía de salvación, en única trascendencia posible. 7) Por argumento a contrario, la realidad, (la marginalidad, la carencia, el anonimato, la protesta, finalmente, la vía de acción concreta, la creatividad individual o la acción revolucionaria) pasa a ser ilusión, mero prólogo o aperitivo de la ascensión al emporio de las estrellas, que será el premio de nuestro conformismo.

En resumen: no se vayan, chamos, que esto se compone.

¿O se descompone? □

• DOCUMENTOS



BERTA BRITO

Bajo el lema "Crear para una Comunicación Alternativa" se realizó del 11 al 14 de octubre pasado el Primer Encuentro Nacional Estudiantil de Escuelas de Comunicación Social, en el cual participaron estudiantes, profesores e investigadores de la comunicación de todo el país, con la finalidad de discutir los problemas relacionados con la Comunicación Alternativa.

Posteriormente a la inauguración en el Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela, las discusiones se desarrollaron en el Auditorio de la Facultad de Economía de la UCV. La pretensión de este Primer Encuentro, según los organizadores del Centro de Estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central, fueron:

- familiarizar a los participantes con investigaciones recientes y experiencias actuales en materia de Comunicación Alternativa.
- analizar y evaluar experiencias comunicacionales de distinto tipo y crear vínculos estables entre sus respectivas prácticas.
- generar un cordón de comunicación entre las diversas Escuelas de Comunicación Social que, trascendiendo en espacio académico, pueda establecer nuevas formas de comunicación-participación en problemas comunes.

- d) crear las condiciones para la realización de eventos próximos de la misma naturaleza.
- e) fijar posiciones comunes en torno a algunos problemas relacionados con la Comunicación Social en nuestro país.

Todo lo cual demuestra la importancia y el interés que ha despertado "este proyecto utópico, aún no realizado" y todavía indefinido que se llama Comunicación Alternativa o, más propiamente, comunicación dialógica y/o participatoria.

Más de veinte ponencias fueron presentadas por los participantes entre los cuales destacaron las de María de los Angeles Serrano, Marcelino Bisbal, Equipo Comunicación, Gilberto Alcalá, Earle Herrera, Jesús María Aguirre, Helena Salcedo, Colectivo del Periódico LETRAS de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, Atilio Romero Morantes, Amarelis Vásquez Salazar y Ewald Scharfenberg, Tulio Hernández, Orlando Hernández y las de estudiantes de las Escuelas de Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, la del Zulia y del Núcleo de la Universidad de los Andes en San Cristóbal. Por razones de espacio reseñaremos sólo algunas de ellas.

La ponencia de María de los Angeles Serrano, profesora e investigadora de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, resalta la importancia de "la investigación rigurosa del ámbito comunicacional, no sólo previa, sino sostenida", para empezar por definir "una comunicación que deseamos alternativa de la existente".

Considera María de los Angeles Serrano inevitable (para evitar partir del punto cero cuando los demás están por el kilómetro 100 de la carrera) aprovechar las experiencias ajenas y, por este medio, "de la cautela y la modestia", imaginar estrategias de trabajo, fijar metas que alcanzar e inventar procedimientos "para comprobar si nuestros hallazgos podrían generalizarse a otras experiencias y hasta donde".

La investigación en este campo, según Serrano, debe consistir en un trabajo serio que proporcione conocimientos válidos y confiables, que resistan la contrastación con la experiencia, con el objetivo de definir estructurar y eventualmente ejercer esa alternativa para la comunicación social.

Por su parte, Amarelis Vásquez Salazar y Ewald Schafenberg, en su enjundioso trabajo: **Alternativas de la Comunicación Alternativa**, manifiestan que "lo alternativo comunicacional conforma un terreno aún no muy bien delimitado y definido, a pesar de las cada vez más frecuentes y sistemáticas exploraciones en su ámbito", todo lo cual aviva día a día la discusión en torno a importantes cuestiones relacionadas con ella.

Esto lleva a los ponentes a trazar algunas pautas para la polémica, "cuya consideración se hace indispensable para delinear el modelo de comunicación alternativa. Una de ellas se refiere al tipo de comunicador social que se requiere en esa experiencia", en el que no se halle la escisión entre teoría y práctica" y que debe conjugar las posibilidades de actuar como: "Promotor comunitario o promotor institucional" que monitoree y asesore las actividades comunicacionales de la colectividad y, a la vez, como investigador de la comunicación que adelante las pesquisas en torno a los elementos culturales-comunicacionales de las clases subordinadas y participe en la estructuración de un modelo teórico comprobable en la práctica.

La preparación de ese comunicador social, según Vásquez y Schafenberg, corresponde a una nueva escuela de comunicación social "cuya definición se elaboraría en arreglo con el perfil ya descrito del comunicador social", que de importancia especial a la práctica y al trabajo de campo, complementados con la formación teórica requerida para la comprensión y procesamiento de la experiencia vivida, lo cual acabará "con la artificial división entre menciones que se da en la actualidad —impreso, audiovisual, etc—", que conforman profesionales de acuerdo a las exigencias de la actual estructura capitalista de comunicación de masas.

Los autores terminan por advertir sobre los peligros de degeneración y enajenación en los que puede caer la idea de comunicación alternativa y que pueden conducir a su total o parcial inutilización.

Hacia una Teoría y Praxis de la Comunicación Alternativa y de lo Alternativo fue la ponencia presentada por el Equipo Comunicación, la cual se complementa con las presentadas por Marcelino Bisbal: **La Comunicación Alternativa en la Estructura Monopólica de Poder y la Bibliografía sobre Comunicación, Educación, Cultura y Capacitación Popular en Venezuela** de Jesús María Aguirre, ambos integrantes del mencionado Equipo de Investigación. Las tres ponencias constituyen un compendio muy sustancioso de experiencias teóricas y prácticas en el campo de lo alternativo comunicacional.

Marcelino Bisbal nos pasea por las características más resaltantes de la sociedad post-industrial, "marcada más que nunca por los medios y los resultados del desarrollo económico", de donde surgen nuevas formas de dominio social que se ejercen, según Alain Touraine, fundamentalmente por tres medios: la integración social; la manipulación cultural y el control propiamente político de la sociedad y que se manifiesta en el proceso de relación Centro-Periferia, enfrentando la Opulencia Comunicacional a una "excesiva e irritante Miseria Comunicacional a partir de la configuración del poder transnacional y que arranca desde el mismo momento en que concluyó la Segunda Confrontación Bélica".

El autor abunda sobre ese proceso de dominación social desde los centros hegemónicos de poder, especialmente de Estados Unidos de Norteamérica y de la Comisión Trilateral, fundada hace una década para asegurar el control de la economía mundial por parte de las más grandes transnacionales. Dentro de ese proceso los países del Tercer Mundo comienzan desde el decenio de los '70 a buscar alternativas comunicacionales.

Bisbal concibe lo alternativo a tres niveles: lo Macro-Comunicacional que se mueve dentro del marco mundial y nacional de las comunicaciones, representado por el Nuevo Orden Informativo Internacional (NOMIC), las recomendaciones del "Informe Mc Bride, las Políticas Nacionales de Comunicación, entendidas como "control social frente a unos medios de difusión masiva que virtualmente han sido monopolizados". El nivel Meso-Comunicacional, circunscrito al ámbito local-regional, al interior de un país y enmarcado dentro de un área de actividad específica y/o institucional-gremial/sindical/político y, por último, el Micro-Comunicacional "donde es posible generar una tecnología apropiada de emisión y producción. Una tecnología Alternativa . . . de acuerdo a las necesidades de los trabajadores que hacen la verdadera comunicación".

Para concluir Bisbal se pregunta por el papel de los profesionales de la comunicación dentro de este último nivel, ". . . La respuesta, obviamente, es una opción individual de vida y acción profesional, militante y descarnada".

Jesús María Aguirre, por su parte, aporta una valiosa bibliografía clasificada según los criterios temáticos de CIESPAL de lo que se ha publicado en nuestro país sobre Comunicación Alternativa, aunque el autor advierte que "resulta difícil precisar la representatividad del material seleccionado, ya que el universo de referencia es bastante indefinido y además existen numerosos materiales producidos erráticamente por grupos no institucionalizados".

Esta bibliografía complementaria de los dos trabajos antes mencionados, abarca: la publicación del material en las revistas más importantes de Comunicación y Educación de Venezuela (COMUNICACION, ININCO, CUADERNOS DE EDUCACION Y ORBITA); material producido en los dos Encuentros Nacionales relacionados con la temática (IV Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación y I Seminario de Promoción Cultural y Comunicación Alternativa) y la producción de Centros, Instituciones o grupos que operan con mayor estabilidad y eficiencia en el área de la comunicación popular.

Los acuerdos, y Resoluciones de este Primer Encuentro de Estudiantes de Comunicación Social crean innumerables expectativas en el campo de la comunicación popular alternativa por lo que las transcribimos a continuación:

1) Los estudiantes hemos decidido crear la Coordinadora Nacional de Estudiantes de Comunicación Social, organismo cuyas funciones serán:

—Mantener un canal permanente de información entre las Escuelas. —Desarrollar la cooperación estudiantil en actividades culturales, deportivas y de formación general y planificar su realización conjunta.

—Orientar nuestros esfuerzos en la lucha por reformas curriculares y en problemas comunes.

—Propiciar en cada Escuela la formación de Comisiones de Cultura e Información y de Estudio del Pensum que mantengan relación constante con sus similares de las otras Escuelas.

—Coordinar la realización del 2º Encuentro Nacional Estudiantil de Escuelas de Comunicación Social.

2) Proponemos que las reformas curriculares que de ahora en adelante se lleven a cabo contengan la obligatoriedad de establecer un tronco común que sirva de núcleo central de formación al profesional de la Comunicación Social en cada una de las Escuelas del País. Reiteramos que el comunicador social es un profesional consciente de la realidad social que le rodea, que debe poseer una sólida formación cultural y humanística y que está profundamente comprometido con la transformación y el cambio social. Este es el perfil del comunicador que nos

proponemos rescatar.

3) Rechazamos la imposición autoritaria del actual p^énsum de estudios por parte de las autoridades de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ), y deploramos su actitud antiparticipativa en las discusiones que llevaron a la elaboración del mismo. En consecuencia, hacemos un llamado a la reflexión a las autoridades para que reabran la discusión del p^énsum, dando cabida a la participación más amplia y plural del sector estudiantil de la Escuela de Comunicación de LUZ.

4. Apoyamos firmemente la lucha de los compañeros del Núcleo Táchira de la Universidad de los Andes (ULA) por la consecución de una planta física propia y adecuada a la realización de las actividades docentes, de investigación y de extensión que le son propias. Saludamos la incorporación de todos los sectores de las Escuelas de Comunicación Social y Educación del Núcleo Táchira a esta lucha por dotar de local a un Núcleo que lleva más de diecisiete años funcionando en condiciones antipedagógicas.

Igualmente afirmamos que la situación del referido Núcleo no es más que una prueba de la situación de crisis que vive el sistema educativo de Educación Superior en Venezuela y de la forma en que se ha marginado la formación de recursos humanos en el interior del país. Exigimos que las autoridades de la ULA decidan con urgencia el desarrollo del proyecto de la planta física para la referida Universidad en los terrenos que son de su propiedad, ubicados en la ciudad de San Cristóbal.

Los estudiantes de Comunicación Social decidimos integrar una Comisión que se organizará a través de la Coordinadora Nacional para pedir una audiencia ante las autoridades rectorales de la ULA y plantear, a nombre de todos los estudiantes de Comunicación Social del país, la solución de este grave problema.

5) Decidimos regularizar anualmente los Encuentros de Estudiantes de Comunicación Social y a tal efecto acordamos la realización del 2º Encuentro Nacional Estudiantil de Escuelas de Comunicación Social en el Núcleo Táchira de la Universidad de los Andes en solidaridad con el movimiento estudiantil de ésta Escuela que lucha por superar las graves deficiencias estructurales y académicas que sufre dicha Escuela.

6) Denunciamos como violatorio al derecho social a la información la actitud manipuladora de algunos medios de comunicación en Venezuela en relación a los hechos sucedidos en Ta-

zón el pasado 19 de septiembre, los cuales, utilizando todo tipo de argumentos falaces han tratado de desprestigiar y deslegitimar las luchas del movimiento estudiantil venezolano.

Los estudiantes de Comunicación Social de todo el país nos solidarizamos con los compañeros de la Facultad de Agronomía y Veterinaria en su defensa de la autonomía universitaria y de las reivindicaciones estudiantiles. Condenamos la acción violenta de la Guardia Nacional como una violación del derecho a la vida y por ende, a la Constitución Nacional.

Igualmente condenamos las versiones maniqueístas que han pretendido vincular las protestas estudiantiles al fantasma de la "SUBVERSION" y a otros "DESESTABILIZADORES DEL SISTEMA DEMOCRATICO". Reivindicamos el derecho a la protesta y al disenso que es propio de una verdadera democracia y garantía de su subsistencia. Rechazamos el Informe de la Comisión Delegada del Congreso de la República y pedimos el pase de los juicios a los tribunales penales a los que pertenecen legítimamente. Finalmente los estudiantes nos comprometemos en la lucha por la democratización y el mejoramiento de las condiciones de nuestras Universidades y de la Educación Superior en general.

7) Avalamos como justos los esfuerzos que libran los países del Tercer Mundo y las organizaciones gremiales y organismos internacionales (Colegios de Periodistas, Federaciones Latinoamericana de Periodistas, Organización Internacional de Periodistas, UNESCO) por el establecimiento de un nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), a los que haremos llegar copia de estos acuerdos.

8) Condenamos la manipulación informativa que hacen las grandes agencias de noticias en relación a la situación centroamericana y denunciamos la misma como parte de la injusticia informativa que rige el actual orden comunicacional en el mundo.

9) Nos solidarizamos con el proceso democrático nicaragüense y con los movimientos populares en El Salvador y en toda Centroamérica, así como la lucha de los pueblos de Chile, Uruguay y Paraguay por el retorno a un sistema democrático.

10) Los estudiantes nos pronunciamos por procesos comunicacionales alternos que fomenten la participación y el uso consciente de los medios, que integran los receptores al conocimiento más cabal de su realidad y los organicen para la toma de decisiones colectivas en los problemas que los afectan. Nos comprometemos a

ampliar, desarrollar y profundizar experiencias de comunicación alternativa dentro del sector estudiantil y apoyar los procesos que se den en la base popular y en las comunidades.

Entendemos que el reto de la Comunicación alternativa comienza por incidir en la vida cotidiana, por comenzar caminos, por abrir brechas que impulsen la conciencia y la participación de los ciudadanos, que democratizen la información y establezcan canales para un diálogo abierto y recíproco entre emisores y receptores.

Ese compromiso de "devolverle la palabra al hombre común, al pueblo" es el que nosotros asumimos hoy y sabemos que creando vamos a ganar esa Comunicación Alternativa.

11) Respalamos la lucha de las etnias venezolanas por defender su identidad y existencia como grupo humano y rechazamos las agresiones de todo tipo que están siendo llevadas a cabo actualmente por grupos económicos que pretenden destruir lo que queda de nuestra raíz aborígen. Condenamos también las manipulaciones que hace cierto tipo de prensa desatando una verdadera campaña de agresión contra nuestros indígenas como vía para justificar su exterminio en nombre del progreso o la seguridad entre comillas de la nación. Los estudiantes de Comunicación Social hacemos un llamado a toda la colectividad venezolana y en especial al sector estudiantil a unirse en esta lucha por la defensa de las etnias y a reivindicar su derecho a la vida y a la autodeterminación como grupo humano.

12) Creemos en el turismo social como posibilidad de desarrollo pleno e integral del joven venezolano y como forma para integrar a los hombres al disfrute e integración de la realidad venezolana. A través de ONTEJ estos objetivos, y muchos otros vinculados a la juventud, estaban siendo alcanzados. En ese sentido, deploramos la aptitud irresponsable del gobierno al suspender de manera unilateral los contratos para vuelos nacionales y de hotelería. De este modo consagran el tiempo libre y las posibilidades de esparcimiento como un hecho que sólo beneficia a los sectores de mayores recursos.

13) Creemos necesario avanzar hacia una tecnología no alienante que interprete y exprese las necesidades nacionales. Somos partidarios de una tecnología orgánica al hombre y que desarrolla las condiciones para la creación de una sociedad cooperativista, democrática, autónoma y horizontal. ■

LIBERAS

DE COMUNICACION SOCIAL - U.C.V.

Bs. 2,50

Organo Divulgativo de la Generación del Viernes Negro

Caracas, Jul.-Agos. 1984 / Año 1

• GUIA BIBLIOGRAFICA

Tomado de la revista "COMMUNICATION RESEARCH TRENDS"

Traducción: Francisco Tremonti.

1.- Cómo la Música Rock Influencia a la Juventud

Simón Frith, crítico británico de Rock y sociólogo de la música, muestra que todas las explicaciones extremadamente variables acerca de la música pop en las culturas jóvenes comienzan por un concepto diferente de "juventud". Por lo tanto, cada teoría tiene un análisis diferente de cómo la música influencia la cultura "joven" y por qué la música pop es virtualmente una importante actividad de ocio entre toda la gente joven.

1.- Juventud como transición al ser adulto:

Acercamiento funcionalistas sugieren que en las primitivas sociedades la "juventud" no existe, excepto como breve rito de pubertad para marcar el cambio al ser adulto. Las sociedades industriales requieren un largo entrenamiento y aprendizaje social entre el tiempo en el que el joven ha dejado la familia de origen pero no ha establecido todavía su propia familia independiente. Durante el período "joven" la sociedad permite y alienta a la gente joven a trabajar a base de sublevaciones emocionales, a poner a prueba nuevos roles adultos, a ser rebelde de una forma limitada y a cuestionar la sociedad que se espera que ellos re-creen. Pero irónicamente éste es también un período de pobreza y marginalidad. Además, los jóvenes necesitan una estructura independiente de grupos, de compañeros, no solamente para experimentar con el tipo de liderazgo adulto y roles competitivos, sino también para defender su autonomía, status y estima propia, ante la carencia de poder como no-adultos.

En esta situación contradictoria, la música tiene dos funciones básicas entre grupos de compañeros: es un símbolo de status dentro del grupo y un medio de definir su propia identidad en relación a otros grupos externos, adultos y otras patotas similares. La música llega a ser parte de un estilo a menudo elaboradamente matizado y de un código de ropa, lenguaje y lugares de reunión que distinguen, por ejemplo, a los "ángeles negros" de "los reyes latinos".

Los funcionalistas detectan una gran variedad de "necesidades" sociales y psicológicas que la música satisface, así como la necesidad de "control de ímpetu" en este errático período emocional de la adolescencia. Los funcionalistas ven el período de la juventud como parte de un mecanismo de socialización para mantener la integración y el equilibrio de las modernas sociedades industriales. Al igual que Murdock, Frith critica esta explicación, a causa de que ella implica que todos los adolescentes atraviesan la misma clase de período de transición y que todos tienen las mismas necesidades. Ello implica, también que la música tiene el mismo significado y función, a pesar del ingreso familiar distinto, oportunidades de trabajo y status social. Los funcio-

nalistas fallan al juzgar el intrínseco goce de la música y no distinguen la música de otros símbolos de identidad, como, por ejemplo, los deportes.

2.- Juventud como nuevo estilo de economía de consumo:

Los investigadores sobre la juventud en los años cincuenta y sesenta interpretaron la nueva cultura joven como una era de afluencia, expansión, siguiendo a un largo período de depresión y guerra. Padres, maestros y líderes políticos estuvieron convencidos firmemente de que la juventud, en beneficio del estado, debería de gozar de todas las ventajas posibles. El hecho de que la sensualidad, el abandono y la aventura plena del rock'n'roll penetraran se debe, en parte, a que la juventud en los años cincuenta tenía más dinero, más tiempo de ocio y estaba viviendo en un mundo más seguro, que dejó margen para un poco de riesgo y vida salvaje. Sin embargo, las industrias del ocio, los Medios Populares y la Publicidad detectaron en la nueva afluencia de adolescentes un gran mercado nuevo y deliberadamente crearon una "identidad adolescente, en términos de un distintivo estilo de consumo, especialmente entre la juventud de clase trabajadora. Las Compañías de Discos y las revistas de entrenamiento promovieron el rock'n'roll como la celebración de un nuevo hedonismo, un compromiso de gozar la vida, un rechazo de las estúpidas rutinas adultas y un comportamiento de "tormenta y tensión" adolescente. Presley y otras estrellas del rock fueron los nuevos modelos de la juventud de clase trabajadora. En esta explicación de la juventud no es simplemente una preparación funcional para tomar las fuertes responsabilidades de adulto, sino un tiempo para gozar del ocio y el símbolo de un nuevo mundo ocioso de perpetua juventud.

Frith cuestiona el hecho de que los jóvenes fueran tan intensamente manipulados. El los encuentra enteramente despiertos y pragmáticos acerca de la promoción comercial y la música rock. Más aún, el desarrollo del atractivo de la música para la gente joven había sido inicialmente el trabajo de pequeños productores independientes, o de grupos informales de jóvenes músicos que ponían en escena sus propios conciertos y aun producían sus propios discos. Las grandes industrias del ocio entraron después de que la música llegó a ser popular. También es cuestionable el hecho de que los estilos de consumo dicten "identidad" y "valores". Para la mayoría de los jóvenes la música rock es simplemente el agradable fondo para otras actividades de ocio.

3.- Juventud como amenaza a la ética del trabajo industrial

Durante los años cincuenta en América, libros tales como "Blackboard Jungle" y la prensa popular en Inglaterra, describiendo las patotas llamadas "Teddyboy gangs", construyeron una imagen de adolescencia incrementadamente violenta y delincuente. El rock'n'roll fue pintado con frecuencia dentro de estas descripciones como incitador de la juventud hacia la sensualidad salvaje y la revolución en contra de la sociedad adulta. Los académicos echaron leña al fuego con sus descripciones de la adolescencia como "la cultura de la violencia". Entre líneas de todo este movimiento, existía el miedo profundo que la generación más joven se introdujera dentro de un estilo hedonístico del uso del ocio que amenazara la ética del trabajo y toda la estructura de la economía política occidental.

Mucho de esto ha sido sensacionalismo superficial. Pero Frith apunta otra sobre-simplificación todavía más insidiosa. Muchas de estas descripciones de la "cultura de la violencia" implicaban que la diferencia entre el exitoso joven de clase trabajadora, el universitario, interesado en trabajar y el fracasado delincuente "parado en la esquina", era simplemente una materia de libre elección y valores conscientes. De hecho, el uso responsable o irresponsable del tiempo de ocio —y la manera en que la juventud enfrenta la música en su tiempo libre— depende de la clase de trabajo o de las oportunidades de estudio que están abiertas a la gente joven de diferentes estratos sociales y de cuánto dinero puedan disponer. Ello depende también de las oportunidades de ocio que están disponibles o permitidas para muchachos y muchachas.

El joven trabajador no-calificado puede perder un día de trabajo con mayor facilidad y son generalmente más propensos a una auto-indulgencia. Los aprendices calificados salen menos y toman menos riesgos en tiempos de ocio. Las muchachas de clase trabajadora son las menos libres y las más confinadas dentro de casa en sus tiempos de ocio, ya que la cultura de la clase trabajadora define el matrimonio como la carrera profesional para muchachas y las reuniones de

jóvenes en sus casas para oír discos o el cuidadoso ritual de asistir a bailes está todo ello orientado hacia el hallazgo de un marido y el hecho de comenzar sus propios hogares.

Frith sugiere que la creencia de que el ocio se guía simplemente por elección está influenciada, en parte, por la ideología capitalista, que consiste en que la gente trabaja para poder estar libres en sus tiempos de ocio. El ocio es el tiempo en que la gente tiene la libertad de poder expresar sus propios valores, sin las restricciones impuestas por el trabajo en fábricas o en burocracias.

Frith arguye que, de hecho, el ocio está subordinado a los intereses de clase gerencial. Se permite el ocio a los obreros para que se refresquen física y mentalmente, de tal forma que estén preparados y con el deseo de trabajar el día siguiente, creando al mismo tiempo un mercado para las "comodidades" producidas por la industria. Los Gerentes del capital han aprendido que los trabajadores felices serán más eficientes y que las horas de trabajo más cortas producen más tiempo para gastos en ocio. Las clases de ocio a elegir están limitadas por todos lados, desde la hora de cierre de las tabernas hasta políticas de residencia en apartamentos de tal manera que el ocio no afecta la disciplina de los trabajadores o su voluntad para trabajar. Existe también un esfuerzo continuo en las políticas de los medios de comunicación y otras agencias públicas para rebajar el poder y la originalidad de la música rock, o de conformar su significado a los momentos flotantes de relajamiento. El consumismo se promueve por el medio de congelar las audiencias de rock dentro de una serie de gustos de mercado.

Frith estaría de acuerdo en que el rock tiene también un filo escabroso, rebelde, que articula muchos resentimientos profundos en contra de las estúpidas rutinas de un trabajo aburrido o de la falta de oportunidades para obtener en la vida una carrera que llame plenamente. Pero la tensión es generada por las desigualdades y contradicciones del mundo del trabajo, no necesariamente por la música en sí misma.

4.- Juventud como cultura separada:

La descripción de los exóticos estilos de vida de las patotas británicas —Teds, Mods, Punks, sugiere que el problema es algo más que, simplemente, un rito transitorio de crecimiento. La sociedad de consumo británico, formado rápidamente en la post-guerra, fue creando aspiraciones mucho más altas en trabajadores de líneas de montaje, empleados y otros jóvenes relativamente no-calificados. Grupos tales como los "mods" llenan sus aspiraciones recreando en su tiempo de ocio un mundo imaginario de vida tipo "clase alta", lo que les da por lo menos un sentimiento de status y propia estima. Los "punks" han elevado su sentido de alienación como un valor positivo. Las diferentes clases de música rock, cada una con su letra particular, ritmo, estrellas y revistas, han transformado las reacciones más bien negativas en subculturas distintas, integradas alrededor de deliberados valores.

Dentro de su propia investigación, Frith encontró que la música rock es una forma importante de entretenimiento para virtualmente toda clase de muchachos, pero que la música es importante en sí misma sólo para unos pocos que se sienten profundamente marginados en sus alrededores. La mayoría de los muchachos, tienden a pasar a través de grupos, cambios de identidad, etc. con los adornos de la cultura rock y juegan sus diversos roles por diversión. Aun en las subculturas más espectaculares puede que música no sea el centro pleno de interés, como puede serlo para los realmente fanáticos del jazz, blues, soul, u otras extravagantes musicólogos eruditos. Estos amantes de la música llenan sus vidas con los artefactos de la música y hacen de ello no solamente el acompañamiento de ocio, sino la formalidad del ocio.

5.- Juventud como contra cultura

Durante los años 50, los grupos juveniles de clase trabajadora que disfrutaban con Presley se contentaban simplemente con defender el pedacito de tierra de su vecindario local y espacio cultural interno. Sin embargo, en los años 60, la resistencia a la guerra de Vietnam, la confrontación de París en 1968 y otros sucesos de este tipo politizaron a la juventud de clase media y los atrajo hacia los ideales del bajo mundo de la bohemia y la política. La juventud surgió como un movimiento misionero para transformar la sociedad. La música rock llegó a ser la mayor expresión del deseo "Hippy" de liberar a la sociedad de la hipocresía de la represión sexual y de un

sistema económico que dependerá de las industrias de guerra. La contra-cultura insistía en que los músicos de rock fueran parte de la comunidad para la cual ellos escribirían su música, en oposición a la comercialización de la música rock.

Frith arguye que para una gran mayoría de los jóvenes la música rock nunca ha sido el lenguaje consciente de una contra-cultura. Frith dirigió en 1972 un estudio sobre el significado de la música rock con una muestra de jóvenes de 14 a 18 años, en una ciudad industrial del norte de Inglaterra. Todos ellos escuchaban música rock como una parte normal de su vida diaria, teniendo familiaridad con los últimos títulos y estilos de los discos rock. Sin embargo, la mayoría de ellos fueron más bien "relativamente" interesados que "muy interesados en la música rock. Más aún, adolescentes de diferente edad, sexo y aspiración de futura clase social usaban la música en sentidos diferentes y hallaban diferentes significados en ella.

Aquellos adolescentes de 14 - 15 años de edad fueron los que tuvieron la máxima identificación con grupos diversos (patotas) y sus símbolos en Música y ropa, pero después de dos o tres años avanzaron de una identificación de grupo a un gusto más individual por la música. Aquellos que provenían de familia de clase trabajadora y que dejaron la escuela al final del bachillerato elemental para colocarse mayoritariamente en puestos de trabajo manual, tendieron a enfatizar el ritmo y el sonido más que el contenido de la letra. Este tipo de muchacho acudía a clubs de jóvenes o de disco más que a conciertos.

Aquellos que anticipación la entrada en la Universidad (la mayoría provenientes de familias de clase media) desarrollaron el gusto por un rock ideológico más progresivo. Estos últimos se identificaban más conscientemente con la ropa y otros símbolos de la cultura adolescente. Al mismo tiempo que crecían en edad se despojaron de estos adornos exteriores, pero continuaron estando interesados en un rock progresivo más que en el comercial, escuchaban los discos por el significado de la letra, compraban álbumes (una serie de canciones con un mensaje) más que discos pequeños individuales (singles), iban a conciertos basados en la actuación y fueron más individualistas en sus gustos. Muchos de ellos se alababan a sí mismos de poder arrojar a la basura las ideas irracionales y los caminos convencionales de la generación más vieja.

Estaba claro que la música fue una Contra-cultura plenamente consciente para aquellos pocos que encontraron en ésta un símbolo para rechazar la cultura de clase que les habían dado, ya fueran jóvenes de clase media rechazando el "éxito" convencional, o los de clase obrera rechazando la calle. Estos pocos "rebeldes" tendieron a ser aventureros culturalmente.

No obstante, para toda la gente joven, afirma Frith, el rock es diversión con un deje de aventura y espíritu sensual. Pueda ser que la industria, o puede que no, sea capaz de controlar el uso del rock, pero nunca será capaz de determinar todo su significado. Los problemas de la comunidad capitalista y el ocio no se resuelven tan fácilmente. ■

BIBLIOGRAFIA

Simon Frith: "The Sociology of Rock",
London; Constable and Company Ltd, 1978.
"Sound effects; Youth, Leisure and the Politics of 'Rock' roll, New York Pthantheon Books, 1981.

2.- La Homogeneización Global de la Música Pop

Para 1978 cinco compañías multinacionales de discos —CBS, WEA (Warner, Electra, Atlantic), RCA (todo EE.UU), EMI (Inglaterra), POLYGRAM (Alemania, Holanda)— controlaban el sesenta por ciento (60%) de las ventas de discos en todo el mundo. Los autores Wallis y Malm

reportan aquí la detallada información reunida por el proyecto MISC (Music Industry in Small Countries) sobre los esfuerzos de países pequeños por defender y promocionar la música popular indígena en seis regiones del mundo: Jamaica y Trinidad, en el Caribe; Túnez, en el mundo árabe; Tanzania y Kenya, en Africa; Los Países Nórdicos (Suecia, Finlandia, Dinamarca); Chile, en América del Sur.

El libro describe la estrategia multinacional, los problemas de Derechos de Autor, política de los Gobiernos locales, el papel de la radiodifusión y la influencia de nuevas tecnologías. Wallis y Malm encuentran que los diversos géneros de rock forman virtualmente la base de la música pop en todas las regiones, aunque esto no quita que durante los años 1970 se desarrollaran vigorosas variaciones nacionales. El "reggae", en Jamaica, la "canCIÓN nueva", en Chile y el "swahili jazz", en Africa Oriental, son algunos ejemplos de ello.

1.- La música, lenguaje de Movimientos Nacionalistas.

Durante los años 1960 se fue extendiendo el gusto por la música rock a través de los viajes internacionales de estudiantes, turismo, emigraciones de gente proveniente de los países en desarrollo en busca de trabajo, en claves de exilados, viajes de las élites de los nuevos países, y . . . el mercado comercial. Para muchos el rock se constituía ya en un estilo de protesta, especialmente entre la juventud ciudadana más numerosa que se podían costear los discos, o instrumentos musicales, o también entre músicos locales semi-profesionales quienes estaban compitiendo por establecerse con un atractivo sonido nuevo. La mayoría de las variaciones nacionales de la música pop han surgido como expresión de algún tipo de combinación de grupos de jóvenes socio-políticamente agresivos, movimientos anti-colonialistas, revitalización de los valores étnicos, con algunos matices de revitalización religiosa. Las nuevas clases de música y letra comenzaron en reuniones informales, casi políticas, o en conciertos como una especie de celebraciones de la juventud. Inicialmente, la radio se resistió a la nueva música pop debido principalmente al compromiso de la Radiodifusión estatal y de las élites coloniales hacia la "buena música", en la mejor tradición occidental de la alta cultura. Consecuentemente, la mayoría de los movimientos locales eligió la grabación en disco o cassette para lograr una distribución más extendida. Este hecho condujo en la mayoría de los países a la creación y desarrollo de estudios locales de grabación, independientes la mayoría, y a la fundación de varias compañías de discos.

2.- La protesta es dinero para las multinacionales.

Para los años 1970 las Corporaciones Multinacionales de Música habían desarrollado ya una fina estrategia para descubrir las nuevas tendencias del mercado y habían aprendido también cómo acomodar la música de los jóvenes y de las diversas minorías, aun cuando condenaran la misma institución capitalista internacional. La CBS comenzó con la política de abrir subsidiarias en otros países o de comprar compañías independientes locales a lo largo del mundo, con el fin de apostar en el riesgoso negocio de encontrar nueva música y nuevo talento para los mercados locales e internacionales. POLYGRAM controla el negocio mucho más indirectamente, a base de financiar a compañías locales independientes. Actualmente hay una cosecha continua de nuevas compañías independientes que promueven nueva música o talento musical nuevo, pero la mayoría son eventualmente compradas, llegan a ser pequeñas multinacionales, o van a la ruina.

3.- El papel que juega el Gobierno

Desde hace mucho tiempo el Gobierno ha sido el tradicional patrocinador de las artes, pero solamente en el transcurso de los años 1970 los líderes políticos de países pequeños llegaron a ser conscientes de que algunos de los aspectos más importantes del crecimiento de la cultura indigenista estaban expresados en la música popular. Países industrializados como Suecia se han movido para proveer un apoyo público a la música popular en forma de facilitar espacio para actuaciones, préstamos a grupos de música pop, patrocinación de festivales, reconocimiento del pop en la educación musical de las escuelas e inclusión de la música pop en la radiodifusión. Los países en desarrollo comienzan a darse cuenta que la música pop es también una parte de su

propio desarrollo. Por ello se está defendiendo a artistas y compañías independientes locales por el método de poner condiciones a la inversión multinacional, método de financiamiento para compañías locales y un reforzamiento más estricto de las leyes de Derecho de Autoría.

4.- Imperialismo Cultural en la Música Pop.

Wallis y Malm muestran que la influencia de las Multinacionales es muchísimo más complicada de lo que indican algunos estudios anteriores sobre el imperialismo cultural. A nivel superficial, un "intercambio cultural" y un préstamo de realizaciones en igualdad de condiciones puede ser un estímulo para la música local. En un segundo nivel, la "dominación cultural", llevada a cabo con frecuencia a través de la educación (por ejemplo, las escuelas misioneras en Asia y África) puede ser mucho más destructiva. El "imperialismo cultural" añade una dimensión económica, de mercado, a la dominación cultural y fuerza a la música local a llegar a ser un producto comercial para poder competir. El cuarto nivel es "transculturización", en el cual las transnacionales crean una música sintética, artificial, resultado de la reunión de muchos elementos locales, formando de esta manera algo nuevo como la música "disco". Esta no es la auténtica expresión de ningún grupo étnico o nacional, aunque las campañas de mercadeo lo sostengan a nivel mundial. Sin embargo, algunas combinaciones estructurales de esta corriente de música transculturizada han servido de elementos de catálisis para generar nueva música local y han provenido de una gran cantidad de opciones a los músicos locales. La introducción de costosas tecnologías de grabación a base de computadoras y rayos laser puede hacer un poco más difícil a las compañías independientes locales el hecho de competir. En cualquier caso, el factor clave es la resurgencia de nuevos movimientos socio-políticos buscando una nueva voz en la música. ■

BIBLIOGRAFIA

Roger Wallis and Krister Malm; "Big sounds from small peoples: The Music Industry in Small Countries". London. Constable and Company Ltd. 1984.

3.- Discografía: Veinte Años de Pop en Venezuela (1964-1984)

Ewald Scherferberg

Si hay algo común a todo proceso de selección, ese sería el hecho de que siempre parece que algo sobra y que otro algo se echa de menos. Sea la escogencia de nombres para una lista de candidatos al Congreso, para el ranking anual de las personalidades mejor vestidas, o para el equipo de baseball de la Liga Americana en el "Juego de las Estrellas", nunca podrá evitarse que luzca que "no están todos los que son, ni son todos los que están". Esta impresión no puede borrarse, fundamentalmente porque no hay método que excluya cualquier posibilidad de intervención de la subjetividad en la elección: así, teniendo idénticos elementos a su dis-

posición, distintas personas confeccionarían distintas selecciones. Además, en estrecha relación con la anterior, persiste en el seleccionador lo que podríamos llamar al "síndrome del jugador del 5 y 6": cada Domingo por la mañana, después de sellar su formulario, el jugador crónico de 5 y 6 siente que se le ha olvidado señalar tal o cual caballo que debe ser el ganador, pues última hora se ha fijado que "en su pasada carrera tuvo tropiezos y llevaba 57 kilos, y sin embargo llegó a ocho cuerpos del ganador", o que "a éste lo lleva Bezara, y él hace tiempo que no gana una prueba de 5 y 6"; los temores se acrecientan según transcurren las horas, para finalmente

verse ratificados a las 6 de la tarde de la jornada dominical, cuando el frustrado aficionado hípico constata que efectivamente ganó ese ejemplar que "le sonaba en la cabeza" pero que no puso en el cuadro. En similar forma ocurre cuando se escoge dentro de los límites de cualquier universo: perdura cierto malestar, como el que ha de sentir el manager cuando se ve obligado a bajar a Triple "A" al aventajado novato que maravilló a todo el mundo durante el spring training.

Todo lo descrito anteriormente se repite —y hasta se acentúa— cuando se trata de señalar, entre miles de títulos, los más importantes discos de larga duración que han aparecido en el mundo de la música pop desde que en 1963 los Beatles pegaran "Love me do". Cientos de nombres, rostros, melenas, han pasado por la escena pop: desde la etílica presencia de Joe Cocker hasta la traviesa —¿o travesti?— expresión de Boy George, nuestra juventud— guste o nó, sea por las razones que sea— los ha tenido como modelos. Escoger entre tantos es tarea árdua; muchos se extrañaron, entonces, que en la discografía de "Veinte años de Pop" que proponemos a continuación estén ausentes nombres como los de Aretha Franklin, Grateful Dead, Humple Pie, Procol Harum, o más contemporáneamente, Simple Minds, Echo & The Bunnymen y New Order, por sólo citar algunas de las estrellas del show-biz que no son incluidas en esta lista. Eso nos conduce a exponer el criterio

utilizado para la selección.

Sin lugar a dudas, actuó mucho la afectividad y la experiencia personal del recopilador; no obstante, se intentó incluir la obra —u obras— más importante del grupo —o autor— seleccionado, que haya significado un verdadero hito en la historia del pop. En algunos casos, el LP escogido ha sido el que marcó la aparición de su autor en el mercado del disco, mientras que en otros, correspondió la elección al Long Play que señaló el zenit creativo de sus responsables. Igualmente se incluyeron nombres que, en honor a la verdad, no significaron mucho para la música contemporánea, pero que tuvieron importante repercusión en Venezuela: por ejemplo, bien sabemos que "The Monks" era un grupo de probeta, creado por la industria disquera norteamericana como respuesta a la invasión musical británica; sus integrantes no componían las canciones, y aún hay quienes dudamos que tocaran los instrumentos durante las grabaciones. Sin embargo, ¿qué joven o adolescente de finales de los años sesenta no recuerda "Believer"? ¿Quién no siguió las aventuras de Micky, Mike, David y Peter en su serie de TV?

En definitiva, creemos que quien vea esta recopilación —y mejor aún, quien pueda obtener estos discos y escucharlos—, seguramente podrá tener una imagen bastante fiel de lo que ha sido la música pop en las últimas dos décadas. ■



I. 1964/1970

1. *The Beatles: A hard day's night.* EMI PCS 3058, 1964.
2. *Bob Dylan: The times they are a-changin'.* CBS PC8905, 1964.
3. *The Beatles: Rubber soul.* EMI PCS 3075, 1965.
4. *The Beatles: Revolver.* EMI PCSL 7009, 1966.
5. *Simon & Garfunkel: The sound of silence.* Columbia 6269, 1966.
6. *The Beatles: Sgt. Pepper's lonely Hearts Club Band.* Capitol 2653, 1967.
7. *The Beatles: Magical Mystery Tour.* Capitol SMAL 2835, 1967.
8. *Jimi Hendrix: Are you experienced?.* Reprise RS6261, 1967.
9. *Vanilla Fudge: Vanilla Fudgs.* ATCO 33-224, 1967.
10. *The Moody Blues: Days of future passed.* Deram 6412327, 1967.
11. *The Monkees: Pisces, Aquarius, Capricorn & Jones LTD.* RCA COS-104, 1967.
12. *Stevie Wonder: My cherrie amour.* Taml LPS77531, 1967.
13. *CROSBY, Stills & Nash: Crosby, Stills & Nash.* Atlantic SD 421-39, 1967.
14. *Cream: Disraeli Gears.* RSO RS-1-3010, 1968.
15. *The Who: Tommy.* Decca DXSW7205, 1968
16. *Diana Ross & The Supremes: Love Child .* Motown s.c., 1968.
17. *Bob Dylan: Blonde on Blonde.* CBS 66012, 1968.
18. *Janis Joplin: I got dem ol'kozmik blues again mamal.* Columbia PC9913, s.f.
19. *The Beatles: Abbey Road.* Apple PCS 7088, 1969.
20. *The Rolling Stones: Let it bleed.* London NPS-4, 1969.
21. *Jefferson Airplane: Surrealistic pillow.* RCA FL 13766, s.f.
22. *Blood, Sweat & Tears: Blood, Sweat & Tears.* Columbia PC9720, s.f.
23. *Led Zeppelin: Led Zeppelin II.* Atlantic SD 19127, 1969.
24. *Blind Faith: Blind Faith.* RSO RS-1-3016, 1969.
25. *King Crimson: In the Court of the Crimson King.* Atlantic SD 19155, 1969.
26. *David Bowie: Space Oddity,* RCA LSP 4813 1969.
27. *Simon & Garfunkel: Bridge over troubled water.* Columbia JC9914, 1970.
28. *The Doors: 13.* Elektra AKS 74079, 1970.

29. *Frank Zappa: Hot Rats. Bizarre RS 6356,* 1970.
30. *Deep Purple: Deep purple in rock. Fame/EMI FA 3011, 1970.*
31. *T. Rice y A.L.I.Weber: Jesuschrist Superstar* MCA 3111/12, 1970.
32. *The Beatles: Let it be.* Capitol SW11922, s.f

II. 1971/1977

33. *The Who: Who's next?.* Track s.c., 1971.
34. *James Taylor: Mud Slide Slim.* Warner Bros. BS 2561, 1971.
35. *Cat Stevens: Tea for the Tillerman.* Islan ILPS 140015, 1971.
36. *Uriah Heep: Look at yourself.* Mercury SRM 1614, 1971.
37. *Yes: The Yes Album.* Atlantic SD 19131, 1971.
38. *The Rolling Stones: Exile on Main Street.* EMI S7609, 1972.
39. *Emerson, Lake & Palmer: Trilogy.* Atlantic SD 19123, 1972.
40. *Génesis: Foxtrot.* Charisma CAS 1058, 1972
41. *Jethro Tull: Thick as a brick.* Chrysalis CHR 1003, 1972.
42. *Bee Gees: Trafalgar.* Polydor 3110, 1972.
43. *Yes. Tales from Topographic Oceans.* Atlantic SD 2098, 1973.
44. *Mike Oldfield: Tubular bells.* Virgin Va 13135, 1973.
45. *Pink Floyd: The dark side of the moon.* Harvest SMAS-11163, 1973.
46. *Elton John: Goodbye Yellow Brick Road.* MCA 10003, 1973
47. *Genesis: The lamb down on Broadway.* ATCO SD-2-401, 1974.
48. *Supertramp: Crime of the Century.* A&M 88122, 1974.
49. *Bob Marley & The Wailers: Natty Dread.* Island ILPS 9281, 1974.
50. *Queen: A night at the Opera.* Elektra 7E-1053, 1975.
51. *Elton John: Captain Fantastic and the dirt brown cowboy.* MCA 2142, 1975.
52. *Roxy Music: Siren.* ATCO SD 36-127, 1975
53. *Brian Eno: Another Green World.* E.G. ENO 3, 1975.
54. *Tangerine Dream: Ricochet.* Virgin VI 2044 1975.
55. *Vangelis: Heaven and Hell.* RCA AFL1-5110, 1975.
56. *ABBA: Abba.* RCA D 10222065, 1975.
57. *Donna Summer: "Love to love you baby",* s.c., 1975.

- 58. *Black Sabbath: We sold our soul for rock'n roll.* Warner Bros. 2BS 2923, 1976.
- 59. *David Bowie: Heroes.* RCA PL 12522, 1977
- 60 *Brian Eno: Before and after science.* E.G. ENO 4, 1977.
- 61. *Bee Gees: Saturday Night Fever.* RSO 80021 1977.
- 62. *Sex Pistols: Never mind the bollocks.* Virgin 25953, 1977.

III. 1978/1984

- 63. *The Police: Outlandos d'amour.* A&M 7030, 1978.
- 64. *Devo: Q: Are we not men?; A: We are Devo!* Warner Bros. BSK 3239, 1978.
- 65. *Pink Floyd: The Wall.* Columbia 36183, 1979.
- 66. *The Clash: London Calling.* Epic E2-36328, 1979.
- 67. *The Jam: Sound Affects.* Polydor s.c., 1979.
- 68. *AC/DC: Back in black.* Atlantic SD 16018, 1980.
- 69. *Bruce Springsteen: The river.* Columbia s.c., 1980.
- 70. *The Specials: Specials.* Chrysalis CHR 20002, 1980.
- 71. *The English Beat: The English Beat.* Go-Feet s.c., 1980.
- 72. *The Clash: Sandinista!* Epic E3X37037, 1980.
- 73. *Talkingheads: Remain in light.* Sire SRK 6095, 1980.
- 74. *Ultravox: Vienna.* Chrysalis CHR-1296-A, 1980.
- 75. *The Rolling Stones. Tattoo you.* Rolling Stones Rds. COC 16052, 1981.
- 76. *O.M.D.: Architecture and morality.* Virgin/ Epic ARE 37943, 1981.
- 77. *The Sound: Into the lions mouth.* Korova 58384, 1981.
- 78. *Soft Cell: Non-stop Erotic Cabaret.* Sire SRK 3647, 1981.
- 79. *Human League: Dare!* Virgin V2192, 1981
- 80. *UB40: Present Arms.* DEP-LPS 1, 1981.
- 81. *XTC: English Settlement.* Virgin/Epic ARE 37943, 1982.
- 82. *Peter Gabriel: Security.* Geffen GHS 2011, 1982.
- 83. *Michael Jackson: Thriller.* Epic 243, 1982.
- 84. *Duran Duran: Rio.* EMI ST12211, 1982.
- 85. *Culture Club: Kissing to be clever.* Virgin 1503, 1983.
- 86. *Eurythmics: "Sweet dreams . . . are made of this.* RCA s.c., 1983.
- 87. *Cars: Heartbeat City.* Elektra 60296-1, 1984
- 88. *U2: The unforgettable fire.* Island 90231-1, 1984.

RESEÑA

QUIERE SER SU REVISTA

RESEÑA-Promoción
Pablo Aranda, 3
MADRID (6)

- Suscriban a la revista RESEÑA a

NOMBRE

.....

DIRECCION

.....

- a partir de

- el próximo número
- desde enero de 1984

.....

- El pago de 1.600 pesetas (26 dólares para Latinoamérica; 29 para otros países; 38 dólares por correo aéreo) lo efectuaré

- contra reembolso
- giro postal
- cheque
-

(Marque con una X lo que interese.)

◦ INFORMACIONES

▣ LOS QUE ATENTAN CONTRA LA DEMOCRACIA

El Gobierno Nacional decidió suspender el programa de radio que, a diario y en horas del mediodía, transmiten todas las emisoras privadas del país y en el que, desde hace años, viene "editorializando" la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión.

La medida de suspensión estuvo motivada concretamente por el contenido del programa radial transmitido el viernes 19 de Octubre. En el mismo se expresaba que "La República de Venezuela necesita hacer una reforma a fondo de las estructuras del Estado . . . con el fin de adecuarlas a los principios de la democracia representativa y alternativa que consagra la Constitución Nacional". Tal necesidad surge de la práctica de un "presidencialismo absolutista y excluyente" que convierte así, de hecho, al Presidente de la República en "un dictador civil".

El Gobierno justificaba su decisión en base a que los planteamientos del programa eran abiertamente "atentatorios contra el sistema democrático". El Presidente de la Cámara de Radio, por su parte, si bien reconocía que un error lamentable (1) hizo posible que saliera al aire "un programa ciertamente golpista", no tardó en dejar sentado que la medida del Gobierno, fundada en un Reglamento de Comunicaciones "antidemocrático y dictatorial", era contraria a la Constitución Nacional.

Nosotros pensamos que tanto el hecho en sí como la polémica que el mismo desató entre las partes interesadas fueron, en definitiva, intrascendentes. "Pequeñas contradicciones" entre aquellos mismos a quienes unen acuerdos fundamentales. Para muchos de los implicados en la ruidosa polémica, la democracia no pasa de ser una formalidad interesante, funcional, en la misma medida en que garantice sus propios privilegios. Los verdaderos atentados contra la democracia, los que padecen quienes escuchan la radio, jamás son denunciados.

Si la polémica a que nos referimos fuera realmente sincera, no hubiera quedado prácticamente ignorada por los medios de comunicación social la noticia de la suspensión, casi simultánea, del programa "La cinemateca del aire" que dirige Rodolfo Izaguirre en el Canal 5 de la Televisión del Estado. Este programa quedó suspendido a raíz de la exhibición en el mismo del film titulado "El Salvador, el pueblo vencerá", de indudables méritos estéticos y culturales.

▣ III FESTIVAL DEL CINE NACIONAL MERIDA

Del 27 de octubre al 2 de noviembre tuvo lugar el Festival del Cine Nacional en su tercera edición bajo el amparo de la ciudad de Mérida: El gran premio Libertador Simón Bolívar fue otorgado al largometraje de ficción "Diles que no me maten" de Freddy Siso, compartido también por el film "Por los caminos verdes" de Marilda Vera.

Las dos películas habían sido anteriormente galardonadas en la Primera Bial de Cine Ciudad de Bogotá y en el Festival Iberoamericano de Biarritz (Francia) respectivamente. Los otros premios se distribuyeron de la siguiente forma: Corto Documental a "Cafío Mánamo" de Carlos Azpúrua; Corto de Ficción a "Un caballo que era bien bonito" del Departamento de Cine de la ULA, Mejor Director a José Alcalde por "Operación Chocolate"; Mejor Actor, compartido por

Asdrúbal Meléndez y Jorge Canelón por sus actuaciones en "Diles que no me maten" y "Por los Caminos Verdes" respectivamente; Mejor Actriz a Elba Escobar por "Homicidio Culposo". Por fin el Premio Especial del jurado fue otorgado a "Orinoko: Nuevo Mundo" de Diego Ríquez, y el Premio del público a "La muerte insiste" de Javier Blanco.

El festival revistió particular interés, pues además de las 76 películas producidas en los dos últimos años, participaron otras 17 películas aún sin estrenarse, lo cual es indicio de que, a pesar de la crisis económica, se mantiene el esfuerzo creativo.

Paralelamente al Festival se celebraron la semana del nuevo cine cubano del 24 al 30 de octubre y la semana del nuevo cine argentino del 31 de octubre al 6 de noviembre. Dentro del mismo marco se presentó con enorme impacto la película "La calle de las casas negras" de la martiniqueña Euzhan Palcy, ganadora del León de Plata en el Festival de Venecia.

Diversos foros sobre la función del guionista, las dificultades actuales de producción-distribución y las perspectivas de un cine para la niñez y la juventud enriquecieron la marcha del Festival, que sigue consolidándose tras esta tercera edición.

☐ NI LA CINEMATECA VENCE

La historia es vieja. En la televisión no puede sobrevivir nada que posea calidad. Porque la calidad es sinónimo de fracaso. Y el Canal del Estado no se escapa a esta verdad. A pesar de responder a los intereses de todos los venezolanos. En estos días la Cinemateca del Aire dejó de aparecer en el Canal 5. Este espacio, dirigido por Rodolfo Izaguirre, significaba la única posibilidad de apreciar realizaciones fílmicas que nunca son exhibidas por las salas comerciales. Los televidentes podían conocer películas de la India, Australia, Checoslovaquia, Perú, por citar algunos casos. Entonces, ¿qué pasó? La última película exhibida por Izaguirre fue **El Salvador: El pueblo vencerá**, radiografía de una guerra sucia y desigual en Centroamérica. Si las razones que sacaron de circulación a la **Cinemateca** . . . tienen que ver con este film, el Canal 4, después de haber transmitido sus "especiales" sobre Nicaragua, debería haber desaparecido del mapa. Y pensar que es un poeta al que firma las defunciones.

☐ RADIO SELECTA DE MARACAIBO PREMIADA

Durante el mes de Octubre, del 12 al 19 y organizado por CIESPAL, se celebró en Quito el Primer Festival Latinoamericano de Radio. La finalidad era, además del contacto con las personas que trabajan en el mundo de la Radio, dar a conocer las obras y programas radiales que se producen en nuestro Continente.

Con meses de anterioridad se habían tenido que enviar a Quito los programas que debían intervenir en el Festival, dentro de las categorías de Radiodramatización, Revista y Documentales Radiales. Al Festival llegaron más de 300 programas de todo el Continente, entre ellas algunos venezolanas.

El Jurado calificador estaba constituido por personalidades del mundo de la Radio de Argentina, Brasil, Ecuador, Holanda y Uruguay. Tras una primera selección en base a los guiones quedaron preseleccionados 70 programas. Posteriormente el Jurado seleccionó los 20 programas definitivos que habían de ser escuchados por el Jurado y el Público asistente al Festival.

Y el viernes 19 fue el veredicto. En la categoría de Documental el primer premio fue para Radio Santa María de Santa Domingo con una obra sobre Monseñor Arnulfo Romero. El segundo premio para Radio Continental de Argentina sobre una obra de Las Malvinas. Y el tercer premio fué para RADIO SELECTA de Maracaibo. El programa ganador fue uno dedicado a los "Desaparecidos en Latinoamérica" dentro de la serie Domingo Latinoamericano que se transmite todos los domingos por Radio Selecta. El actual Jefe de Producción de esa Emisora es el P. Ignacio Ibáñez, profesor en permiso de la UCAB y antiguo director de la Escuela de Comunicación Social.

Al dar este veredicto el Jurado ponderó el trabajo que Radio Selecta realiza para dar a conocer y solidarizarse con los problemas latinoamericanos. Además de Domingo Latinoamericano, se transmiten los programas "Ventana a Latino América" y "Cándores y Turpiales".

☐ POSICION VATICANA ANTE EL USO DE LOS SATELITES

En octubre de 1984 se reunió un congreso de científicos, organizado en Roma por la Academia Pontificia de Ciencias, para tratar el tema del "Impacto de la exploración espacial en la humanidad". El Papa Juan Pablo II, quien abrió el evento, fijó la posición vaticana al subrayar que "la moderna tecnología espacial no debe ser utilizada en ninguna forma de imperialismo cultural". La argumentación de Juan Pablo II se basa en que "así como la tierra es para beneficio de todos y la propiedad privada debe ser distribuida en tal forma que a cada ser humano le sea dada una adecuada cuota de los bienes de la tierra, en la misma forma la ocupación del espacio por los satélites y otros instrumentos deben estar regulados sólo por los acuerdos y los tratados internacionales que permitirán a toda la familia humana su disfrute".

Aludiendo tácitamente a los Estados Unidos y la Unión Soviética, quienes acreditaron también delegados al encuentro, destacó que "la transmisión de la cultura no debe ser confundida con la imposición de culturas de los países tecnológicamente avanzados sobre aquellas naciones aún en desarrollo. Los países ricos no deben intentar, a través de la utilización de los instrumentos a su disposición, y en particular de la moderna tecnología espacial, imponer su propia cultura a las naciones pobres".

Por fin, tras recordar que alrededor de mil millones de personas son todavía analfabetas en el mundo y que bien valdría poner la tecnología de los satélites al servicio de la solución de este problema, defendió los derechos de los pueblos a su identidad cultural al expresar: "Los pueblos con antiguas culturas no deberían ser víctimas de un colonialismo ideológico o cultural que destruya esas tradiciones".

☐ IX FESTIVAL DE CINE SUPER 8

El venezolano Diego Rísquez obtuvo el primer galardón del Noveno Festival de cine super 8 por su película "Orinoko Nuevo Mundo", alegoría sobre la conquista del mayor río de Venezuela. Los siguientes puestos correspondieron a la puerto-riqueña Poly Marichal por "Isla postal", creación experimental de pintura sobre fotograma, y al alemán - RFA - Christopher Doerin por el conjunto de obras presentadas: "Mi moon", "Fragment video" y otras.

En el marco del festival, celebrado a finales de octubre, se desarrollaron otras actividades paralelas, entre las que cabe mencionar el panel sobre las alternativas del super 8. Mientras algunos creadores expusieron las experiencias de utilización del formato en el canal 4 de Inglaterra, en la CBC de Canadá, en la RAI de Italia, especialmente para noticieros y documentales, otros alegaron que el actual incremento de costos, sumado a la competencia del video, limita considerablemente sus posibilidades. En Brasil, por ejemplo, cuesta ahora cuatro veces más el material en comparación con el video.

Sin embargo, todavía el super 8 presenta las ventajas que suponen un equipo portátil ligero, la calidad y posible transferencia de la imagen a otros formatos, y la mayor perdurabilidad del material filmado. La imagen del video, mantenida en condiciones óptimas dura tan sólo cinco años, y el super 8 en condiciones normales alcanza ocho y hasta 12 años.

Según Carlos Castillo, organizador de los Festivales desde hace tres años, el problema más urgente es el de la distribución. Y, si bien el formato tiende a ser tan respetado como cualquier otro, considera que, más allá de las pequeñas salas y circuitos reducidos la alternativa está en la televisión o en la ampliación a formatos de 16 y 35 mm. para su distribución comercial. En cambio Carlos Garrido, también venezolano, tras señalar que en Venezuela aún resulta económica la filmación en super 8, recalcó que su utilización se justifica, sobre todo, por la calidad de la imagen y sus posibilidades estéticas.

En todo caso la suerte del super 8 parece estar echada ya: reducirse a circuitos de iniciados o proyectarse hacia la pantalla de televisión.

☐ DERECHOS HUMANOS. ENERO - AGOSTO 1984 / EL SALVADOR

Víctimas de la violencia política - población civil no combatiente - imputadas a miembros de las Fuerzas Armadas Gubernamentales y Organismos Paramilitares (Escuadrones de la Muerte).

Sectores población por profesión —Ocup.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Total por profesión
Campesinos	1	17	14	5	6	5	73	72	193
Obreros	2	5	9	6	13	6	4	3	48
Estudiantes	1	0	3	3	5	4	2	2	20
Empleados	1	2	4	5	3	3	1	0	10
Profesores	0	0	4	3	2	1	0	0	10
Comerciantes	10	3	7	4	3	4	2	1	34
Profesionales	0	1	4	3	2	0	0	0	10
Cesantes	0	0	0	0	0	1	2	2	5
Profesión no especificada	478	194	387	170	197	97	145	141	1.815 (b)
Total de víctimas p/mes	493	222	432	205	231	121(c)	229(c)	223(c)	2156(a)

Notas: a) TOTAL GENERAL: De acuerdo a las informaciones directas recopiladas por Socorro Jurídico Cristiano, 2156 personas de la población civil, que se abstiene de participar en acciones que enfrentan en distintas partes del territorio a las Fuerzas Armadas Gubernamentales e Insurgentes (Guerrilla) fallecieron violentamente al ser ejecutadas en forma arbitraria (colectiva o separadamente) por miembros de las Fuerzas Armadas Gubernamentales y Organismos Paramilitares (Escuadrones de la Muerte).

No se incluyen miembros de las Fuerzas Armadas Gubernamentales e Insurgentes que fallecen a consecuencia de combates militares. Las cifras corresponden únicamente a los datos notificados a la oficina de Socorro Jurídico en San Salvador.

b) PROFESION NO ESPECIFICADA. Generalmente, las 1815 víctimas (población civil) que se clasifican bajo esta categoría, han fallecido violentamente a consecuencia de bombardeos aéreos y de infantería efectuados en distintas zonas, principalmente rurales, por miembros de las Fuerzas Armadas Gubernamentales.

c) Durante los meses de Junio, Julio y Agosto, en que ha ejercido la Administración Ejecutiva del Estado el Gobierno presidido por el Ingeniero José Napoleón Duarte, ha fallecido por ejecuciones arbitrarias, no menos de 573 personas de la población civil.

☐ LAS AGENCIAS UPI Y EFE SE ASOCIAN EN UN PROYECTO

El diario "La Vanguardia" de Barcelona (España) ha denunciado que la asociación entre la agencia UPI, norteamericana, y la EFE, española, para establecer una red de información radiofónica dirigida a la población de habla hispana en los Estados Unidos, pone en realidad a la agencia española en manos de la poderosa agencia norteamericana. Hay que señalar que, el acuerdo firmado por William Small y Ricardo Utrilla, favorece a la UPI, ya que por medios, número de trabajadores, tecnología y capital domina a la segunda. Según William Small la población hispana en Norteamérica es superior a treinta millones de personas y crece más rápidamente que cualquier otra minoría, por lo que constituye un considerable mercado. Pero el proyecto, considerado por el presidente de la UPI como "fascinante y rentable", es aún más ambicioso, puesto que contempla extender el servicio de noticias radiofónicas EFE-UPI a Latinoamérica y a la propia España. Obviamente la influencia que se va a generar no sólo va a mediatizar la información que España envía hacia Estados Unidos y Latinoamérica, que será controlada por UPI, sino también a la inversa: desde Estados Unidos, vía UPI, hacia España y Latinoamérica.

▣ PERIODISTAS APOYAN AL GRUPO CONTADORA

Más de un centenar de periodistas de 34 países de América Latina, el Caribe, Europa y Asia, celebraron en Managua del 25 al 28 de junio la Segunda Conferencia de Periodistas de Centroamérica y el Caribe. El evento, auspiciado por la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), la Unión de Periodistas de Nicaragua (UPN) y la Organización de Internación de Periodistas (OIP), fue orientado al análisis de las prácticas de desinformación, persecución, invasión y agresión que sufren los pueblos de Centroamérica y el Caribe. Entre las resoluciones cabe destacar: el desarrollo de un frente democrático de lucha contra la desinformación imperialista, el diseño de un plan de ayuda financiera, técnica y material para los medios alternativos del gremio periodístico centroamericano, y la puesta en práctica de un programa de capacitación técnica y profesional para los periodistas de Centroamérica y el Caribe, que contemple sus necesidades inmediatas y futuras. La conferencia, por fin, expresó su apoyo al grupo CONTADORA por encontrar una solución pacífica a la crisis centroamericana y condenó el bloqueo económico impuesto a Nicaragua por la administración Reagan.

▣ BRASIL: CENSURADA MUESTRA DE VIDEO

El boletín **Video-Clat** ("Video nos movimientos populares") informa que la muestra programada de video militante para finales de mayo fue impedida por la Policía Federal en Brasil. Entre las 25 producciones inscritas se iban a exhibir temas como: Ley de Seguridad Nacional, Solidaridad con América Central, Comunidades Eclesiales de Base, Formación de la Central Unica de los Trabajadores, el Trabajo de la Mujer, la Movilización de los Indios en el Amazonas etc. La muestra convocada por la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación (UCBC), la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación (INTERCOM) y el periódico "Folha de Sao Paulo", fue intervenida por la policía con el alegato de que según las reglamentaciones de espectáculos debía ser revisada toda la producción programada. Sin embargo el carácter no comercial de la muestra era evidente. "Para los organizadores, como explicó Ana María Faul —Presidenta de INTERCOM— se trataba de presentar una serie de videos realizados en diferentes partes del país que permitiera un intercambio de experiencias que difícilmente serían conocidas sin ese evento. Porque en efecto, el aislamiento cultural de un país como el Brasil, sólo puede ser vencido con iniciativas que contribuyan a que de los varios Brasiles se llegue a una comprensión lo más adecuada posible para todo el Brasil". La iniciación de la expansión del mercado videográfico en Brasil, data de abril de 1982, aunque ya antes se había registrado la instalación de unas 200 mil videograbadoras, o sea, en 8 de cada 1.000 hogares. Desde entonces al presente esa expansión se ha desarrollado considerablemente y simultáneamente han comenzado a surgir usos alternativos, relacionados preferentemente con actividades del movimiento popular.

▣ EL CINE NACIONAL: PROBLEMAS CREDITICIOS

Los cineastas venezolanos corren el riesgo de enfrentar en los próximos cinco años, incluyendo este de 1984, un alucinante proceso kafkiano que podría acabar con buena parte del brío, la voluntad y el interés de hacer cine y desarrollar la industria cinematográfica venezolana, que aún sigue dando vueltas en un laberinto como los ratones de laboratorio.

En el Fondo de Fomento Cinematográfico hay en estos días treinta y cinco proyectos que aspiran a obtener créditos del Estado, pero los cineastas que han concurrido en busca de respaldo oficial, parecen anotados en una carrera absurda porque sólo hay tres millones trescientos mil bolívares en caja. Esto significa que hay crédito únicamente para tres películas.

La conclusión que se saca es que uno de cada diez guiones cinematográficos para largometrajes alcanzará, tipo espermatozoide, la categoría de filmable. Uno de cada diez se materializará y eso aparte de ser una injusticia sería también un absurdo.

El verdadero proceso kafkiano vendría después que den los tres créditos, ya que el resto de cineastas no favorecidos tendría que esperar, uno, cinco, diez años o toda la vida para que les toque turno crediticio.

Esto es digno de llevarse a la pantalla, porque demuestra que todo tiende a parecerse a la lotería y a las apuestas del hipódromo.

Cada cineasta que presenta un proyecto en busca de un crédito, invierte por lo menos treinta mil bolívares. Si cada uno de ellos sellase un cuadro de treinta mil bolívares, podrían muy bien ganarse el 5 y 6.

Claro: correrían el riesgo de un mercado libre pero el intento es bueno.

La situación resulta difícil y desde ya muchos cineastas se agitan desesperados a un paso de la quiebra, del desempleo, del mal ocio obligado y para colmo con gripe. Algunos se sienten en capacidad de esperar un año si les aseguran que tendrán crédito en ese tiempo, pero en realidad el Fondo no tiene dinero: bolsillos al aire, ladridos extraoficiales y subterráneos y no parece haber una salida inmediata.

Una parte del dinero tiene que salir del porcentaje de taquilla y aún no se ha organizado eficientemente lo del boleto único y con ello el control de cuánto producen las salas de cine.

Arriegándose a pensar que de esos treinta y cinco guiones hay un mínimo de diez filmables, se necesitarían unos cuarenta millones de bolívares para que esas películas se hiciesen realidad y saliesen al mercado a competir con el cine que viene del exterior.

Si no se llega a una solución, muchos cineastas verán sus películas terminadas dentro de veinte años y para entonces tal vez el cine sea una actividad museística, o en todo caso, un millón de bolívares sólo alcanzará para comprar película virgen o para pagar los honorarios de los enanitos que siempre trabajan en las películas venezolanas.

LOS ASPIRANTES

He aquí la lista de los aspirantes a créditos para largometrajes:

- 1.- **El último round** de Renato Gutiérrez.
2. **Castillos en el aire** de Mario Handler.
- 3.- **Operación billete.** de Olegario Barrera.
- 4.- **Una noche oriental** de Miguel Curiel.
- 5.- **Ifigenia** de Iván Feo.
- 6.- **Adorados vecinos** de Néstor Lovera.
- 7.- **Aluvión marginal** de Igor Medina.
8. **Esther** de Alejandro Padrón.
9. **Doña Bárbara** de Toco Gómez
- 10.- **Bolívar: nacimiento de un mundo** de César Cortez.
- 11.- **Querubín de la noche** de Oziel Rodríguez.
- 12.- **Panchito Mandefuá** de Silvia Manriquez Sozio.
- 13.- **Presunto** de Livio Quiroz
- 14.- **Los diablos danzantes** de Kevin Sánchez Vega.
- 15.- **Andrezote** de Marcial Rodríguez.
- 16.- **1968** de Alida Avila.
- 17.- **El hombre transparente** de Luis Armando Roche.
- 18.- **Sábado 15** de Gilberto Pulido.
- 19.- **El juego se llama poder** de Betty Kaplan.
- 20.- **La pausa del guerrero** de Carlos Hernaiz.
- 21.- **De dos mujeres . . . una** de Mercedes Hortensi.
- 22.- **La otra ilusión** de Roque Zambrano.
- 23.- **Las torres y el viento** de Juan Plaza.
- 24.- **Río Negro** de Atahualpa Lichiy.
- 25.- **Paranola** de Milvia Piazza.
- 26.- **El hijo de nadie** de Miguel Pernía.
- 27.- **El negro primero** de Napoleón Ordosgoiti.
- 28.- **El embajador** de Roberto Siso
- 29.- **Tío Conejo a la ciudad** de Luis Lamana
- 30.- **Historia de un amor familiar** de Ivork Cordido.
- 31.- **Ulises** de Edgar Camacho.
- 32.- **La consagración de la primavera** de Manuel de Pedro.

- 33.- La mujer más fea de Gustavo Michelena.
34.- Lanzas coloradas de Angel Ferreyra
35.- Masaguaral de Roberto Rico

(José Pulido, EL NACIONAL)

▣ TECNOLOGIA VS. NEGOCIACION

Hacia mediados de 1980, una delegación sindical de periodistas venezolanos viajaba a Estados Unidos con el objeto de visitar algunos diarios de ese país y analizar las experiencias que allí se había vivido con la introducción de la **nueva tecnología**, esa misma delegación a su regreso declaraba a el diario **El Nacional** del 18 de septiembre que "las justas negociaciones impiden que la automatización de los diarios genere desempleo (. . .) A través de esas negociaciones se impidió la reducción de personal en los nuevos oficios".

Sin embargo, hoy día estamos igual que como empezamos. Es decir, no hemos adelantado nada desde que en la II Convención de San Cristóbal el CNP dispuso en Asamblea plenaria que se prohíbe el uso de los nuevos equipos por parte de los miembros del CNP. Igual resolución se aprobó en Maracaibo (III Convención del CNP). En Margarita (IV Convención) hubo cierta flexibilidad al indicarse que la acción gremial y sindical **tenderá a negociar** los ritmos de incorporación de tecnologías nuevas y a impedir la introducción de esas tecnologías nuevas a menos que haya consulta previa y se establecerá un comité central-gremial y/o sindical a fin de dar a conocer a los miembros los efectos (ventajas y desventajas) de las nuevas tecnologías. Ahora, 1984, en Valencia (V Convención) se volvió a reafirmar, sin ningún espíritu de flexibilidad, la idea de mantener el veto al uso de las VDT por parte de los periodistas, pero por otro lado, y esto es un adelanto, se aprobó elaborar un cuerpo de proposiciones concretas para discutir con las(s) empresa(s) la automatización y las recomendaciones y conclusiones deben formar parte de las discusiones de (os) próximo(s) contrato(s) colectivo(s) y deberá adoptarse a todas las empresas periodísticas, según las características particulares.

Quizás no estemos tan igual que al principio, pero han transcurrido seis años y todavía no hemos definido los profesionales de la comunicación y los trabajadores de los "mass-media" **una política clara, coherente, explícita, integrada** sobre la problemática que conlleva la introducción de la nueva tecnología. Estamos igual que el Estado venezolano en materia de políticas nacionales de comunicación y cultura. No podemos, y ya no debemos, hacer como la avestruz frente a la tecnología comunicacional. Los cambios introducidos por esa tecnología nueva son traumáticos, desde los políticos hasta los profesionales. Pero serán menos traumáticos si asumimos posiciones claras frente a ese hecho, que ya está aquí y sin habernos pedido permiso.

Por allí, también en 1980, los delegados sindicales de **El Nacional** frente a este problema apuntaban que sería un error imperdonable discutir un segundo contrato colectivo con la directiva del periódico sin tener una base sólida de análisis que al menos "regule" el impacto de la nueva tecnología sobre los trabajadores.

Muchas cosas han pasado en estos cuatro años últimos, y las empresas comunicacionales (primero, son empresas que otro cosa) están dispuestas ya a poner en práctica estos nuevos sistemas tecnológicos de producción parcial o total de los mensajes. Conviene no perder de vista este hecho y esta decisión "top secret", que ya no lo es. Y si lo era para los profesionales, debe dejar de serlo. Se trata ahora de fijar una política gremial y sindical que responda a esa **inevitable** situación. Inevitable, porque toda tecnología nueva es atractiva en cuanto a la producción que, en plena crisis económica, es capaz de reducir los costos de esa producción (los economistas llaman a eso "productividad": producción en el menor tiempo y al menor costo posible . . .) y sus posibilidades técnicas son para nosotros los profesionales (porque carecemos de esa información, otro problema a resolver) insospechables. Posibilidades técnicas propias de la comunicación/ficción (prensa/ficción en el caso del periodismo escrito).

Se debe fijar una política gremial y sindical relacionada con las características socioeconómicas de nuestro sistema y con nuestra crisis de país desunido y dependiente. **Tecnología vs. Negociación Sindical**, ese debe ser el lema (idea central e inspiradora) de las políticas a fijar. Frente a las transformaciones que introduce la nueva tecnología (afectación de todo el ciclo de produc-

ción, distribución y utilización de la información; ampliación del campo informativo; modificaciones en la concepción del papel del periodismo y los cambios en las funciones de los trabajadores de la información), hay que buscar cuotas reales de acceso y participación en la línea informativa del medio, democratización del mismo medio . . .

Hay que buscar frente a la "racionalidad técnica", la "racionalidad político-social"

▣ **Primer Coloquio sobre Cultura Popular**

La gestión cultural del Estado y su relación con la Cultura Popular fueron dos aspectos debatidos y analizados durante el Primer Coloquio sobre Cultura Popular realizado en el Ateneo de Caracas.

Ante un numeroso público asistente, entre los que se encontraban representantes de movimientos populares de diversas regiones del país, el panel planteó una serie de realidades y críticas sobre la función del Estado en el desarrollo de la cultura y en especial de la cultura popular.

Entre los panelistas se encontraban el ex ministro de la Cultura, Luis Pastori, Evangelina García Prince, Alvaro Agudo, presidente de la "Promoción Cultural Churuata", Armando Ramos, ex coordinador de cultura del Estado Monagas y del Plan Sebucán y el artista plástico Alirio Rodríguez. También intervino la profesora Hilda Rodríguez Peña, quien se refirió a la gestión del Estado mexicano en la cultura popular de su país.

Frases llenas de críticas dejaron al Estado sin defensa. Cinco aspectos fundamentales rondaron las exposiciones de los panelistas.

La completa marginalidad en que se encuentra el sector cultural y la cultura popular en particular fue el primero de los aspectos que reiteradamente analizaban los panelistas. La marginalidad de la cultura es global pues está desasistida tanto en lo político y económico, como en lo jurídico. Evangelina García Prince señaló que es a partir de 1936 cuando el Estado venezolano comienza a ocuparse de la cultura. Y es hace apenas unos años, que las gubernaciones comienzan a formar las llamadas Direcciones de Culturas, las cuales muchas veces no responden a las necesidades de las comunidades sino de los intereses partidistas. A esta situación cabe añadirle el hecho de que en nuestro país sólo el 0.5% del presupuesto está des-

tinado a la cultura cuando la Unesco sostiene que es necesario disponer del 2.5% del presupuesto para el desarrollo de este sector.

Como resultado irremediable de esta situación, los expositores coincidieron en calificar la acción del Estado como inconexa, incoherente, desarticulada y carente de continuidad lo cual impide la necesaria planificación de la actividad cultural. Armando Ramos afirmó que no existe planificación y que cuando se intenta hacer, no se hace de manera global, tomando en cuenta todas las entidades que participan, ni siquiera las necesidades de las comunidades.

Otro de los graves problemas que aqueja a la cultura popular es el exagerado centralismo y el privilegio hacia las bellas y la actividad cultural convencional. Luis Pastori afirmó que es absurdo que el 75% del presupuesto destinado a la cultura se concentre en Caracas y se oriente hacia la promoción y difusión de las bellas artes. Armando Ramos señaló que esta misma situación se repite en la provincia. "El presupuesto que se le asigna a las entidades federales se queda en la capital del Estado. No llega a los distritos ni a los caseríos".

Evangelina García Prince destacó un aspecto importante. Señaló que una de las causas por las cuales la cultura en nuestro país se encuentra en un estado tan crítico se debe a la falta de un liderazgo coherente capaz de defender los intereses del sector ante aquellos que quieren colocarle a la cultura el adjetivo de "no prioritario".

Ya directamente relacionado con la Cultura popular, Evangelina García Prince afirmó que es necesario que defina políticas, aclare conceptos y planifique actividades concretas para presentarlas al Estado y poder exigirle con más base lo que les corresponde.

Tomás Palacios, coordinador de comercialización de Artesanías Tinajas del CESAP, afir-

mó que "la autogestión y el apoyo mutuo resultan ser los mecanismos más seguros y estables del movimiento cultural, pues logran sumar esfuerzos que permiten establecer una red de comercialización, y por consiguiente de autofinanciamiento, que lo sustenten y fortalezcan".

Luego de superar las definiciones del concepto de cultura popular, una premisa surgió durante el foro: el trabajo popular debe buscar en sí mismo la ayuda y la colaboración para lograr la confianza en sus propios recursos y para que nuevas experiencias nazcan de la concientización de los mismos grupos populares.

La autogestión del movimiento popular también fue analizada por Rafael Salazar, secretario ejecutivo de la Federación Nacional de Cultura Popular, en tres aspectos fundamentales. En primer lugar —señaló Salazar— es necesario que el trabajo popular tenga una base ideológica sólida pero a la vez independiente de cualquier aparato político, ya que la cultura popular defiende como principio esa base ideológica, es decir precisar qué es lo que el pueblo desea defender para luego orientar la lucha".

El aspecto económico de la autogestión —señaló Rafael Salazar— incluye varias alternativas que van desde cooperativas de producción, como las de artesanía y las de publicaciones de libros, folletos y discos, hasta la realización de eventos culturales y de convenios de trabajo con empresas privadas y del sector oficial. "La cogestión no invalida establecer convenios con empresas o con el Estado, siempre y cuando esto no signifique que el movimiento cultural popular traicione su ideología por el apoyo económico".

¿ES ELITESCA?

En el primer foro denominado "Cultura Popular: Moda, demagogia y proyecto político o factor de desarrollo", participaron Hernán Peralta, coordinador general de la promoción socio-cultural Churuata; Pablo Antillano, secretario general de Fundarte; Tulio Hernández del Ininco, Mario Kaplún de Cesap, Mario Sanoja del departamento de Arqueología de la UCV y el artista plástico Oswaldo Vigas.

La teorización de algunas ponencias como la de Tulio Hernández y la polémica de otras como las de Pablo Antillano y Oswaldo Vigas, equilibradas por las claras y directas de Kaplún

y Sanoja, signaron ese primer foro de dinamismo y de variedad de criterios en torno a un tema tan interesante como el de la cultura popular.

Uno de los puntos señalados por Hernán Peralta durante su intervención fue el planteamiento de una interrogante: Cómo hacer que el pueblo se conozca a sí mismo, exprese ese conocimiento que tiene de sí y logre inscribirse en un proceso de transformación.

Muy contraria y crítica resultó ser la exposición de Pablo Antillano, quien al comienzo resaltó que su participación en el Coloquio no fue como vocero de Fundarte. Dijo que sus planteamientos responden a lo que individualmente entiende y maneja como cultura popular.

Pablo Antillano se preguntó el por qué del carácter elitescos de la cultura popular. "Elitescos en el sentido, no de superioridad, sino de grupo cerrado, aparte, excluyente. Por qué la cultura popular no tiene la popularidad de la cultura de masas y cuáles son los orígenes de esa contradicción entre ambas". Destacó un aspecto importante que trata de explicar el origen de esos obstáculos que separan las manifestaciones de cultura popular del público en general.

Se refirió a "los promotores, esos agentes políticos, los colonizadores internos, que intentan darle forma cultural a un proceso político, partiendo de lo que inicialmente era un intento de fabricar un mundo que proyecte la imaginación de un colectivo sobre el porvenir".

Tulio Hernández, investigador docente de la sección de Información y Comunicación Popular del Ininco, afirmó en su ponencia que lo popular se ha convertido más en un adjetivo que en un concepto y que como tal se ha ido perdiendo en demagogias, se ha ido difuminando de tal manera que todos hablamos respecto a "que debemos ayudar al pueblo a encontrar su identidad popular", pero realmente no sabemos qué es lo que ello connota. Centralizó su intervención en una premisa: "El extraño consenso de lo popular". Agregó que la cultura popular era adorada, protegida y exaltada por todos los grupos, desde las empresas publicitarias hasta el gobierno nacional. "De repente todo el mundo comenzó a preocuparse por la cultura

popular; desde Gallegos a través de sus novelas, hasta 1970 cuando se utiliza como símbolo de la revolución, de la transformación, del antimeridionalismo. Como símbolo de la verdad.

Mario Kaplún, coordinador de la división de Comunicación y Cultura del Cesap, planteó de manera sencilla que la cultura popular tiene un doble desafío. Uno: saberla ver como aliada incondicional contra la dominación, y en segundo lugar, entenderla como factor generador de obstáculos a superar. "Sabemos muy bien que no habrá un cambio social sin un auténtico cambio cultural de las mayorías". Resaltó la necesidad de darle más énfasis a la creación en lugar de la imitación.

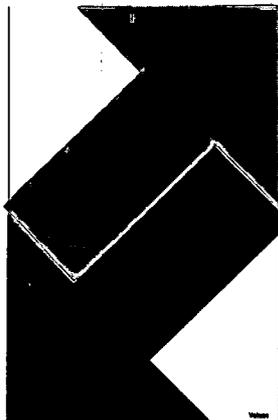
Mario Sanoja, de la UCV, afirmó por su parte que la cultura se concibe como un elemento dialéctico que tiende a manejar dos aspectos distintos: la herencia popular como símbolo de la soberanía e identidad de los pueblos, y la creatividad popular como respuesta a una necesidad social y no económica consumista.

Para finalizar las ponencias de los integrantes del panel, Oswaldo Vidas revivió una serie de experiencias personales que intentaban definir su visión de la cultura popular.

Con mucha picardía y chispa, llevó al público el aspecto práctico de muchos conceptos teóricos emitidos por los panelistas que le precedieron.

(Tomado de El Nacional 27-11-84)

Revista
**COMUNICACION
Y POLITICA**



Comunicação E política es una publicación trimestral editada mediante convenio con la Editora Paz e Terra, rua Sao José, 90/1801, Sao Paulo, Brasil.

AQUI PUEDE ADQUIRIR



— CENTRO PELLIN:

Av. Monte Elena. El Paraíso.
(detrás del San José de Tarbes)
Apartado 20.133
Caracas, 1020-A
Telf.: (02) 42.40.01



— CENTRO GUMILLA:

Av. Cristóbal Rojas No. 16, esq. Calle Simón Planas.
Apartado 40.225
Caracas 1040-A
Tel.: (02) 661.28.40 / 661.95.15



1. SICLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL

Autor: Gerhard Maletzke
Pág. 367
Precio: Bs. 62

2. CINE Y TELEVISION A BAJO COSTO

Autor: Dietrich Berwanger
Pág. 363
Precio: Bs. 58,00

3. EL ROL DEL PERIODISTA

Autor: Cremilda Araujo Medina
Pág. 258
Precio Bs. 69,00

4. PRODUCCION DE PROGRAMAS DE RADIO

Autor: Mario Kaplún
Pág. 460
Precio: Bs. 72,00

5. PLANIFICACION Y COMUNICACION

Autor: Horacio Martín de Carvalho
Pág. 307
Precio: Bs. 69,00

6. COMUNICACION MASIVA: DISCURSO Y PODER

Autor: Jesús Martín Barbero
Pág. 249
Precio: Bs. 65,00

7. COMUNICACION PARA LA DEPENDENCIA O PARA EL DESARROLLO

Autor: Antonio García
Pág. 410
Precio: Bs. 75,00

8. COMUNICACION INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE RELACIONES PUBLICAS.

Autor: María Luisa Murrel y Gilda Rota.
Pág. 358
Precio: Bs. 69,00

9. POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION

Autores: Varios
Pág. 660
Precio: Bs. 75,00

10. COMUNICACION Y CAMBIO SOCIAL

Autor: Marco Ordóñez Andrade
Pág. 502
Precio: Bs. 67,00

11. OPINION PUBLICA Y MEDIOS DE DIFUSION

Autor: Luis Aníbal Gómez
Pág. 395
Precio: Bs. 69,00

12. GENEROS PERIODISTICOS

Autor: Juan Gargurevich
Pág. 292
Precio: Bs. 69,00

PUBLICACIONES DEL Centro Gumilla

CURSO DE FORMACION SOCIO POLITICA

1. Venezuela: Análisis y Proyecto
2. Colonia y Emancipación en Venezuela
3. Venezuela Republicana: siglo XIX
4. Democracia y Dictadura en Venezuela: siglo XX
5. Historia de la Lucha Armada en Vzla.
6. Realidad Venezolana
7. Venezuela en cifras: Indicadores y Estadísticas
8. Análisis Socioeconómico de Venezuela I
9. Análisis Socioeconómico de Venezuela II
10. Venezuela y su Petróleo I
11. Venezuela y su Petróleo II
12. La Agricultura en Venezuela
13. El Productor Agrícola Venezolano
14. La Existencia Campesina
15. La Propiedad Privada: Iglesia, Capitalismo, Socialismo
16. Los Partidos Políticos en Venezuela
17. El Sindicalismo en Venezuela
18. Proyecto Nacional y Socialismo
19. El Congreso Nacional: funcionamiento y realidad. (En preparación)
20. La Justicia en Venezuela. (En preparación)
21. Municipios y Vecinos. (En preparación)
22. Las Fuerzas Armadas y la Seguridad Nacional. (En preparación)
23. Relaciones entre la Institución Eclesiástica y el Estado. (En preparación)
24. La Política Exterior de Venezuela. (En preparación)
25. La Educación en Venezuela
26. Los Medios de Comunicación Social
27. Problemática de la Ciencia y la Tecnología en Venezuela
28. Realidad Indígena Venezolana
29. Proceso Cultural de Venezuela I
30. Proceso Cultural de Venezuela II
31. Proceso Cultural de Venezuela-III

CURSO LATINOAMERICANO DE CRISTIANISMO

1. Latinoamérica: ¿Paz o violencia institucionalizada?
2. Análisis socio-político de la Iglesia latinoamericana
3. La Iglesia latinoam. busca su rostro
4. Tipos cristianos en Latinoamérica hoy
5. El Exodo
6. Liberación y Liberaciones
7. Proyectos Pastorales en la Iglesia Latinoamericana
8. Cautiverio y Creación
9. Libros sapienciales: mujeres, plata, poder
10. Los Cristos de América Latina
11. Jesús de Nazareth
12. El nacimiento de la Iglesia
13. El Constantinismo en la Iglesia
14. Cuando la Iglesia hizo Pueblos
15. La Síntesis del Cristianismo Medieval

CRISTIANISMO HOY

1. Proceso histórico de la Iglesia Vziana.
2. Cómo leer el Antiguo Testamento
3. El Antiguo Testamento leído al pueblo
4. Cómo leer los Evangelios
5. La Eucaristía: la comida de la comunidad cristiana
6. Fe-compromiso y derechos humanos en Latinoamérica
7. El protestantismo ayer y hoy
8. Cristo, una buena noticia
9. El Sacramento de la Reconciliación
10. Tradiciones y tendencias en el Antiguo Testamento

PENSAMIENTO TEOLOGICO EN VZLA

11. I: Durante la Colonia
12. II: Durante la Emancipación
13. III: F. Toro - los Liberales
14. IV: Siglo XX

COLECCION

TEMAS DE ACTUALIDAD

1. ¿Qué vas a hacer con tu vida?
2. La corrupción en Venezuela

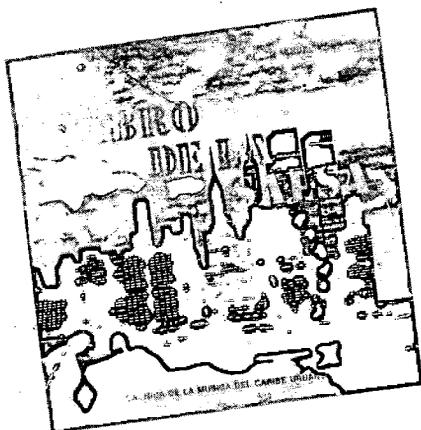
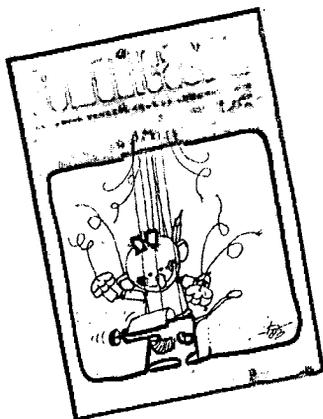
CURSO DE

ORGANIZACION POPULAR

1. Venezuela neo-capitalista
2. Venezuela socialista
3. Venezuela cooperativa
4. Poder popular cooperativo
5. Promoción y precooperativa
6. La cooperativa adulta
7. Curso básico de cooperativismo

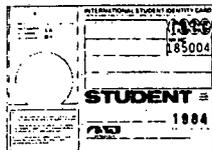
comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA



Estudiante. Profesor:

TU CARNET TE PONE EN TODO en el año de **ontej**



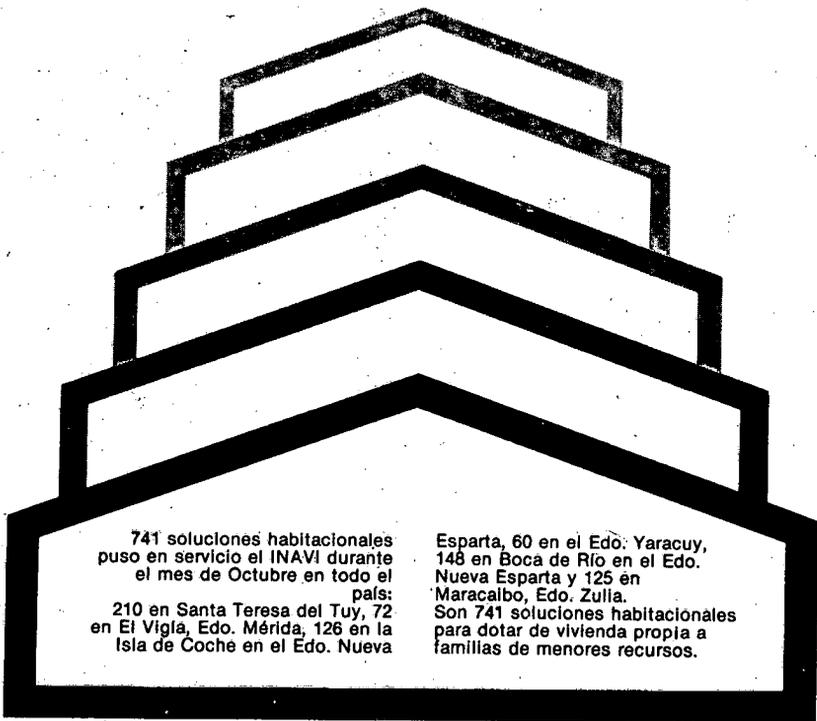
Con tu Carnet ONTEJ, todo el año estás en todo:

- **AUTOBUSES** especialmente acondicionados para que viajes por Venezuela de la manera más grata, segura y económica.
- **POSADAS ESTUDIANTILES**, a un precio realmente económico.
- **DEPORTE Y TEATRO**, con grandes descuentos para que disfrutes lo mejor que se presenta en Caracas.
- **ESPECTACULOS MUSICALES**, donde verás a famosas estrellas, por un precio mínimo.
- **BOLETOS AEREOS** con descuentos, garantizan tu viaje a lo mejor de Venezuela y el resto del mundo.
- **EXCURSIONES ONTEJ**, toda una aventura dirigida para que conozcas mejor a tu país.
- **PROGRAMAS DE TURISMO Y RECREACION**, para tus vacaciones.
- **DESCUENTOS EN MAS DE 250 TIENDAS**. Exige tu Boletín de Descuentos, donde encontrarás lo que quieres obtener, a menor precio.

**CON TU CARNET ONTEJ,
TODO EL AÑO TE CUESTA MENOS Y... DISFRUTAS MAS!**

ontej
en todo!

EL INAVI ESTA EN MARCHA



741 soluciones habitacionales puso en servicio el INAVI durante el mes de Octubre en todo el país:

210 en Santa Teresa del Tuy, 72 en El Vigía, Edo. Mérida, 126 en la Isla de Coche en el Edo. Nueva

Esparta, 60 en el Edo. Yaracuy, 148 en Boca de Río en el Edo. Nueva Esparta y 125 en Maracalbo, Edo. Zulia.

Son 741 soluciones habitacionales para dotar de vivienda propia a familias de menores recursos.

Así marcha INAVI con la Democracia Social



SUMARIO

PRESENTACION	2
ESTUDIOS: JUVENTUD '85	4
• Juventud, Identidad y Medios de Comunicación	4
• La Pendiente Energética del Adolescente	12
• Manipulación Subliminal y Conciencia Crítica	18
• Crónica de una Debacle —la Juventud Venezolana de los '60 a los 80—	30
• Crónica Siniestra —Estereotipos de la Izquierda—	40
• Meta—Mensajes para la Juventud: Una Muestra de Manipulación Subliminal	49
• La Muerte en la Pequeña Venecia	59
• Haz lo que TU Quiera —Estudio Preliminar Sobre las Revistas Juveniles femeninas—	65
• Una Pedagogía Alternativa de la Comunicación para el Bienestar del Hombre	74
• Tipos Star: los Idolos Juveniles en los Medios de Comunicación	81
DOCUMENTOS	85
• Primer Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación Social ...	85
GUIA BIBLIOGRAFICA	
• Cómo la Música Rock Influencia a la Juventud	90
• La Homogeneización Global de la Música Pop	93
• Discografía: Veinte Años de Pop en Venezuela (1964-1984)	95
INFORMACIONES	99

Bs. 30.00



Centro de Comunicación Social
Avenida Monte Elena, El Paraiso
Apartado 20133 - Telf.: 42 40 01
Caracas (1020) - Venezuela